
Jornalismo Cultural Independente como caminho para o Empreendedorismo de Nicho: o caso Vitralizado¹

Thamiris Adriana Mendonça TEIXEIRA²

Centro Universitário Academia, Juiz de Fora, MG

Letícia de Sá NOGUEIRA³

Centro Universitário Academia, Juiz de Fora, MG

Linha de Pesquisa: Comunicação e Mediação

RESUMO

O artigo destaca o jornalismo cultural independente, visto como um caminho para o empreendedorismo de nicho. Busca correlacionar conceitos atrelados ao jornalismo, com a definição de empreendedorismo, que identifica oportunidades em problemas e, a partir dessa constatação, desenvolve estratégias que impactam criativa e positivamente a sociedade. Para exemplificar essa perspectiva, foi realizada uma análise do blog **Vitralizado**, do jornalista Ramon Vitral, que adotou o jornalismo cultural com foco voltado para os quadrinhos (HQs), a fim de desenvolver seu trabalho na internet. A construção da ideia descrita neste artigo busca argumentar que o jornalismo cultural independente pode ser empreendedor e, por fim, torna-se uma ferramenta moderna para suprir uma demanda específica dos profissionais inseridos no mercado da notícia, bem como atender a um interesse pontual de consumidores aficionados por determinado segmento cultural.

Palavras-Chave: Jornalismo cultural; Jornalismo independente; Empreendedorismo; Nicho; Vitralizado.

¹Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro Universitário Academia, como requisito parcial para a conclusão do Curso de Graduação em Jornalismo.

²Graduanda do curso de Jornalismo pelo Centro Universitário Academia.

³Professora do curso de Jornalismo do Centro Universitário Academia e orientadora deste trabalho.

1 INTRODUÇÃO

Ao analisarmos os métodos de produção jornalística, torna-se evidente que as grandes corporações de mídia exercem um controle significativo sobre a prática do jornalismo e suas produções. Essa influência se manifesta não apenas nas pautas que são escolhidas, mas também na forma como as notícias são apresentadas e distribuídas. As empresas estabelecem diretrizes que, muitas vezes, priorizam interesses comerciais em detrimento da objetividade e da diversidade de vozes e temáticas. “O que representa uma imensa barreira aos jornalistas que tentam se manter objetivos e imparciais, uma realidade que tem mudado graças ao avanço da internet.” (CARVALHO, 2020, p.45)

Entretanto, com a ascensão da internet, o jornalismo começou a ser exercido de forma independente, o que proporcionou aos jornalistas maior autonomia em relação aos temas sobre os quais gostariam de se aprofundar e também em relação ao seus ganhos financeiros. Segundo Capoano (2022), se fosse possível definir um ponto no momento histórico da transição em que os modelos de negócios do jornalismo se encontram, poderíamos dizer que a atividade não é mais o que foi nas últimas décadas do século 20, mas ainda não é o que deverá ser neste século 21. “É um momento em que experimentação e a busca por inovação definem os novos empreendimentos e empreendedores.” (CAPOANO, 2022, p.88)

O jornalismo cultural, portanto, era visto como instrumento para críticas de livros, músicas e filmes, sustentados por anúncios publicitários voltados para as massas. No entanto, com o surgimento da internet, blogs e pequenos sites de notícias, os anunciantes começaram a questionar o valor de investir em grandes veículos de comunicação e concluíram que, em comparação com plataformas menores, direcionadas a públicos específicos, os conhecidos “nichos”, a produção jornalística direcionada se tornava cada vez mais vantajosa.

O jornalista, por sua vez, abriu-se para essa demanda do mercado, ou seja, passaram a fazer um jornalismo que atendesse a interesses específicos, ganhando

como bônus a liberdade de trabalhar de modo independente diante de um mercado, por vezes, limitado para o aumento das demandas de novos profissionais. Essa transformação trouxe um novo desafio para o jornalismo contemporâneo: convencer um público específico a pagar por conteúdo jornalístico personalizado para suas preferências de consumo. Produzir conteúdo jornalístico para o mercado de nicho começou a se mostrar uma oportunidade rentável do ponto de vista financeiro, uma vez que o aprofundamento e a apuração de informações que atendem a preferências e abordagem se tornou um diferencial valioso. "Na nova economia, a capacidade de atender a um público passou a ser tão valiosa quanto atender às massas." (ANDERSON, 2006, p. 25)

Diante desse cenário, o conceito de jornalismo cultural independente surge como uma resposta inovadora. Esse modelo, inserido no contexto do empreendedorismo de nicho, propõe uma abordagem mais especializada e personalizada. Em vez de competir com os grandes meios de comunicação, o jornalismo cultural independente se posiciona para atender a comunidades específicas com conteúdos profundos e relevantes para seus interesses particulares.

Assim, ao pensar e estruturar o jornalismo como uma possibilidade de negócio voltado para nichos, esse artigo oferece uma alternativa viável para se construir uma ideia sobre como o jornalismo cultural e independente vem, aos poucos, alinhando-se ao conceito moderno de empreendedorismo.

2 JORNALISMO CULTURAL: HISTÓRIA, CARACTERÍSTICAS E FORMATOS

O jornalismo cultural é uma construção da ideia de cultura. Dessa forma, o jornalista que escreve sobre cultura também se torna um produtor dessa mesma cultura. Ao criar esse conteúdo, ele transmite sua visão às pessoas, que, ao absorverem a informação, são "culturizadas" por ela. Em termos mais concretos, o jornalismo cultural se manifesta na segmentação da mídia que aborda as artes, o cinema, a gastronomia, a música e a literatura. No entanto, com a modernidade e o advento da internet, o jornalismo cultural também tem encoberto muitos programas cujo propósito principal é entreter. (PENA, 2005, p. 91)

Dentre as principais características, o jornalismo cultural pode abordar o modo de fazer jornalismo por meio de três pontos específicos: o informativo, que inclui textos sobre o cotidiano e as atualidades, geralmente veiculados nas agendas culturais; o ponto da opinião, onde se encontram colunas e editoriais, que expressam visões pessoais sobre temas culturais; e, por fim, o ponto da interpretação, que abrange crônicas, quadrinhos e charges. No presente artigo focaremos a nossa atenção em um blog voltado à produção de conteúdo sobre histórias em quadrinhos, que se destacam como uma forma única de expressão cultural. Uma vez que os quadrinhos não apenas entretêm, mas também oferecem críticas sociais e reflexões sobre a realidade, tornando-se uma ferramenta poderosa para a disseminação de ideias e a promoção do diálogo cultural. (VITRAL, 2023, p.11)

De modo geral, o jornalismo cultural tende a ser erudito, pois requer uma base sólida, repleta de referências em diversos campos do conhecimento, para elaborar suas críticas e informar de maneira eficaz. Essa profundidade é crucial para conquistar a credibilidade que deve vir do leitor. Além disso, o jornalismo cultural precisa manter um formato essencialmente jornalístico, fundamentado nos princípios da excelência na prática jornalística, sempre prezando pela clareza e coerência na comunicação. Assim, o profissional da área não apenas enriquece o debate cultural, mas também se estabelece como fonte confiável de informação. (PENA, 2005, p.94)

O jornalismo cultural surge como uma resposta às transformações sociais e culturais ao longo do tempo. Desde o surgimento da imprensa no século XVII, a cobertura de eventos culturais começou a ganhar espaço nas publicações, refletindo o interesse crescente por artes, literatura e sociedade. No século XIX, com o desenvolvimento de jornais e revistas voltadas para a classe média, a crítica cultural passou a se consolidar como campo específico, abordando desde exposições de arte até críticas literárias.

O jornalismo cultural influenciou o desenvolvimento da história humana em um contexto que se inicia após o Renascimento, quando as máquinas começaram a transformar a economia e a imprensa já havia sido consolidada. As ideias humanistas se propagaram, influenciando desde o teatro de Shakespeare até a filosofia de Montaigne. Essas transformações se tornaram fundamentais para as conversações e ensaios dos jornalistas culturais, que, aos poucos, fomentavam e contribuíam para o movimento iluminista. (PENA, 2005, p. 98)

Dentre essas publicações de críticas literárias ocorreu a criação da revista **The Spectator**, lançada em 1711 por Joseph Addison e Richard Steele, na Europa podemos dizer que ocorre desde então o nascimento da história do jornalismo cultural. Publicada diariamente, a revista se destacou por seu estilo acessível e por abordar questões de interesse geral, incluindo filosofia, política, e, especialmente, cultura e sociedade com o objetivo de informar culturalmente.

Essa revista tratava de assuntos diversos, como livros, óperas, festivais, política. O grande diferencial dela está no tom de conversação utilizado pelos repórteres [...] culta sem ser formal, reflexiva sem ser inacessível, apostando num fraseado charmoso e irônico. (PIZA, 2008, p. 12)

O impacto de **The Spectator** foi profundo, influenciando não apenas o jornalismo da época, mas também as publicações futuras. A revista ajudou a estabelecer o ensaio como um gênero literário respeitável e contribuiu para o surgimento de uma crítica cultural mais sistemática. Ao promover o debate sobre cultura e sociedade, **The Spectator** se tornou uma peça fundamental na evolução do jornalismo cultural, cujas ressonâncias podem ser sentidas até os dias de hoje quando estamos falando de revistas das revistas como veículo de comunicação cultural

O surgimento do jornalismo cultural no Brasil teve influência das ideias europeias como as descritas acima. Inicialmente, os jornais e revistas começaram a publicar críticas literárias, resenhas de obras e comentários sobre arte, refletindo um ambiente de social da época. Figuras como Mário de Andrade e Manuel Bandeira contribuíram para a crítica cultural na imprensa, estabelecendo um diálogo entre a literatura, a música e as artes visuais. Com o tempo, o jornalismo cultural no Brasil se consolidou com figuras como, Daniel Piza, que trabalhou na **Folha de São Paulo**; Wagner Carelli, fundador da revista **Bravo**; Sônia Nolasco, da **Gazeta**; Maurício Stycer, da **Carta Capital**, dentre outros. Contudo é necessário saber que de modo geral a crítica era a grande base do jornalismo cultural, e as revistas funcionavam para ele como uma espécie de veículo de propagação dos assuntos culturais a serem descritos,

Quem continuou a desempenhar um papel fundamental no jornalismo cultural foram as revistas, incluindo os tabloides literários semanais ou quinzenais. Em momentos de intensa agitação intelectual e artística do

século XX, em cidades que vivenciavam efervescência cultural, a presença de diversas revistas era ostensiva. Estas publicavam ensaios, resenhas críticas, reportagens, perfis, entrevistas e contos e poemas. (PIZZA, 2008, p.28)

As revistas desempenharam um papel fundamental no jornalismo cultural do século XX, propagando ideias e tendências artísticas e intelectuais. Além de publicar ensaios, resenhas, reportagens e obras literárias, essas revistas também fomentaram o desenvolvimento dos quadrinhos (HQs), oferecendo plataforma para novos talentos e estilos e demonstrando um caminho criativo a seguir para a internet a plataforma a seguir que poderia ajudar esse desenvolvimento. Esse modelo de propagação pode ser aplicado ao empreendedorismo de nicho, como visto no caso do **Vitralizado**, blog especializado do jornalista Ramon Vitral, como veremos neste artigo, que demonstra que a crítica e a divulgação de conteúdo cultural, através dos quadrinhos, ajuda na propagação que pode transcender fronteiras, influenciando diversas áreas, do jornalismo à economia criativa.

3 INDEPENDÊNCIA JORNALÍSTICA

O jornalismo independente distingue-se por não promover necessariamente a ideologia dos grupos dominantes na sociedade. Embora compartilhe objetivos semelhantes com o jornalismo alternativo, o independente não se define pela oposição à hegemonia ou causa específica. Caracteriza-se pela autonomia editorial, financiamento autônomo e diversidade de vozes, oferecendo perspectiva críticas e pluralistas.(RAINHO, 2012, p. 18)

Desse modo, quando um profissional do jornalismo não se enquadra dentro de um veículo tradicional, logo ele busca independência, que poder ser financeira, mas também editorial. Para o jornalismo cultural isso significa liberdade e não existe nada melhor para um jornalista do que poder escrever como, quando e sobre o que ele mesmo quer, desde de que suas preferências não entrem em desacordo com os objetivos do exercício da profissão. Ao acontecer de modo autônomo, a atividade jornalística atinge níveis que o ofício exercido de modo tradicional, às vezes, tende a sufocar.

A atividade autônoma é uma das atividades que mais cresce na área do jornalismo. Inúmeros fatores poderiam explicar, o principal deles é a precarização do trabalho, que faz com que o jornalista se torne um empreendedor. (RAINHO, 2012, p 19)

O jornalismo independente tem mudado a comunicação contemporânea, destacando-se como empreendimento inovador, que transforma o cenário jornalístico. Uma análise aprofundada revela estratégias eficazes adotadas por empreendedores jornalísticos em diversos contextos e períodos.

O jornalismo encontra-se em transição, rompendo com modelos tradicionais das últimas décadas do século XX, mas ainda explorando novas fronteiras no século XXI. Este período é marcado por experimentação e busca por inovação, definindo novos empreendimentos e empreendedores. (CAPOANO 2022, p.78)

Para contribuir com a construção de uma ideia sobre jornalismo independente, é muito importante considerar o papel do meio digital na estruturação do mundo contemporâneo. Não se trata de uma escolha, mas de uma necessidade para entender como as plataformas digitais moldam o consumo, produção e distribuição dos produtos jornalísticos. Elas transformam jornalistas em empreendedores, que precisam inovar para prosperar neste ecossistema mediático em constante evolução.

O jornalismo digital transcende a simples publicação de reportagens online. Envolve interação com o público por meio de enquetes, chats, vídeos, áudios e diversificação de conteúdos relacionados à reportagem. (FERRARI, 2004, p. 45)

Historicamente, o empreendedorismo no jornalismo e a construção dos relacionamentos com o mundo digital já tiveram um fomento perceptível nos anos 2000, por meio das empresas jornalísticas, como demonstra Capoano:

O empreendedorismo jornalístico e a interação digital registraram significativo crescimento nos anos 2000. Empresas jornalísticas, em parceria com empresas internacionais de telefonia, evoluíram de uma presença passiva na internet para portais dinâmicos. Essa mudança deslocou o foco da notícia, transformando-a em produto informativo e de entretenimento. (CAPOANO, 2022, p.88).

No cenário contemporâneo, as plataformas digitais têm assumido um papel central na circulação e no financiamento do conteúdo jornalístico. No entanto, essa relação é alvo de debates acirrados, pois, enquanto os veículos de comunicação reivindicam uma divisão mais justa das receitas geradas pelo uso de seu conteúdo, as empresas de tecnologia defendem que já promovem iniciativas que contribuem

para a sustentabilidade do jornalismo. Esse embate revela questões importantes sobre a independência econômica do jornalismo em relação a essas plataformas.

As plataformas digitais também argumentam que já remuneram o jornalismo e contribuem para a sustentabilidade do jornalismo por meio de iniciativas próprias, reconhecendo explicitamente ser de seu interesse um ambiente na Internet em que circule conteúdo jornalístico de qualidade. A Iniciativa Google de Notícias, o Google Destaques e o Projeto de Jornalismo do Facebook são alguns exemplos. No contexto da pandemia de Covid-19, as três iniciativas lançaram projetos emergenciais para ajudar a sustentar iniciativas de jornalismo local; no Brasil, essas empresas também têm financiado vários eventos das associações de jornalistas (CGI.br, 2023, p. X).

O jornalismo independente, impulsionado pela digitalização, revoluciona a relação entre mídia, público e mercado. Caracterizado por inovação, diversidade e autonomia, quando aliado à cultura, esse modelo promove uma sociedade informada, crítica e conectada em assuntos que muitas vezes estão fora da “caixinha”. Chegamos, então, ao empreendedorismo de nicho.

3.1 JORNALISMO INDEPENDENTE E EMPREENDEDORISMO DE NICHOS

O jornalismo independente pode se beneficiar do empreendedorismo de nicho ao focar em temas específicos e públicos segmentados, permitindo uma abordagem mais profunda e personalizada. Ao atender a demandas que grandes veículos não cobrem com a mesma atenção, como causas locais e culturais, é possível construir uma audiência fiel e engajada. Além disso, modelos de monetização, como assinaturas, doações e criação de marcas alinhadas ao conteúdo de nicho oferecem oportunidades de ganho financeiro, como destaca a obra **A Cauda Longa**.

Nossa cultura e nossa economia estão cada vez mais se afastando do foco em alguns hits relativamente pouco numerosos (produtos e mercados da tendência dominante), no topo da curva da demanda, e avançando em direção a uma grande quantidade de nichos na parte inferior ou na cauda da curva de demanda. Numa era sem as limitações do espaço físico nas prateleiras e de outros pontos de estrangulamento da distribuição, bens e serviços com alvos estreitos podem ser tão atraentes em termos econômicos quanto os destinados ao grande público. (ANDERSON, 2006, p. 50)

O empreendedorismo de nicho é uma opção crescente para jornalistas que decidem escrever sobre áreas específicas de interesse, como cultura, tecnologia ou sustentabilidade. Esses profissionais enfrentam desafios únicos, como a dificuldade

de encontrar um público-alvo engajado e o fato deles não terem o apoio de grandes veículo de comunicação também passou a ser bom, pelo fato de entenderem a internet como aliada. Segundo defende Capoano (2022), as verbas não desapareceram, elas foram redirecionadas, mudando de mãos. No caso, saíram do caixa dos jornais, revista e emissoras de radiodifusão e migraram massivamente para a internet, o que destaca a importância de o profissional da área estar aberto para as novas formas de exercer o jornalismo.

O novo jornalista deve ser, necessariamente, um empreendedor capaz de perceber o cenário mutante em que vive, tanto sob o ponto de vista das tecnologias, como do interesse público. Mídias sociais e interatividade transformaram o ecossistema de forma decisiva. (CAPOANO 2022, p.100)

Ao focar em um nicho, esses jornalistas têm a oportunidade de se tornar referências em suas áreas, criando um conteúdo relevante e direcionado que atende às demandas de um público ávido por informações especializadas, mas também precisam saber que o caminho da independência tem sua dose de desafio pessoal.

Ao finalizar o livro **Jornalismo Cultural**, Daniel Piza fala sobre essas dificuldades.

Os temores que senti, principalmente nos primeiros cinco anos de carreira, eram de que o jornalismo cultural fosse caminhar para um plano ainda menor: o cercamento da opinião crítica, a redução de espaços, as pressões para o predomínio dos assuntos de grande audiência, a regra de equivalência com outras seções, e o fim ou transformação de muitos suplementos de livros. Tudo isso me angustiava, pelo simples fato de que eu percebia que um número considerável de leitores não era atendido. Além disso, sempre notei que os cadernos culturais, em diversas áreas, tiveram um enorme poder de cativar tanto o público leitor quanto o não leitor. (PIZA, 2008 p.114)

Os desafios são parte do processo, pois assim como no empreendedorismo, é fundamental reconhecer que o jornalismo cultural independente também oferece recompensas únicas. A liberdade de explorar temas profundos e especializados, a oportunidade de desenvolver uma voz autêntica e a possibilidade de construir uma comunidade engajada e apaixonada por assuntos culturais são apenas alguns dos benefícios. Além disso, a independência permite aos jornalistas culturais assumir riscos criativos e desafiar as narrativas dominantes.

O empreendedorismo de nicho no jornalismo cultural é uma estratégia, que consiste em identificar e atender às necessidades específicas de um grupo seleto de leitores, geralmente ignorados pelo mercado massivo. Ao focar em um nicho

específico, os jornalistas culturais podem desenvolver conteúdo personalizado, estabelecer relacionamentos profundos.

4 INDEPENDÊNCIA E CULTURA DE NICHOS NO VITRALIZADO

Nascido e criado em Juiz de Fora (MG), formado em Jornalismo pela UniAcademia (CES-JF), Ramon Vitral é um renomado jornalista brasileiro especializado em quadrinhos e cultura. Com uma carreira destacada em veículos como **Folha de S.Paulo**, **O Globo**, **Rolling Stone**, **Galileu**, **UOL** e **Nexo**, Ramon Vitral se firmou como uma voz autorizada no jornalismo cultural brasileiro, quando o assunto são as HQs. Fundador, em 2012, do blog **Vitralizado**¹, um dos principais espaços de quadrinhos do Brasil, ele também organiza o Prêmio Grampo de Grandes HQs desde 2016. Vencedor do Prêmio Editora Globo de Jornalismo em 2016 e 2017, Ramon Vitral é conhecido por seu trabalho, que atende a um nicho específico, os aficionados por quadrinhos. Seu trabalho é destaque internacional, como ele mesmo deixa claro ao ser entrevistado no podcast **SobreTUDO**.

Hoje, o Vitralizado é o organizador de um dos principais prêmios de jornalismo no Brasil. Eu acho difícil encontrar outro espaço que reúna tantas pessoas incríveis e extraordinárias relacionadas aos quadrinhos, tanto no Brasil quanto no exterior. O conteúdo que o Vitralizado oferece se tornou um dos maiores acervos sobre histórias em quadrinhos do Ocidente. (VITRAL *apud* BARA, 2022)

Ramon também foi idealizador e editor da **Série Postal** (coleção de histórias em quadrinhos em formato de postal, com o apoio do projeto **Rumos Itaú Cultural**, com o total de 24 peças em dois anos). Foi colunista do site do **Instituto Itaú Cultural**. Em 2022, integrou o júri do **Prêmio Jabuti** em histórias em quadrinhos. Seu livro **Vitralizado - HQs e o Mundo** (2023) consolida seu legado e possibilitou fazer conteúdo aprofundado para este nicho, os amantes de quadrinhos, um assunto que despertou o seu interesse desde muito cedo.

Histórias em quadrinhos fazem parte da minha vida como qualquer leitura. E elas estão muito relacionadas também ao meu interesse por jornalismo. As

¹ As informações sobre o Vitralizado têm como fontes o próprio blog, disponível em: <<https://vitralizado.com/>> e o perfil da UniAcademia no Spotify, no décimo quinto episódio da segunda temporada do podcast SobreTUDO, conduzido pela jornalista Gilze Bara, que entrevistou Ramon Vitral e que está disponível em: <<https://open.spotify.com/episode/4r1s3xR7wkkDDksrR4pdAv?si=ONmUn9DBQGmCJZ3aVWtO9A>>.

memórias mais antigas que tenho de leitura são da turma da Mônica, de Menino Maluquinho, o que me levou muito às últimas páginas dos cadernos de cultura.(VITRAL *apud* BARA, 2022)

Segundo Rogério de Campos, editor da **Veneta** e autor de **Imageria – O Nascimento das Histórias em Quadrinhos**, Vitral é a prova de que essa forma de expressão artística é fundamental para a análise cultural contemporânea. Campos, que também assina uma das orelhas de **Vitralizado - HQs e o Mundo** reforça a ideia de que Ramon Vitral se destaca como uma figura essencial no jornalismo cultural, especialmente no contexto dos quadrinhos, como uma importante ferramenta para compreender nosso tempo, onde sua obra contribui significativamente para a compreensão das narrativas e das dinâmicas sociais que nos cercam.

Como um dos fundadores da editora **Veneta**, Campos tem sido responsável por títulos que moldaram a cena dos quadrinhos nas últimas duas décadas, reafirmando a importância do jornalismo cultural na valorização e na crítica dessa arte. Uma afirmação muito válida que, analiticamente, pode ser compreendida dentro do empreendedorismo de nicho como *expertise* das redes de contatos, o que pode fortalecer uma marca através de colaborações estratégicas que resultem em um diferencial, o que para o empreendedor de nicho faz toda a diferença.

4.1 O RAIO-X DAS ATIVIDADES EMPREENDEDORAS DE NICHOS DO VITRALIZADO

Ramon Vitral desenvolve uma série de atividades empreendedoras no blog **Vitralizado**, que fortalecem sua presença no jornalismo cultural. Entre elas, destacase a venda de entrevistas para grandes veículos, onde seus textos ganham destaque. Além disso, ele trabalha na construção da marca Vitralizado por meio da criação e comercialização de artigos, como camisetas, ecobags e pôsteres (Figuras 1, 2, 3 e 4). Outro projeto significativo é a publicação de um livro que compila o conteúdo do blog, ampliando sua influência e alcance. As parcerias com artistas reconhecidos na área são uma estratégia eficaz para atrair ainda mais interesse e potenciais investimentos, reforçando a relevância do jornalismo cultural que ele

desenvolve. Essas iniciativas não apenas diversificam suas fontes de receita, mas também fortalecem a comunidade em torno da arte e da cultura.

FIGURA 1 –Camiseta Vitralizado anunciada no blog de Ramon Vitral



Fonte: Blog Vitralizado

FIGURA 2–Ecobag Vitralizado

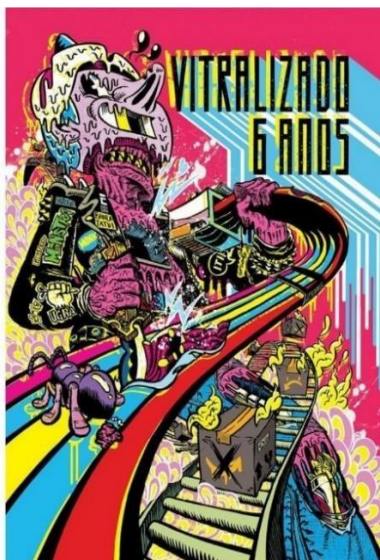


Fonte: Blog Vitralizado

O **Vitalizado** tem se fortalecido como marca por meio de diversas parcerias estratégicas. Um dos destaques é a colaboração com Galvão Bertazzi, cartunista da **Folha de São Paulo**, que criou a arte da camiseta (Figura 1), ampliando a visibilidade da marca nas redes sociais. Os cartazes confeccionados e que podem ser adquiridos pelo público também contam com a criação de grandes designers, como uma edição, por exemplo, que ficou a cargo do Atelier de Encadernação Caderno Listrado, reconhecido pela excelência em produção gráfica.

Para a capa do livro, que compila o conteúdo do blog, outra parceria com a ilustração de Fábio Zimbres, artista premiado com o HQMix, artista que possui envergadura nacional no mundo dos quadrinhos. Além disso, Ramon compartilha em seu Instagram momentos com Laerte Coutinho, uma das cartunistas mais influentes do Brasil, fortalecendo, por meio da rede social, a possibilidade de se conectar a empresas de público engajado, ampliando as oportunidades de vendas através de conteúdo visual atraente. Por fim, o **Vitalizado** também autoriza parte da reprodução de seus conteúdos em plataformas como Spotify e Youtube, o que expande ainda mais sua presença digital e acessibilidade.

FIGURA 3 - Pôster Vitalizado



Fonte: Instagram Ramon Vitral

FIGURA 4 - Pôster Vitalizado



Fonte: Instagram Ramon Vitral

Já os produtos personalizados, como ecobags, canecas e camisetas, não apenas ampliam a visibilidade da marca, mas também criam uma conexão emocional com os fãs. Além disso, o site lançou um livro que compila o melhor do conteúdo do blog, proporcionando uma experiência mais rica e acessível aos leitores. Essa diversificação de produtos reforça a identidade do **Vitralizado** e contribui para sua sustentabilidade financeira.

FIGURA 5 - Caneca com a antiga marca Vitralizado



Fonte: Instagram Ramon Vitral

Outra importante fonte de visibilidade e, provavelmente, de receita, do **Vitralizado** vem das vendas de suas reportagens para grandes veículos de comunicação. Vitral já publicou matérias sobre HQs em renomadas publicações, como **Folha de S.Paulo** e **O Globo**, **O Estado de S. Paulo**, **Rolling Stone**, **UOL** e **Nexo**. Além disso, o autor foi colunista no site do

Instituto Itaú Cultural e recebeu reconhecimento pelo seu trabalho, sendo premiado em 2016 e 2017 com o Prêmio Editora Globo de Jornalismo na categoria Educação e Cultura, por matérias veiculadas na revista **Monet**. Essa trajetória reforça a credibilidade e a relevância do **Vitralizado** no cenário jornalístico.

Quando preciso escrever uma matéria, como freelancer, eu busco um artista que esteja lançando uma obra no Brasil, faço uma entrevista com ele e escrevo o texto. Em seguida, vendo a matéria para a Folha. A íntegra da entrevista que eu fiz, eu publico no meu blog. A matéria que vendo explica o básico sobre o artista, introduzindo-o ao público. Já no blog, disponibilizo a entrevista completa, sem cortes. (VITRAL *apud* BARA, 2022)

FIGURA 6 - Reportagem de Vitral publicada no jornal Folha de São Paulo, em 13/12/2023



Fonte: Instagram Ramon Vitral

FIGURA 7 - Reportagem de Vitral publicada no jornal Folha de São Paulo em julho de 2024



Fonte: Instagram Ramon Vitral

Além disso, o livro derivado do **Vitralizado**, escrito por Ramon Vitral, convida o leitor a mergulhar em uma perspectiva sobre o mundo, refletindo

sobre como as histórias em quadrinhos se entrelaçam com as vivências cotidianas das pessoas. Com uma abordagem que captura a essência da vida moderna, a obra mantém o público cativado ao explorar temas que ressoam na realidade contemporânea. Como destaca Érico Assis, jornalista e crítico especializado em HQs,

O Ramon consegue aquela frase chave que as pessoas nunca tinham conseguido sintetizar, extraindo a relação do quadrinho com o mundo maior e os contextos em que essa gente vive. Nesse sentido, o livro se torna uma ferramenta poderosa para entender a comédia e a tragédia de ser uma pessoa no século 21 que faz gibi, revelando a profundidade e a relevância do gênero na sociedade atual.” (apud VITRAL, 2023)

Em suma, o **Vitralizado** se destaca como uma plataforma que não apenas celebra os quadrinhos, mas também oferece uma visão única que ressoa profundamente com os amantes desse gênero. Através de suas reportagens, produtos personalizados e conteúdo engajado, Ramon Vitral consegue empreender de forma eficaz em um nicho específico, conectando-se com pessoas que vêem os quadrinhos como uma forma de expressão e reflexão sobre o mundo. Essa abordagem não apenas fortalece a comunidade de fãs, mas também destaca a relevância cultural dos quadrinhos, promovendo um diálogo contínuo que dentre seus objetivos também pode fomentar seu empreendedorismo de nicho.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O **Vitralizado** se destaca como um exemplo claro de como o jornalismo cultural pode se tornar uma ferramenta poderosa para o empreendedorismo de nicho. Ao criar conteúdo direcionado a um público específico, interessado no universo dos quadrinhos e da cultura pop, o blog consegue engajar seus leitores de maneira eficaz e estabelecer uma base de fãs fiel. Esse tipo de conexão estreita entre o produtor de conteúdo e o público não só gera um alto nível de interação, mas também abre portas para monetização através da venda de produtos, publicações exclusivas e outras iniciativas comerciais, que reforçam a sustentabilidade do projeto.

Além disso, o blog adota os quadrinhos como uma linguagem única e poderosa para tratar de questões culturais, sociais e artísticas. Ao utilizar esse formato como ferramenta de expressão, o **Vitralizado** consegue discutir temas relevantes do universo das HQs de forma profunda e envolvente, estimulando o pensamento crítico e a reflexão entre seus leitores. A abordagem vai além da simples informação, promovendo uma discussão contínua sobre o papel dos quadrinhos na sociedade contemporânea, e sua importância como forma de arte e expressão cultural.

Apesar de ser um exemplo de empreendedorismo de nicho, o blog **Vitralizado** demonstra uma postura tímida em relação à expansão de seu alcance, limitando-se ao formato de blog e sem explorar plataformas que poderiam potencializar sua audiência, como YouTube, Spotify. Essa ausência em meios mais dinâmicos restringe a visibilidade de seu conteúdo e reduz as oportunidades de engajamento com públicos que, mesmo dentro do nicho, buscam informações em formatos diversos, como vídeos e podcasts, dificultando o aproveitamento pleno de seu potencial de mercado.

Por fim, **Vitralizado** se destaca por ser um espaço autêntico e criativo, que não apenas se preocupa com a produção de conteúdo, mas também com a criação de uma comunidade em torno dos quadrinhos e da cultura pop. Através do seu trabalho, Ramon Vitral contribui para a valorização do jornalismo cultural independente, propondo uma abordagem acessível e rica, que dialoga diretamente com sua audiência. Esse modelo de comunicação fortalece ainda mais a relação entre arte e público, criando um ambiente de troca contínua que beneficia tanto os criadores quanto os fãs desse nicho.

ABSTRACT

The article analyzes the instrumental character of independent cultural journalism as an enterprise. It seeks to correlate concepts related to journalism with the substantial definition of entrepreneurship, which identifies opportunities in problems and, based on this identification, develops strategies that impact society creatively and positively. To support this perspective, literary works directly addressing the

topic were analyzed, and interviews with niche entrepreneurs were conducted to provide a realistic view of the approach and the journalism job market. In conclusion, the article argues that independent cultural journalism, when approached as an entrepreneurial endeavor, becomes a modern tool for addressing specific market demands and catering to particular interests.

Keywords Independent Journalism, Cultural Journalism, Niche, Entrepreneurship.

REFERÊNCIAS

- ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Objetiva, 2006.
- BARA, Gilze. **Entrevista com Ramon Vitral**. SobreTUDO, 2º Temporada, ep. 15, 2022. Disponível em: <<https://open.spotify.com/episode/4r1s3xR7wkkDDksrR4pdAv?si=ONmUn9DBQGmCJZ3aVWtO9A>>. Acesso em: 24 de outubro de 2024. Podcast.
- CAPOANO, Edisom. (Ed.). **Como se banca o jornalismo?** Modelos, tendências e reflexões sobre o financiamento da mídia. Atenta Editora, 2022.
- CARVALHO, Ana Paula. **Empreendedorismo para jornalistas**: modelos de negócio, gestão e inovação. 1ª ed. São Paulo: Inter Saberes, 2020.
- CGI.br. **Estudo sobre remuneração do jornalismo pelas plataformas digitais**. FENAJ, 2023. Disponível em: https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2023/05/CGIbr_Estudo_Remuneracao_Jornalismo_pelas_Plataformas_Digitais-1.pdf. Acesso em: 9 dez. 2024.
- FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2004.
- PENA, Felipe. **100 perguntas sobre jornalismo cultural**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Riosociedade Cultural Ltda, 2005.
- PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural**. 3ª ed. São Paulo: Contexto, 2008.
- RAINHO, José Marcos. **Jornalismo Freelance**: empreendedorismo na comunicação. São Paulo: Summus, 2008.
- VITRAL, Ramon. **Vitralizado -HQs e o Mundo**. 1ª ed. Goiânia: MMarte, 2023.
- VITRALIZADO. **Entrevistas, Reportagens, Sobre**. Disponível em: <<https://vitralizado.com/>>. Acesso em: 03 de setembro de 2024. Blog.