

Seriado simulado em revista:

apontamentos sobre a transição de *Bravo!* ao formato digital



Silvana Copetti Dalmaso¹
Anna Cavalcanti²

Resumo: Este artigo tem como objetivo analisar processos de transição, para a versão digital, da revista de cultura *Bravo!* que, em agosto de 2016, foi relançada na internet. Ao acionar em si referências midiáticas a partir de outro produto em emergência, a série audiovisual, a revista busca manter a legitimação por meio de novas narrativas e temporalidades, relativas ao contexto digital e serial. A pesquisa exploratória do site, por meio da Análise de Conteúdo e da definição de unidades de contexto e de registro e de uma categoria de análise, permitiu buscar associações entre as especificidades do jornalismo de cultura digital e da linguagem de seriado.

Palavras-chave: Seriados. Jornalismo de revista. Jornalismo digital. *Bravo!*

¹ Doutora em Comunicação e Informação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Email: silvana.dalmaso@gmail.com.

² Mestre em Comunicação e Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Email: annacavalcanti@gmail.com.

Seriado simulado en revista: apuntes sobre la transición de *Bravo!* al formato digital

Resumen: Este artículo tiene como objetivo analizar procesos de transición al versión digital de la revista de cultura *Bravo!* que se relanzó en internet en agosto de 2016. Al accionar en sí referencias mediáticas a partir de otro producto en emergencia, la serie audiovisual, la revista busca mantener la legitimación por medio de nuevas narrativas y temporalidades, relativas al contexto digital y serial. La investigación exploratoria del sitio, a través del análisis de contenido y la definición de unidades de contexto y de registro y de una categoría de análisis, permitió buscar asociaciones entre las especificidades del periodismo de cultura digital y del lenguaje de seriado.

Palabras clave: Series. Periodismo de revista. Periodismo digital. *Bravo!*

Simulation of series in magazine: notes about *Bravo!* transition to digital format

Abstract: This article aims to analyze the transition processes of *Bravo!* to digital version. The website was relaunched on internet in August 2016. By triggering in itself mediated references from

another currently emergent product, the TV series, the magazine seeks legitimation through new narratives and temporalities, relating to the digital and serial context. The exploratory research of the site, through Content Analysis and the definition of context and registration units in addition to a category of analysis, allowed us to search for the associations between the specificities of digital journalism and the language of TV series.

Keywords: TV series. Magazine Journalism. Digital Journalism. *Bravo!*

1 Introdução

Entendemos o jornalismo como um campo de relações capaz de construir a realidade por meio do estabelecimento de hierarquias, mediando categorias de visibilidade alicerçadas na confiança, na credibilidade e no prestígio. O jornalismo cultural, enquanto especialidade jornalística, afirma seu lugar supostamente perito a partir de uma relação de confiança estabelecida com o leitor. Diz a ele o que deve ser lido, visto e assistido, ou seja, escolhe entre o que é relevante e o que pode ser silenciado a partir de seus critérios, propondo desse modo um contrato de comunicação ao leitor (CHARAUDEAU, 2006).

O conhecimento produzido a partir da credibilidade construída por meio da leitura da realidade, de acordo com Miguel (1999, p. 197), faz do jornalismo um sistema perito, “um sistema de excelência técnica cuja efetividade repousa na confiança depositada por seus consumidores”. Depreendemos, então, que o jornalismo, enquanto sistema perito, é capaz de estabelecer hierarquias, conceder visibilidade e prestígio, estabelecendo o que é relevante e, portanto, digno de atenção.

Como parte do universo de publicações fundamentais à construção do jornalismo cultural brasileiro, a revista impressa *Bravo!* exerceu um papel estratégico essencial como perito, reiterando a existência de um espaço de legitimação em suas páginas. Lançada em outubro de 1997, a *Bravo!* permaneceu no mercado por quase 16 anos, somando, ao todo, 192 edições, distribuídas mensalmente, abordando música, cinema, artes visuais, livros, teatro e dança.

Em todas as capas de *Bravo!*, para referenciar o mês de origem da edição, encontrávamos a seguinte frase: “O melhor da cultura em [mês e ano da publicação]”. Por meio dessa citação, a revista se proclamava como detentora da capacidade de elencar quem ou quais foram os melhores representantes da cultura em um determinado mês, seja um artista, uma obra de arte ou uma peça de teatro (CAVALCANTI, 2016). Ainda que a escolha fosse feita com base em critérios analíticos e conceituais, sempre expostos e articulados

por jornalistas especializados nas áreas específicas, percebe-se que a revista se proclamava desde então como detentora de um capital simbólico (BORDIEU, 2003) com poder para dar voz aos eleitos de cada edição e proclamá-los como o que existia de melhor na cultura daquele momento.

Em agosto de 2016, após três anos fora de circulação, a *Bravo!* voltou em versão digital, relançada pelos jornalistas e publishers Helena Bagnoli e Guilherme Werneck³, ex-executivos da Abril. O retorno do título, além de suscitar questões sobre esse lugar de ascensão do jornalismo cultural – a internet –, propõe-nos um olhar acerca desse novo projeto, em novo formato, que surge. Apesar de, anteriormente, a *Bravo!* ter possuído site, com conteúdos exclusivos para assinantes, a revista nunca tinha tido um formato integralmente online, conforme atualmente acontece.

Este artigo tem como objetivo investigar a forma como a revista de cultura *Bravo!* migrou, em 2016, para o formato digital, acionando em si referências midiáticas a partir de outro produto em emergência no momento, a série audiovisual. Ao longo de 16 anos de existência, a *Bravo!* atuou no mercado editorial brasileiro como um veículo de referência no campo do jornalismo cultural impresso e, ao lançar-se na internet, aponta para questões importantes que propomos desenvolver neste trabalho: quais características do ambiente digital a revista assimilou em sua nova versão na internet? O que os novos publishers procuraram manter de sua essência editorial? De que forma a *Bravo!* fez sua própria mediação, ao transigir para o online? Tais questionamentos situam-se na perspectiva de uma sociedade atravessada pela midiatização, pela presença das mídias que, agora, não apenas mediam, mas organizam as manifestações e as práticas do contemporâneo, entre elas, o jornalismo.

A fim de mapear e identificar os entrecruzamentos entre formatos midiáticos que estão presentes na *Bravo!* digital, utilizaremos os aportes metodológicos da Análise de Conteúdo (BARDIN, 2016), que nos permite estudar aspectos específicos do corpus em um recorte delimitado, sem descontextualizá-lo do todo. O recorte empírico, neste caso, é a temporada zero da versão digital da revista *Bravo!*. O contexto que a envolve é a própria migração da revista para o formato digital. Após a pesquisa exploratória do conteúdo visual e textual do site, buscamos mapear e identificar os elementos que sinalizavam processos midiatizados. Inicialmente, relacionamos o novo formato da revista às reflexões acerca da ambiência midiatizada contextual (FAUSTO NETO, 2008; GOMES, 2006), apontando os atravessamentos de linguagens entre a série audiovisual e a revista digital. Para esse percurso, identificamos aspectos relativos à linguagem dos seriados (SILVA, 2014; JOST, 2012; ESQUINAZI,

³ Helena Bagnoli trabalhou por mais de 15 anos no Grupo Abril e presidiu a MTV entre 2010 e 2013, e Guilherme Werneck, que teve passagens por revistas segmentadas da Abril, dirigiu a revista Trip e atuou como diretor digital na MTV.

2011), vinculando-os às especificidades do jornalismo digital (PALACIOS, 2003; CANAVILHAS, 2014) e de revista (SCALZO, 2003; BENETTI, 2013; SCHWAAB; TAVARES, 2013).

Desse modo, seguindo as formulações de Bardin (2016) sobre as aplicações da Análise de Conteúdo, vamos considerar a versão digital de *Bravo!* como uma *unidade de contexto*, a qual envolve tanto a linguagem da revista no ambiente digital como também suas características como veículo impresso. Assim, discutir este novo espaço ocupado pela revista, estabelecendo relações com os princípios editoriais da versão impressa, faz parte da nossa investigação. Somado a isso, a fim de buscar respostas ao nosso objetivo principal, que é analisar os processos de midiatização que mais se destacam na migração da revista para o formato digital, definimos a temporada zero, que constitui parte do conteúdo do site, como uma *unidade de registro* e a narrativa das séries audiovisuais como uma *categoria de análise*, tendo em vista a forma como a revista evidenciou essa referência. A análise a seguir se propõe a articular esses três níveis de sistematização do método da Análise de Conteúdo e formula conclusões possíveis a partir do que foi observado.

2 *Bravo!* e midiatização: da revista impressa à estrutura seriada

Na página inicial do site⁴, quando a revista foi lançada em formato digital, encontrávamos um texto intitulado “Manifesto Bravo!”⁵, apresentado de forma semelhante a um editorial, que permanecia como abertura da plataforma digital, orientando e estruturando a experiência do leitor. No texto, lemos que o objetivo passa a ser o de “transcender limites a partir de uma experiência que se materializa em diferentes formatos e linguagens” – a experiência online – e segue explicando que, a partir dali, “mudou o contexto, mudou a narrativa e, claro, a imaginação”. É notável que *Bravo!* não se preocupa em explicitar sob qual mídia ela atualmente se encaixa, mas, como revista, ela não se denomina mais, conforme continua o texto: “O veículo é a BRAVO!, a revista que fez sentido há duas décadas porque já acreditava no que a gente continua acreditando: que só a arte é capaz de nos apontar um caminho, para depois a gente se perder nele, é claro”. Pela maneira em que se atualiza, o veículo é *Bravo!*, a revista que fez sentido, e já não faz mais, apesar de manter seu referencial artístico, relativo ao jornalismo cultural.

Nesse novo contexto, *Bravo!* denomina-se como um veículo, mas não mais como uma revista, aos moldes anteriores; nessa fase recente, propõe-se combinar diferentes formatos e linguagens. Para o

⁴ www.bravo.vc

⁵ É interessante destacar aqui que, em outubro de 1997, quando a primeira edição da *Bravo!* foi lançada, também foi escrita uma espécie de manifesto, explicando o projeto editorial de revista e convidando os leitores a conhecê-la, em um gesto pedagógico típico do jornalismo cultural. Seguindo o mesmo padrão, 19 anos depois, a revista é relançada e também publica um manifesto.

impresso, entende-se que a revista apresenta algumas características que a distinguem enquanto um produto jornalístico específico, como periodicidade, profundidade e caráter colecionável (SCALZO, 2003; BENETTI, 2013; SCHWAAB; TAVARES, 2013). Somando-se a essas especificidades do impresso os traços do jornalismo em redes digitais, como multimídia, hipertextualidade e interatividade, temos um referencial do que são as revistas em formato digital, ainda que esse termo não seja consenso. Por isso, são muitas as nomenclaturas para denominá-las, como e-zine, webzine, revista on-line e revistas digitais, para citar alguns (NATANSOHN, 2013).

No presente caso, vamos considerar *Bravo!* uma revista digital, por ela continuar reunindo, em plataforma digital, características intrínsecas ao gênero na sua versão impressa, mantendo-se, essencialmente, uma revista que contém uma periodicidade, com textos aprofundados montados sob uma estética particular. Por meio de um design limpo e arrojado, a revista propõe uma fruição estética que facilita a leitura no computador, articulando-se entre textos, fotografias, vídeos e músicas. Uma diversificação de formatos que corresponde à linguagem multimidiática dos produtos digitais.

Ao explicar sobre esse novo formato, o texto “Manifesto Bravo!” diz: “Na aparente contramão da história, escolhemos como caminho primeiro a profundidade: dossiês monotemáticos intensos, ligados a uma ideia que inspira e amarra as pautas escolhidas, desenhando, o que à semelhança das séries televisivas, chamamos de temporadas”. Assim, para o desenvolvimento do projeto, foi tomada a lógica das narrativas de séries de televisão, de plataformas de compartilhamento de vídeos da internet, como o Youtube, e de serviços digitais de streaming, como a Netflix. Segundo Helena Bagnoli (apud STOCCO, 2016), “os episódios serão lançados a cada 15 dias, o que os une é um tema conceitual, o que para nós é o que define uma temporada”.

Dessa forma, a revista tem trabalhado com compilações temáticas, os dossiês, a partir de textos mais aprofundados e utilização de recursos de linguagem que buscam abordar, de forma ampla, um determinado tópico que constitui o assunto da “temporada”. Segundo esse novo formato, a cada quinze dias é lançado um novo “episódio” e, em três meses, a “temporada” é encerrada para que outra se inicie, com novo conceito. Conforme assumido, a ideia que inspira a revista atualmente está relacionada às séries audiovisuais, incorporando aspectos temporais, narrativos e conceituais desse formato, e reforçando o aspecto imagético presente nas revistas e nas séries.

Esse tipo de relação explícita faz referência à afetação e interação entre as mídias, típicas da midiatização. Diferentes formatos e linguagens de mídia, como impresso e audiovisual, dialogam entre si na versão digital de *Bravo!*. Verón (1998) sublinha o status

das mídias mesclando-se em todos os aspectos significativos do funcionamento social, mediante complexas interações entre mídias, instituições e indivíduos, daí resultando processos de afetações não-lineares engendradas por práticas discursivas. Fausto Neto (2008, p. 92) aponta que:

já não se trata mais de reconhecer a centralidade dos meios na tarefa de organização de processos interacionais entre os campos sociais, mas de constatar que a constituição e o funcionamento da sociedade – de suas práticas, lógicas e esquemas de codificação – estão atravessados e permeados por pressupostos e lógicas do que se denominaria a cultura da mídia.

Compreende-se, então, que a constituição da sociedade, as formas de interação e mediação têm sido modificadas em função da convergência de fatores sociotecnológicos que foram disseminados segundo lógicas de ofertas e de usos sociais. Rejeitamos, portanto, a ideia de centralidade da mídia, tendo em vista que seria um equívoco compreender a midiaticização a partir, unicamente, do campo midiático, como se a dinâmica deste tivesse o poder de protagonizar sobre outros campos e atores sociais. O que existe, de fato, é uma capilarização dessa dinâmica, que interfere sobre veículos, rotinas e produtos da mesma forma que a dinâmica que os perpassa também afeta a mídia.

Ocorre então um tipo de reincidência ou recirculação, também chamada de afetação, quando a lógica midiática que se diferencia dos próprios meios passa a afetá-los. No nosso caso, em um movimento retroalimentar, a *Bravo!* foi afetada por lógicas de um campo específico, referente aos seriados, a ponto de midiaticizar a sua atuação e de se apropriar de mecanismos e gramáticas que antes eram próprios desse determinado campo. É por isso que os campos não podem mais ser considerados autônomos e fechados, mas possuidores de fronteiras porosas que permitem a afetação entre eles. No caso em estudo, é possível que se faça uma decomposição de afetações, percebendo os atravessamentos e impactos entre mídias e campos sociais⁶.

Nesse contexto em questão, a mídia revista transpassa seu próprio campo, sendo afetada por lógicas de outros produtos midiáticos, as séries audiovisuais. Esse formato de *Bravo!* implica uma mescla entre o audiovisual e o digital que se dá em sentidos temporais e narrativos. Ao assumir para si uma narrativa seriada, *Bravo!* traz à tona uma importante estratégia de articular-se com práticas sociais cujas dinâmicas já estão instaladas e estruturadas fortemente em nosso contexto. Os seriados, cada vez mais segmentados, com formatos narrativos diferenciados, e acessados por meio de múltiplas plataformas, refletem uma temporalidade específica, que perpassa instituições e indivíduos, e é também assimilada no jornalismo cultural

⁶ Os campos sociais são “esferas de legitimidade que impõem com autoridade indiscutível atos de linguagem, discursos e práticas conformes, dentro de um domínio específico de competência” (RODRIGUES, 1990, p. 144).

da *Bravo!*. O tempo longo de uma revista impressa, marcado por uma leitura que duraria um mês, no caso da *Bravo!*, soma-se agora a uma temporalidade estruturante de uma outra mídia, o seriado. Ambos, revista digital e seriados, são consumidos por meio das inúmeras telas que integram o contexto atual de interação com as mídias.

Gomes (2006) fala de uma ambiência cujos processos midiáticos viriam a se constituir em novos operadores da inteligibilidade social. Essa nova forma de apreensão social perpassa a instauração de um tempo midiático que se constrói como base, sustentáculo, de toda uma mídia que, atualmente, acompanha o instantâneo, o simultâneo e o fugaz. A temporalidade das séries, quando assimilada pela *Bravo!* digital, cria uma forma de mediação de um tempo contemporâneo, ubíquo, que perpassa as novas formas narrativas e o contexto tecnológico no qual elas circulam, séries e revistas digitais.

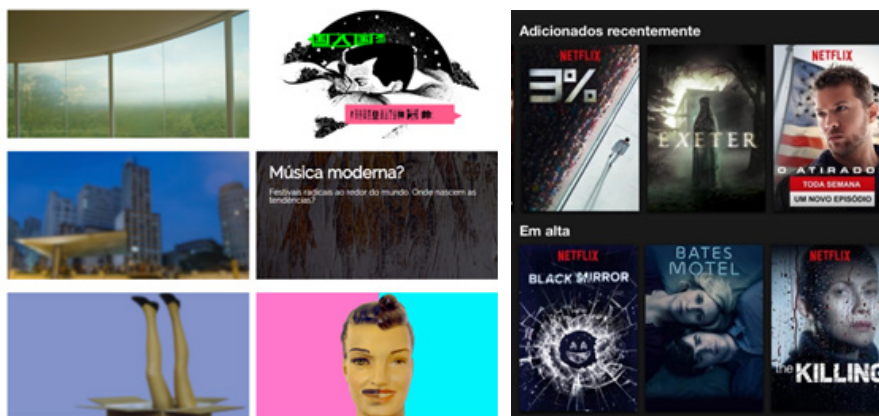
3 O seriado simulado de *Bravo!*

Para investigar a forma como a *Bravo!* migrou para o formato digital, acionando referências das séries audiovisuais, realizamos uma pesquisa exploratória no site com o propósito de perceber e identificar essas associações. O estudo focou-se na temporada zero, chamada de “Incertitude”, publicada em 2016, pois se trata da incursão inicial do veículo neste novo formato. Depois de pontuadas as correspondências com a linguagem dos seriados, elaboramos as interpretações dessas observações, conforme os princípios da análise de conteúdo.

Até julho de 2019, *Bravo!* produziu e publicou nove temporadas, as quais representam nove das 16 abas dispostas no site da revista. São elas: “Incertitude” (temporada zero), “Feminino” (temporada um), “Hoje” (temporada dois), “Beleza” (temporada três), “Panorama” (temporada quatro), “Liberdade” (temporada cinco) e “Diversidade” (temporada seis)⁷. Ao clicarmos na temporada zero, aparecem as imagens correspondentes aos episódios propostos pela revista: elas estão dispostas visualmente em três linhas com dois episódios lado a lado (Figura 1), assemelhando-se à interface dos sites de streaming de séries, como, por exemplo, a Netflix. Há um número regular de episódios por temporada; são seis na zero e cinco nas demais. Assim, ao acessar a temporada zero da revista, o leitor depara-se com uma narrativa composta por seis episódios disponíveis para serem “assistidos”.

⁷ A temporada mais atual, “Diversidade”, lançou um episódio até o momento (agosto de 2018).

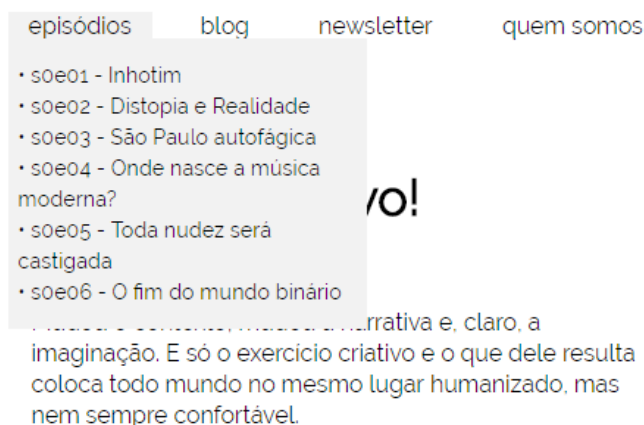
Figura 1 – Os seis episódios-tema da temporada “Incertitude” e, à direita, a interface do catálogo da Netflix



Fonte: Reprodução site Bravo!⁸ e Netflix⁹

Conforme informado pelos próprios *publishers*, esses episódios, que constituem os dossiês monotemáticos, estão ligados por um conceito definidor da temporada, uma “ideia que inspira e amarra as pautas escolhidas” (BAGNOLI apud STOCCO, 2016). Os seis episódios de “Incertitude” são: “Inhotim”, “Distopia e realidade”, “São Paulo Autofágica”, “Onde nasce a música moderna?”, “Toda nudez será castigada” e “O fim do mundo binário”. Tais títulos, na aba dos episódios, aparecem precedidos de “s0”, com o “s” abreviando “season” (temporada) e “0”, indicando que se trata da primeira temporada de estreia, com o número do episódio, por exemplo “s0e01-Inhotim” (Figura 2). Essa forma de escrita se refere à ordem de organização das temporadas dos seriados audiovisuais, evidenciando um dos elementos da linguagem seriada apropriado pela revista.

Figura 2 – A temporada e os episódios indicados por um código próprio do seriado audiovisual



Fonte: Reprodução site Bravo!¹⁰

⁸ Disponível em: <http://bravo.vc/s01.php#>. Acesso em: 22 nov. 2016.

⁹ Disponível em: <https://www.netflix.com/browse>. Acesso em: 22 nov. 2016.

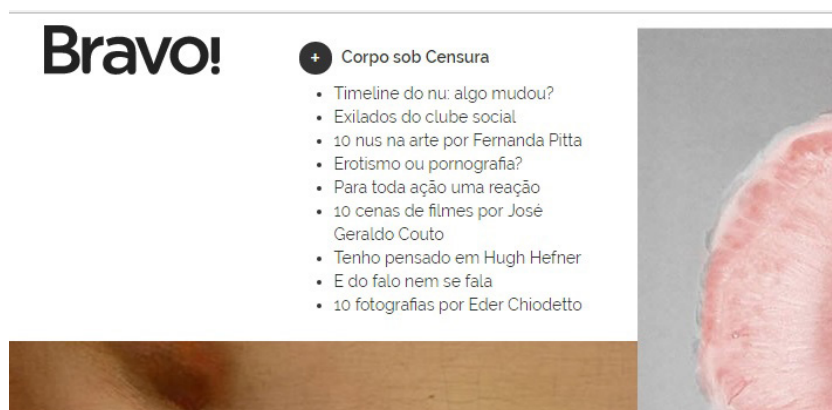
¹⁰ Disponível em: <http://bravo.vc/s01.php#>. Acesso em: 22 nov. 2016.

Cada um desses episódios apresenta de cinco a nove partes que representam faces diversas do dossiê, subtemáticas, de conteúdo multimidiático, que podem ser acessadas individualmente por meio do hiperlink ou lidas conforme a sequência indicada, realizando uma leitura do tipo *scrolling*, feita de cima para baixo da página. A Figura 3 mostra o exemplo do episódio s0e05 com nove subtemáticas associadas; elas funcionam como cenas dos episódios, organizam forma e conteúdo da narrativa, operando de forma independente, permitindo que o leitor escolha a cena que mais lhe interessa dentro do episódio e faça uma leitura que não necessita ser linear. Importante destacar aqui que a não linearidade da leitura, ou a multilinearidade, é uma das características da linguagem do hipertexto o qual organiza as informações no jornalismo digital (MIELNICZUK, 2003).

¹¹ Disponível em: <http://bravo.vc/s0-incertitude/e5-nu/>. Acesso em: 24 nov. 2016.

¹² Conforme Esquenazi (2011), grande parte das séries policiais apresentam a estrutura narrativa nodal, como CSI, The Mentalist, Castle e The Closer.

Figura 3 – As subdivisões (cenas) dos episódios

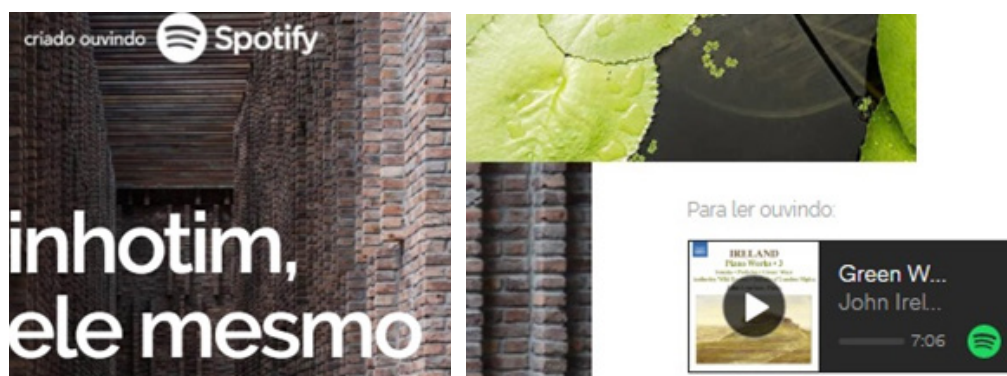


Fonte: Reprodução site Bravo!¹¹

Mesmo ligados pelo tema maior da incerteza, os episódios da revista funcionam de forma independente, tais como as séries nodais¹² (ESQUENAZI, 2011) que apresentam uma trama principal a cada episódio, cuja problemática é resolvida dentro do seu tempo de duração. Na narrativa da revista *Bravo!*, as tramas principais são indicadas pelos títulos dos episódios; no referente a *Inhotim*, por exemplo, os sete textos (ou cenas) tratam de aspectos variados relacionados ao parque-instituto, como a estrutura, o funcionamento, a história, as obras, os personagens, a arquitetura etc., de modo que o centro da narrativa ou a trama principal é *Inhotim*. O quinto episódio revela uma trama mais difusa: a nudez; e as cenas referem-se à censura do corpo, aos tabus, à dualidade pornografia/erotismo, à relação da nudez com as redes sociais, aos corpos na arte e ao nu no cinema. Cada narrativa traz perspectivas diferentes que pretendem contemplar o tema-trama com maior amplitude possível, no esforço de não deixar as pontas soltas, tal como a resolução buscada nos episódios do seriado nodal.

As cenas dos episódios de *Bravo!* digital constituem uma narrativa híbrida construída por características da linguagem impressa, audiovisual e digital. No jornalismo desenvolvido para plataformas digitais, a multimídia é um dos principais elementos distintivos (PALACIOS, 2003, CANAVILHAS, 2014), na medida em que o produto jornalístico digital pode se constituir de vídeos, podcasts, fotografias, ilustrações, animações, gráficos etc. *Bravo!* explora as potencialidades de multilinguagem na elaboração dos dossiês de “Incertitude”. O episódio 03, “São Paulo Autofágica”, apresenta as cenas por meio de ilustrações, inclusive utilizando sobreposições de imagem e texto, ensaios fotográficos artísticos, fotojornalismo, entrevistas em vídeo e videoinstalações importadas da plataforma Vimeo. No episódio sobre Inhotim, há um gif, um curta-metragem e arquivos de áudio do Spotify¹³ (Figura 4) disponibilizados ao lado do texto, com o apelo “para ler ouvindo”, direcionado ao leitor. Nota-se, assim, a utilização de diferentes modalidades midiáticas nos conteúdos apresentados, constituindo um processo hipermidiático, e a forte presença do audiovisual complementando os textos, como entrevistas em vídeo, curta-metragens, trailers de filmes, videoarte etc. De acordo com Longhi (2009, p. 192), “a hipermídia atua para a criação de narrativas nas quais o acompanhamento de informações adicionais ao texto significa, por si só, um elemento fundamental da informação on-line”. Também Ureta (2009, p. 60) aponta que, no ambiente digital, “a reportagem tem demonstrado seu design flexível e sua excepcional capacidade de diversificar e implantar novas formas de contar”.

Figura 4 – Leitor pode navegar pelos textos do episódio ouvindo seleção de músicas do Spotify



Fonte: Reprodução site Bravo!¹⁴

Percebemos um cuidado da revista na elaboração do design da temporada, uma preocupação editorial em tornar agradável ao público a experiência de navegação. O segundo episódio de “Incertitude”, “Distopia e Realidade” (Figura 5), por exemplo, apresenta uma

¹³ De acordo com Helena Bagnoli (apud STOCCO, 2016), “as marcas que estiverem conosco, mais do que colocar um anúncio, serão parceiras na construção dessa narrativa e poderão engajar seus públicos com o nosso conteúdo em diferentes formatos, combinados caso a caso”. O primeiro exemplo dessa parceria é a entrada do Spotify no episódio sobre Inhotim. O Spotify é uma plataforma de streaming de músicas online disponível para computadores, tablets e celulares.

¹⁴ Disponível em: <http://bravo.vc/s0-incertitude/e1-inhotim/>. Acesso em: 24 nov. 2016.

interface que se move junto ao olhar do leitor. Ao realizar a rolagem, de cima para baixo da página, as imagens (fotografias, ilustrações, vídeos) e os títulos dos textos movimentam-se, sobrepondo-se uns aos outros (Figura 5).

¹⁵ Disponível em: <http://bravo.vc/s0-incertitude/e2-distopia-realidade/#ela-uma-distopia-romantica>. Acesso em: 24 nov. 2016.

Figura 5 – Imagens se sobrepõem ao movimento da página (scrolling)



Fonte: Reprodução site Bravo!¹⁵

A qualidade do texto é um fator determinante em qualquer produto midiático, independentemente de sua natureza. Silva (2014) destaca a importância de os seriados apresentarem um texto interessante e atrativo, visto que a televisão ou a tela do computador não são meios imersivos, como a sala de cinema, e sim dispersivos, inseridos em um ambiente multitarefa que distribui nossa atenção e função espectral, principalmente quando se trata da experiência em telas conectadas e cheias de hiperlinks. Da mesma forma, nos produtos jornalísticos digitais, a gestão da atenção é algo a ser considerado pelo jornalismo, pois a internet se configura como um espaço dispersivo, no qual diversos links e janelas podem ser acessados ao mesmo tempo, desviando a atenção do leitor. Por isso, tal como uma série com bom roteiro e cuidado estético, a narrativa dos episódios de *Bravo!* busca combinar textos verbais de qualidade e recursos imagéticos atrativos, que constroem visualmente as histórias, estimulam outros sentidos e atraem o olhar e o interesse do leitor.

Sobre texto e roteiro, Jost (2012) ressalta que o sucesso das séries americanas está relacionado à universalidade e atualidade de suas histórias. “É atual aquilo que persiste, aquilo que os telespectadores, sejam eles americanos ou não, sentem como contemporâneo” (JOST, 2012, p. 29). Para o autor, o público busca uma familiaridade

reconfortante nos mundos construídos pelos seriados, os quais trabalham com essas atualidades e experiências que são comuns a todas as pessoas, como as relações sociais e amorosas, a sexualidade, a morte, a arte e a tecnologia. De forma semelhante, o jornalismo também opera com a representação da realidade, conta histórias, lê e interpreta o mundo à sua maneira. A temporada zero de *Bravo!* traz reportagens sobre o campo da arte e sobre temas que são atravessados por atualidades e problemáticas do contemporâneo. Pelo menos três dos seis episódios tratam as pautas sob o contexto da cultura da conexão e da tecnologia. “Distopia e Realidade” aborda a realidade futura e as relações no contexto tecnológico; “Toda nudez será castigada” discute o nu em tempos de “manda nudes” da internet e os tabus sobre o corpo; e “O fim do mundo binário” traz textos sobre a incerteza do corpo, os gêneros e os pluralismos do comportamento humano no mundo hiperconectado. Nesse sentido, a cultura contemporânea que, para Santaella (2003), está totalmente atrelada às transformações tecnológicas, é um dos atravessamentos dos seriados audiovisuais e dos episódios produzidos pela revista.

4 Considerações finais

Tanto nos seriados audiovisuais como no seriado de *Bravo!*, o leitor se vê diante de narrativas específicas sobre um mundo, representações da realidade que provocam, guardadas suas diferenças, experiências de fruição e de conhecimento. A revista se apropria da linguagem do seriado audiovisual para continuar narrando a cultura, agora em novo formato, com conteúdo totalmente gratuito, explorando as potencialidades do hipertexto digital e organizando uma forma própria de lançar as narrativas: as temporadas e seus episódios.

A partir do objetivo proposto neste artigo, de analisar processos de midiatização na versão digital da revista de cultura *Bravo!*, identificamos que a revista assimilou características do ambiente digital em sua nova versão na internet, como a multilinearidade (MIELNICZUK, 2003) e a multimídia (PALACIOS, 2003; CANAVILHAS, 2014) por meio de processos hipermediáticos (LONGHI, 2009). Nessa nova forma midiatizada, os novos *publishers* procuraram manter a essência editorial da *Bravo!* e seu lugar perito de curadora da cultura contemporânea, transigindo ao digital na busca por acompanhar o ritmo temporal do seu público e do seu meio. Resguardando características intrínsecas ao gênero, a revista mantém textos densos que exigem do leitor, para além da capacidade intelectual e do conhecimento de referências, tempo.

Assim, de que forma a *Bravo!* fez sua própria mediação, ao transigir para o online? A simulação seriada de *Bravo!* mantém as características

temporais do jornalismo cultural impresso: exige uma temporalidade mais alargada, tanto à leitura quanto ao pensamento. Percebe-se que, ao contrário de algumas muitas séries audiovisuais, os episódios de *Bravo!* são lançados em um espaçamento temporal mais distendido, pois subentende-se aí a função de três tempos que se cruzam: produção, fruição e reflexão. Como os seriados, que podem ser acompanhados fora do fluxo incessante e cronológico da televisão, por meio de streaming, DVD ou gravações, a *Bravo!* digital apresenta temporadas que são “consumidas” pelos leitores num tempo mais estendido.

Indo além das questões financeiras do grupo Abril¹⁶, refletimos nessa migração para o digital sobre o apagamento dos veículos impressos de cultura contemporâneos, tendo em vista o fim do último suplemento literário de jornal brasileiro, o *Prosa*, d’O Globo e de alguns outros veículos, como o *Sabático*, do Estadão, e o *PrOA*, da Zero Hora. À medida que o objeto do qual as editorias de cultura se ocupam se coloca em processo contínuo de transformação, as diretrizes conceituais que conformam essas editorias demandam algum grau de revisão, assim como a própria concepção de jornalismo cultural, que norteia práticas jornalísticas midiáticas e hipermidiáticas. Nesse contexto, a midiatização em *Bravo!* corresponde a uma forma segura de migrar para o digital, território fértil para um “novo” jornalismo cultural que surge, tendo como referencial a série audiovisual, marca narrativa já consolidada entre o público-leitor¹⁷ de *Bravo!*.

No contexto da midiatização, a produção e o consumo de audiovisual são influenciados pelas tecnologias digitais e pela internet tendo em vista a explosão do número de assinantes de serviços de streaming, como a Netflix, e o acesso do público a esses produtos por meio de tablets e celulares. Para além de assistir aos seriados, o espectador cria comunidades e espaços noticiosos para troca e compartilhamento de conteúdos relacionados às séries de preferência e acompanha canais específicos de análises e debates sobre os seriados. Nas redes sociais, como o Facebook, páginas dos seriados atualizam as novidades, divulgam lançamentos e promovem grande interação com o público. Esse cenário, que transcende o espaço de exibição da narrativa seriada, composto por práticas do processo de midiatização, é o que Silva (2014) denomina de cultura das séries. Uma cultura que é resultado da atuação de três vetores, de acordo com o autor: formas narrativas diferenciadas, complexificação do contexto tecnológico e modos de consumo cada vez mais multifacetados.

Bravo! dá um passo a mais quando se apropria narrativamente do formato de organização das histórias dos seriados audiovisuais, dispondo temporada e episódios: uma proposta inovadora, consonante

¹⁶ Ainda em 2013, ano de fechamento da *Bravo!*, a Abril fechou outras três publicações e demitiu 150 profissionais. Em 2016, último ano com balanço fechado, a editora perdeu 15% de receita publicitária e apresentou queda no número de revistas vendidas nas bancas. No início de agosto de 2018, a editora anunciou o fechamento de mais dez revistas e a demissão de cerca de 500 funcionários, entre eles, cem jornalistas.

¹⁷ No mídiakit disponibilizado pelo site PubliAbril, cuja última versão data de março de 2013, são apresentados alguns dados da revista relativos ao leitor: “Saem de casa para consumir cultura e entretenimento; Combinam o programa cultural com o lazer; Compram livros todos os meses e são trendsetters, ou seja, apontam novas tendências; Frequentam peças de teatro, gostam de ir em shows de música, vão a espetáculos de dança, exposições de arte, estreia de peças e filmes; São inteligentes e descolados, antenados em tudo que está na moda, consomem produtos de design, apreciam bons vinhos, restaurantes do momento e a balada com os amigos”.

com uma sociedade midiaticizada, cada vez mais hiperconectada. Resta saber se, inserida em um ambiente digital marcado pela abundância e velocidade de circulação de informações e por consumidores mais apressados e dispersivos, a revista conseguirá dar continuidade a esse projeto que ainda mantém a essência editorial da revista e do jornalismo cultural.

Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BENETTI, Marcia. Revista e jornalismo: conceitos e particularidades. *In*: TAVARES, F.; SCHWAAB, R. (orgs.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013. p. 44-57.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

CANAVILHAS, João (org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros Labcom, 2014. p. 89-110.

CAVALCANTI, Anna de Carvalho. **Jornalismo cultural e personalização: o acionamento do perito nas capas da revista Bravo! (1997-2013)**. 2016. Dissertação de Mestrado (Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

ESQUENAZI, Jean Pierre. **As séries televisivas**. Lisboa: Editora Texto & Grafia, 2011.

FAUSTO NETO, Antonio. Fragmentos de uma “analítica” da midiaticização. **Revista Matrizes**, v. 1, p. 89-105, 2008.

GOMES, Nilo Sérgio. Em busca da notícia: memórias do Jornal do Brasil de 1901. *In*: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; FERREIRA, Lucia Maria Alves. **Mídia e memória: a produção de sentidos nos meios de comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007

JOST, François. **Do que as séries americanas são sintomas**. Porto

Alegre: Sulina, 2012.

LONGHI, Rachel. Infografia online: narrativa intermídia. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 6, n. 1, p. 187-196, 2009.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web**: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. 2003. Tese de doutorado (Programa de Pós-Graduação em Culturas Contemporâneas) – UFBA, 2003.

MIGUEL, Luis Felipe. O jornalismo como sistema perito. **Tempo Social: Revista de Sociologia**, São Paulo, v. 11, n. 1, p. 197-208, 1999.

NATANSOHN, Graciela. Mapeando o novo cenário. *In*: NATANSOHN, Graciela (org.). **Jornalismo de revista em redes digitais**. Salvador: Edufba, 2013.

PALACIOS, Marcos. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória. *In*: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (orgs.). **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003. p.14-26.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Estratégias da comunicação**. Lisboa: Presença, 1990.

SANTAELLA, Lucia. **Cultura e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

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

SILVA, Marcel Vieira Barreto. Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade. **Galáxia**, São Paulo, n. 27, p. 241-252, jun. 2014. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/15810/14556>. Acesso em: 23 ago. 2016.

SCHWAAB, Reges.; TAVARES, Frederico de Mello. Revista e comunicação: percursos, lógicas e circuitos. *In*: TAVARES, Frederico de Mello; SCHWAAB, Reges (orgs.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013. p. 27-43.

STOCCO, Mariana. **Revista Bravo! volta em formato digital**.

Disponível em: <http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2016/08/23/bravo-retorno.html>. Acesso em: 23 ago. 2016.

URETA, Ainara Larrondo. La metamorfosis del reportaje en el ciberperiodismo: concepto y caracterización de un nuevo modelo narrativo. **Comunicación y Sociedad**, v. XXII, n. 2, p. 59-88, 2009.

VERÓN, Eliseo. Semioses de la mediatización. *In*: CONFERÊNCIA INTERNACIONAL: MÍDIA E PERCEPÇÃO SOCIAL, 1998, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: 1998.

Avaliadores:

Viviane Borelli
Fabiana Piccinin

RECEBIDO EM: 09/08/2018 ACEITO EM: 01/07/2019