



# SARAH HARRELSON, THE MYTH BEHIND *CULTURED*

**EN** One must be a little crazy, a bit stubborn, and kind of foolish to embark on the journey of creating a magazine nowadays. The volatile economic landscape, shifting audience preferences, and the democratization of information through digital platforms have made the already competitive and highly demanding publishing industry, even more competitive and highly demanding.

SARAH HARRELSON BY JEREMY LIEBMAN



Fortunately, there are still some wild dreamers left in the world—those who make the impossible seem possible. Sarah Harrelson, founder and editor-in-chief of *Cultured*, is one of those dreamers who, against all odds, turned her passion into a career. Some might call her an idealist, others an optimist or a visionary, but the truth is that, to succeed, one needs a lot of courage, determination, and then... just hope for the best. For Harrelson, "my motivation was purely creative and not a business move. I did not have a business plan, and for the first year or so, I was operating issue to issue with a sole focus on the content and nothing else." Sarah began her career at a turning point for the publishing industry: too late to experience the Golden Age of Journalism, yet too soon to lead the digital transformation. The '90s became a crossroads for young journalists, who longed to produce stories like their predecessors but had to adapt to a new reality—the future of journalism: the internet. "When I was in college in the '90s in NYC, my professors said, 'You [journalists] will likely never amount to anything, never get paid a living wage, and should consider any other career.' But I was smitten. It was really all I ever wanted to do. Journalism seemed too important to me, and I yearned to be in the world of journalism."

At the time, Harrelson was interning at *Elle magazine* in New York before moving to Miami, where her career truly took off. "I moved to Miami at a very interesting time. It was 2002, and I remember a famous architect saying, 'This is the only city in America where you can still shape the skyline,'" she noted. "What this comment embodied was that there was real hope, openness, and possibility in the city at that time. Many people say Miami is the capital of South America, and culturally, I learned a lot." Her trajectory in journalism includes launching the Home and Design section of the *Miami Herald*, leading the editorial teams of *Ocean Drive* and *Art Basel Magazine* as Editor-in-Chief, and founding *Whitehaus Media Group*. "Learning about what makes a strong story and being around the newsroom (TV and newspaper) was an exhilarating experience. Also, the rigor and discipline I witnessed in my older peers was inspiring to watch," Sarah comments on her experience. It was in Miami, amid the vibrant international arts scene and cultural richness, that her magazine *Cultured* was conceived. Since its inception, *Cultured* has distinguished itself for its ability to spot talent and celebrate culture. The strength of the magazine lies in its understanding of the world around us, portrayed with wit, awe, and smart commentary. "My motivation was to cover people who mattered to me and create a beautiful magazine I could be proud of. I wasn't concerned about what the reception would be; in fact, I was certain it wouldn't be embraced by the community," Sarah affirmed. On the contrary, the magazine has become a beacon of creativity and innovation in the cultural industry, offering a space to celebrate the diverse nuances of art.

The eclecticism of *Cultured's* talent portfolio spans the art and music scenes, architecture, Hollywood, interior design, fashion, literature, and more—



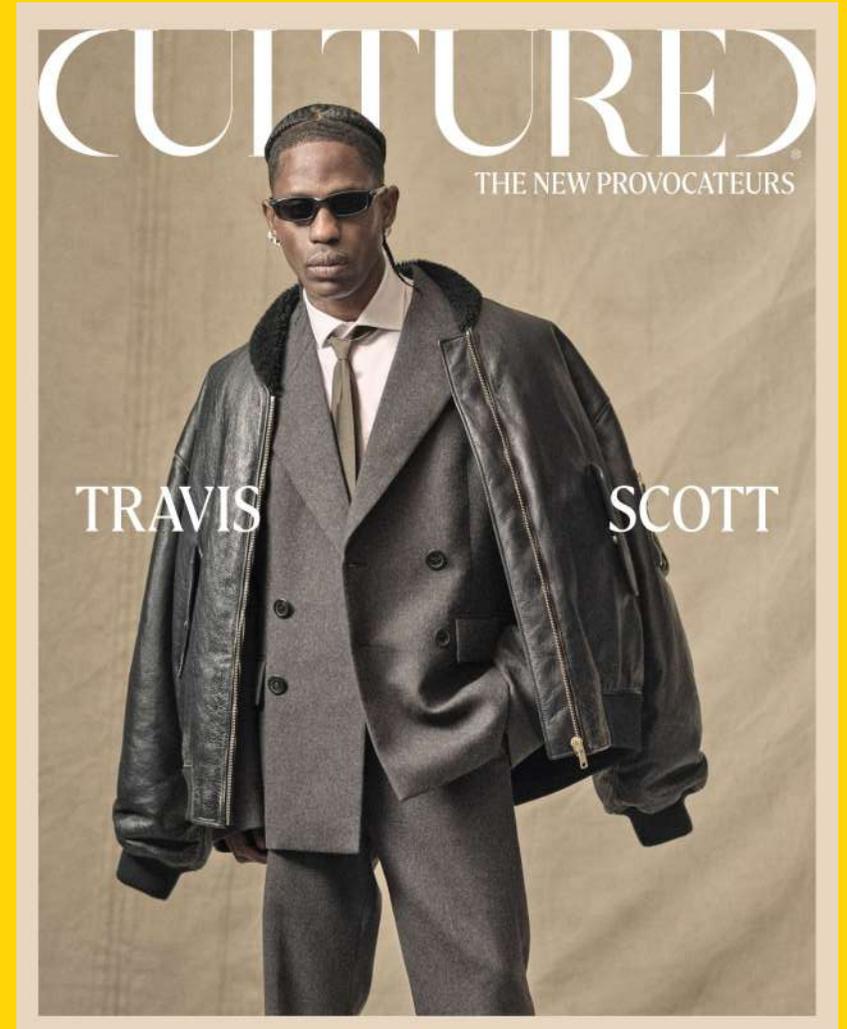
proving that a pop star can hold the same cultural significance as an artist, curator, or poet. "As our audience has grown, I've been able to run interviews with some of my favorite artists and creatives, including Cecily Brown, Alex Katz, Jane Fonda, Jenny Holzer, Lisa Taddeo, Patrick Radden Keefe, Jerry Saltz, Travis Scott, and George Condo, to name a few," Harrelson says. The wide tapestry of creatives who have graced *Cultured's* pages has positioned the publication as an essential read for forward-thinking individuals. "I love meeting artists on the cusp of a career-changing moment. This is often the most exciting time," she added. So, is there a magic recipe for creating a cultural magazine nowadays? Probably not... "It's about doing the actual 'work' and research," Harrelson says. With this hands-on approach, *Cultured* has become a trendsetter, enhancing its relevance in today's culture. Through careful curation and openness to different visions of creativity, the publication has defied all odds and remains a trusted voice for discerning readers. Sarah's story proves that the press is not dead and that journalism still matters if it is done with passion. So, here's to all the stubborn and those with the crazy dreams, because, like Sarah Harrelson, they believed when no one else did. And as they paved their journeys and shattered all barriers, they proved that in order to succeed, one must show a little bit of insanity.

Written by Carolina Benjumea.  
Translated by Cécile Seynaeve.



SARAH'S STORY PROVES  
THAT THE PRESS IS NOT DEAD  
AND THAT JOURNALISM STILL MATTERS  
IF IT IS DONE WITH PASSION.

SO, HERE'S TO ALL THE STUBBORN  
AND THOSE WITH THE CRAZY DREAMS,  
BECAUSE, LIKE SARAH HARRELSON,  
THEY BELIEVED WHEN NO ONE ELSE DID.



# SARAH HARRELSON, LE MYTHE DERRIERE *CULTURED*



BOWEN YANG BY LEE MARY MANNING



OCEAN VUONG BY OUIL LEMONS



RACHEL SENNOTT BY SAM NIXON



TEYANA TAYLOR BY EMMAN MONTALVAN

**FR** On doit être un peu fou, un peu têtus, et quelque peu insensé pour se lancer dans la création d'un magazine de nos jours. Le paysage économique volatile, les préférences changeantes du public, et la démocratisation de l'information à travers les plateformes numériques ont rendu l'industrie de l'édition, déjà très compétitive et exigeante, encore plus compétitive et exigeante.

Heureusement, il reste encore des rêveurs fous dans ce monde – ceux qui rendent l'impossible possible. Sarah Harrelson, créatrice et rédactrice en chef de *Cultured*, est l'une de ces rêveuses qui, contre toute attente, a fait de sa passion sa carrière. Certains pourraient la qualifier d'idéaliste, d'autres d'optimiste ou de visionnaire, mais la vérité, c'est que, pour réussir, on a besoin de courage, de détermination et puis... on a plus qu'à espérer le meilleur. Pour Harrelson, « ma motivation était purement créative et non une démarche commerciale. Je n'avais pas de *business plan*, et pendant environ un an, je me contentais de faire un numéro à la fois en me focalisant uniquement sur le contenu et rien d'autre ». Sarah a commencé sa carrière à un moment charnière pour l'industrie de l'édition. Trop tard pour expérimenter l'âge d'or du journalisme, mais trop tôt pour mener la transformation digitale. Les années 90 furent un carrefour pour les jeunes journalistes, désireux de produire des histoires comme l'avaient fait leurs prédécesseurs, mais qui devaient s'adapter à une nouvelle réalité, le futur du journalisme : internet. « Quand j'étais à l'université dans les années 90 à New York, mes professeurs ont dit 'Vous [*les journalistes*] n'évolueriez probablement jamais, vous ne gagnerez jamais suffisamment et devriez choisir une autre carrière.' Mais j'étais fascinée. C'était vraiment la seule chose que je voulais faire. Le journalisme me semblait beaucoup trop important, je n'aspirais qu'à faire partie du monde du journalisme. »

À l'époque, Harrelson fait un stage pour le magazine *Elle* à New York avant de s'installer à Miami, où sa carrière a vraiment décollé. « Je suis partie à Miami à une période très intéressante. C'était en 2002 et je me souviens qu'un architecte célèbre disait : 'C'est la seule ville en Amérique où on peut encore façonner l'horizon' », a-t-elle précisé. « Ce que ce commentaire démontre qu'il y avait encore de l'espoir, de l'ouverture et des possibilités dans cette ville à l'époque. Beaucoup disent que Miami est la capitale de l'Amérique latine et, sur le plan culturel, j'ai beaucoup appris. » Son parcours en journalisme inclut le lancement de la section « Maison et Design » du Miami Herald, la direction des équipes

éditoriales d'*Ocean Drive* et du magazine *Art Basel* en tant que rédactrice en chef et la création du groupe *Whitehaus Media*. « En apprendre plus sur ce qui crée une histoire forte et être au cœur de l'information (télévision et journaux) a été une expérience enrichissante. Et puis, la rigueur et la discipline que j'observais chez mes pairs plus expérimentés étaient aussi inspirantes », commente Sarah sur son expérience. C'était à Miami, parmi la scène vibrante d'artistes internationaux, que son magazine *Cultured* fut conçu. Depuis sa création, *Cultured* s'est distingué par sa capacité à repérer les talents et à célébrer la culture. La force du magazine repose sur sa compréhension du monde qui nous entoure, représentée avec esprit, surprise et intelligence. « Ma motivation, c'était de représenter des gens qui comptaient pour moi et de créer un beau magazine dont je pourrais être fière. Je n'étais pas inquiète de l'accueil qui lui serait fait ; en fait, je n'étais même pas certaine qu'il serait apprécié par la communauté », a affirmé Sarah. Au contraire, le magazine est devenu un pilier de la créativité et de l'innovation dans l'industrie culturelle, offrant un espace pour célébrer les nuances variées de l'art.

L'éclectisme du portfolio de talents de *Cultured* s'étend aux scènes artistiques et musicales, à l'architecture, à Hollywood, au design d'intérieur, à la mode et à la littérature et bien plus encore, prouvant ainsi qu'une star de la pop peut avoir le même impact culturel qu'un artiste, un curateur ou un poète. « Avec la croissance de notre public, j'ai pu mener des interviews avec certains de mes artistes et créateurs favoris, parmi eux, Cecily Brown, Alex Katz, Jane Fonda, Jenny Holzer, Lisa Taddeo, Patrick Radden Keefe, Jerry Saltz, Travis Scott et George Condo pour n'en citer que quelques-uns », confie Harrelson. La vaste variété de créateurs qui a honoré les pages de *Cultured* a positionné le magazine comme une lecture essentielle pour les avant-gardistes. « J'adore rencontrer des artistes qui sont à un moment décisif de leur carrière. C'est souvent la période la plus excitante », ajoute-t-elle. Alors, existe-t-il une recette magique pour créer un magazine culturel à notre époque ? Probablement pas... « Tout part du travail fourni et de la recherche », dit Harrelson. Grâce à cette approche, *Cultured* est devenu un créateur de tendances, renforçant son importance sur la culture de nos jours. À travers une édition soignée et une ouverture d'esprit à différentes perceptions de la créativité, le magazine a réussi à relever les challenges et reste une voix de confiance pour les lecteurs avertis. L'histoire de Sarah prouve que la presse n'est pas morte, et que le journalisme a toujours son importance quand il est fait avec passion. Alors, ceci est pour tous les têtus et pour ceux qui ont des rêves fous, parce que, tout comme Sarah Harrelson, ils y ont cru quand personne d'autres ne le faisait. Et alors qu'ils tracent leur chemin et démolissent toutes les barrières, ils prouvent que pour réussir, on doit montrer un peu de folie.

Écrit par Carolina Benjumea.  
Traduit par Cécile Seynaeve.

L'HISTOIRE DE SARAH PROUVE  
QUE LA PRESSE N'EST PAS MORTE,  
ET QUE LE JOURNALISME A TOUJOURS  
SON IMPORTANCE QUAND IL EST FAIT  
AVEC PASSION.



ALORS, CECI EST POUR TOUS LES TÊTUS  
ET POUR CEUX QUI ONT DES RÊVES  
FOUS, PARCE QUE, TOUT COMME SARAH  
HARRELSON, ILS Y ONT CRU QUAND  
PERSONNE D'AUTRES NE LE FAISAIT.