SERIADO SIMULADO EM REVISTA: APONTAMENTOS SOBRE A MIDIATIZAÇÃO NO FORMATO DIGITAL DE *BRAVO!*

SIMULATION OF A SERIES IN MAGAZINE: NOTES ABOUT MEDIATIZATION IN *BRAVO!'S* DIGITAL FORMAT

Silvana Dalmaso[1]
Anna Cavalcanti[2]

Resumo: Este artigo tem como objetivo analisar os processos de midiatização na versão digital da revista de cultura *Bravo!* que, em agosto deste ano, foi relançada na internet, após três anos do fechamento na editora Abril. Ao acionar em si referências midiatizadas a partir de outro produto em emergência no momento, a série audiovisual, a revista busca legitimação por meio de novas narrativas e temporalidades,

1. Jornalista, mestre em Comunicação Midiática pela UFSM e doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação (PPGCom/UFRGS). E-mail: silvana.dalmaso@gmail.com.

2. Jornalista, mestre em Comunicação e Informação pela UFRGS e doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação (PPGCom/UFRGS). E-mail: annaccavalcanti@gmail.com.

relativas ao contexto digital e serial. A Análise de Conteúdo nos permitiu fazer a pesquisa exploratória do site e buscar as associações entre as especificidades do jornalismo digital e a linguagem do seriado. Ao longo do trabalho, conclui-se que através da utilização de nomenclaturas como temporada e episódio, *Bravo!* propõe claras referências midiatizadas dando ênfase às relações possíveis entre o jornalismo cultural em ambiência digital e a cultura das séries.

Palavras-chave: Midiatização. Jornalismo de revista. *Bravo!*.

Abstract: This article aims to analyze the mediatization in the digital version of *Bravo!*, which, in august of this year, was relaunched on the Internet, after three years of closing in Abril. 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 Content Analysis allowed us to do the exploratory research of the site and search for the associations between the specificities of digital journalism and the language of the series. Throughout the work, we conclude that through the use of nomenclatures like season and episode, Bravo! proposes clear mediated references emphasizing the possible relations between cultural journalism in digital environment and the culture of series.

Keywords: Mediatization. Magazine 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.

A partir desse lugar de perito, uma segunda característica se soma na compreensão do jornalismo, que é a de metassistema perito, agindo como força reguladora no intuito de proteger os consumidores dos diversos outros sistemas peritos. Enquanto metassistema, inscrito na área de cultura, o jornalismo tem um valor determinante na inclusão ou exclusão de produtos e pessoas, atuando também como perito do sistema artístico. Dessa forma, ficam subentendidas a justeza na seleção e hierarquização das notícias relacionadas a esse campo, tornando o jornalismo um mapa de leitura possível do sistema artístico relativo ao tempo e espaço presentes, disseminado na imprensa de cultura contemporânea.

Como parte do universo de publicações fundamentais à construção do jornalismo cultural brasileiro, a revista impressa *Bravo!* exerceu um papel estratégico essencial, reiterando a existência de um espaço de legitimação em suas páginas. Lançada em outubro de 1997, a *Bravo!*, objeto deste trabalho, 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. Ainda que a escolha fosse feita com base em critérios analíticos e con-

ceituais, 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 (Bourdieu, 2003) com poder para dar voz aos eleitos de cada edição e proclamá-los como o que existia de melhor na cultura daquele momento, o suprassumo do jornalismo cultural.

Recentemente, 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 Werneck[3], 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 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 agosto deste ano, para o formato digital, acionando em si referências midiatizadas 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 perguntas importantes que propomos desenvolver neste trabalho: quais características do ambiente digital a revista assimilou em sua versão digital? 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.

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.

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, 2011). Após a pesquisa exploratória do conteúdo visual e textual do site, buscamos mapear e identificar os elementos que sinalizavam para 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, 2011), vinculando-os às especificidades do jornalismo digital (Bardoel; Deuze, 2000; Palacios, 2003), e de revista (Scalzo, 2011; Benetti, 2013; Schwaab; Tavares, 2013).

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

Na página inicial do site (www.bravo.vc), encontramos um texto intitulado “Manifesto Bravo!”, estruturado de forma semelhante a um editorial, que deve permanecer como abertura da plataforma digital, orientando e estruturando a experiência do leitor. No texto, lemos que o objetivo atual é “transcender limites a partir de uma experiência que se materializa em diferentes formatos e linguagens” – a experiência online – e segue explicando que, agora,“ 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”. Conforme 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, tendo em vista que nessa fase recente pretende-se combinar diferentes formatos e linguagens. Para o impresso, entende-se que a revista apresenta algumas características que a distinguem enquanto um produto jornalístico específico, como periodicidade, profundidade e caráter colecionável (Scalzo, 2011; Benetti, 2013; Schwaab; Tavares, 2013). Somando-se a essas especificidades do impresso os elementos do jornalismo em redes digitais, 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).

Neste caso, vamos considerar *Bravo!* uma revista digital por ela continuar reunindo, em plataforma digital, características intrínsecas ao gênero na sua versão impressa, continuando 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.

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 séries de TV. Segundo Helena Bagnoli (*in* 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". Cada temporada terá a duração de três meses e trará seis episódios sobre um ou mais temas.

Dessa forma, a revista vai trabalhar com dossiês monotemáticos, ou seja, textos mais aprofundados sobre um só tema, que deve constituir o assunto da "temporada". Segundo esse novo formato, a cada quinze dias será 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.

Assim, como aponta Fausto Neto,

> 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 (Fausto Neto, 2008, p. 92).

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, então, a ideia da centralidade da mídia, tendo em vista que é um equívoco compreender a midiatização 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[4] ao ponto de midiatizar a sua atuação e se apropriar de mecanismos e gramáticas que antes eram próprios de um 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, e em muitos outros, é possível que se faça uma decomposição de afetações, percebendo os atravessamentos e impactos entre mídias e campos sociais.

Nesse contexto em questão, a mídia transpassa seu próprio campo, sendo afetada por lógicas já legitimadas e aceitas, 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. O fato de as séries estarem em grande emergência reflete uma temporalidade específica, que perpassa instituições e indivíduos, e é também assimilada no jornalismo cultural de *Bravo!*. O tempo longo de uma revista impressa, marcado por uma leitura que duraria um mês, no caso da *Bravo!*, é agora substituído por uma temporalidade que estrutura uma outra mídia, a qual possui extrema aceitação atualmente, os seriados.

Gomes (2006) fala de uma nova ambiência cujos processos midiáticos viriam a se constituir em novos operadores da inteligibilidade social. Essa nova forma de apreensão social, de inteligibilidade, perpassa a instauração de um tempo midiático que se constrói como base, sustentáculo, de toda uma mídia que, atualmente, acompanha o instantâneo, o si-

4. 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).

multâneo e o fugaz. A temporalidade das séries, quando assimilada pela *Bravo!* digital, cria uma forma de midiatização 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!*

Os "episódios" de *Bravo!* estão dispostos em uma das quatro abas da página de entrada da revista. As outras três seções, "blog[5]", "newsletter[6]" e "quem somos[7]" não fazem parte do nosso foco de análise. Ao descer a barra de rolagem do site, abaixo do Manifesto Bravo, seis imagens hiperlinkadas correspondem a estes episódios propostos pela revista; elas estão dispostas visualmente em três linhas com dois episódios lado a lado, assemelhando-se à interface dos sites de streaming de séries, como, por exemplo, o Netflix.

5. É nesta seção que a revista publica as notícias sobre a agenda do jornalismo cultural, com espaço para postagem de comentários do leitor e botões de compartilhamento em redes sociais. O blog é atualizado periodicamente com reportagens sobre eventos culturais e informações de serviço.

6. Nesta seção, há um formulário para o leitor preencher com email, nome e sobrenome e passar a receber a newsletter da revista.

7. Sete pessoas formam a equipe da revista digital: dois publishers, um diretor visual, dois diretores de criação, um diretor executivo e um gerente comercial. A apresentação inclui a função da pessoa, a fotografia, o nome e o email de contato.



Figura 1: Os seis episódios-tema da temporada "Incertitude" e, à direita, a interface do catálogo do Netflix.
Fonte: Reprodução site Bravo[8]! e Netflix[9]

O leitor tem diante de si seis episódios disponíveis para serem "assistidos". Ao passar o cursor do mouse acima de cada imagem, pode-se visualizar o título do episódio e o subtítulo contendo uma pergunta ou frase explicativa do tema, uma espécie de sinopse resumida. Conforme informado pelos próprios publishers, os episódios, ou "dossiês monotemáticos intensos", estão ligados por um conceito definidor da temporada, uma "ideia que inspira e amarra as pautas escolhidas" (Bagnoli *in* Stocco, 2016). A temporada que está no ar, chamada Incertitude, é composta por seis episódios, todos já disponibilizados no site: "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, e 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.

8. Disponível em: <http://bravo.vc/s01.php#>. Acesso em: 22/11/2016.
9. Disponível em: <https://www.netflix.com/browse>. Acesso em 22/11/2016.

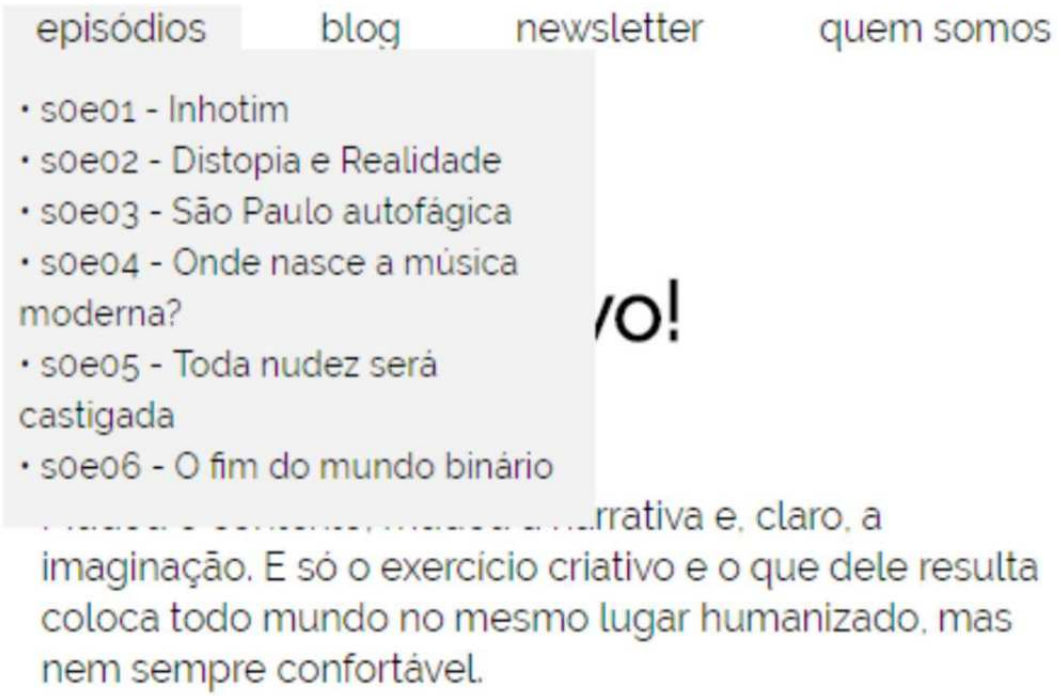


Figura 2: A temporada e os episódios indicados por um código próprio do seriado audiovisual.
Fonte: Reprodução site *Bravo!*[10]

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 perfaça uma leitura que não necessita ser linear.

10. Disponível em: <http://bravo.vc/s01.php#>. Acesso em: 22/11/2016.

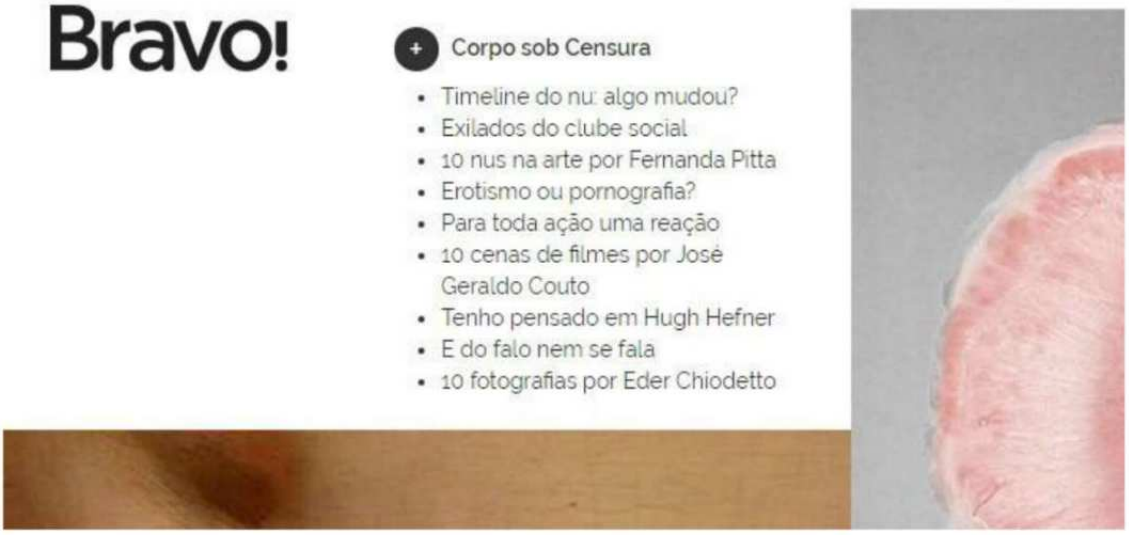


Figura 3: As subdivisões (cenas) dos episódios
Fonte: Reprodução site *Bravo!*[11]

Mesmo ligados pelo tema maior da incerteza, os episódios da revista funcionam de forma independente, tal como as séries nodais[12] (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.

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

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

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 multimidialidade é um dos principais elementos distintivos (Bardoel; Deuze, 2000; Palacios, 2003), 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 vídeo-instalações importadas da plataforma Vimeo. No episódio sobre Inhotim, há um gif, um curta-metragem e arquivos de áudio do Spotify[13] 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".

13. De acordo com Helena Bagnoli (in 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.



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, "Distopia e Realidade", por exemplo, apresenta uma 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: Imagens se sobrepõem ao movimento da página (scrolling).
Fonte: Reprodução site *Bravo!*15

14. Disponível em:<http://bravo.vc/s0-incertitude/e1-inhotim/>. Acesso em: 24/11/2016.

15. Disponível em: <http://bravo.vc/s0-incertitude/e2-distopia-realidade/#ela-uma-distopia-romantica>. Acesso em: 24/11/2016.

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 espectatorial, 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 uma preocupação, pois a internet se configura como um espaço dispersivo onde diversos links e janelas podem ser acessadas 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.

E por falar em bom 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 um mundo à sua maneira. A temporada 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, de forma óbvia, das 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 cor-

po, 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, explorando as potencialidades do hipertexto digital e organizando uma forma própria de lançar as narrativas: as temporadas e seus seriados.

Nessa nova forma midiatizada, *Bravo!* mantém seu lugar perito de curadora da cultura contemporânea, transigindo ao digital em busca de 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, diferentemente dos seriados audiovisuais, a simulação seriada de *Bravo!* mantém as características temporais do jornalismo cultural impresso: exige uma temporalidade mais alargada, tanto à leitura quanto à reflexão. Percebe-se que, ao contrário de algumas muitas séries audiovisuais, os episódios de *Bravo!* são lançados em um espaçamento temporal mais alargado, pois subentende-se aí a função de três tempos que se cruzam: produção, fruição e reflexão.

Indo além das óbvias questões financeiras do grupo Abril, refletimos nessa migração para o digital sobre o apagamento dos veículos de cultura contemporâneos, tendo em vista, mais recentemente, 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 se ocupam as editorias de cultura 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 insurge, tendo como referencial a série audiovisual, marca narrativa já consolidada entre o público-leitor[16] 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 o 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 de crítica para troca e compartilhamento de conteúdos relacionados às séries de preferência. 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 é o que Silva (2014) denomina de cultura das séries.

Cultura esta que atinge diretamente o jornalismo que usa os seriados para produzir reportagens e para buscar referências culturais em comparações com fatos e personagens da realidade. *Bravo!* dá um passo a mais quando se apropria narrativamente do formato de organização das histórias dos seriados audiovisuais, dispondo temporada e episódios:

16. 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.

uma proposta inovadora, consonante com uma sociedade midiatizada, 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

BARDOEL, J.; DEUZE, M. *Network Journalism: converging competences of olds and new media professionals.* Disponível em: <https://scholarworks.iu.edu/dspace/bitstream/handle/2022/3201/BardoelDeuze+NetworkJournalism+2001.pdf?sequence=1> Acesso em 20 nov. 2016.

BENETTI, M. Revista e jornalismo: conceitos e particularidades. In: TAVARES, Frederico; SCHWAAB, Reges. *A revista e seu jornalismo.* Porto Alegre: Penso, 2013. p. 44-57.

BOURDIEU, P. *O Poder Simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

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

ESQUENAZI, J. P. *As séries televisivas*. Lisboa: Editora Texto & Grafia, 2011.

FAUSTO NETO, A. Fragmentos de uma "analítica" da midiatização. *Revista Matrizes*, **v. 1**, p. 89-105, 2008.

JOST, F. *Do que as séries americanas são sintomas.* Porto Alegre: Sulina, 2012.

LONGHI, R. Infografia online: narrativa intermídia. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 6 (1), p. 187-196, 2009.

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

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

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

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

SILVA, M. V. B. Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade. *Galáxia* (São Paulo, Online), n. 27, p. 241-252, jun. 2014. Disponível em: http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542014115810

SCHWAAB, R.; TAVARES, F. Revista e comunicação: percursos, lógicas e circuitos. *In:* F. TAVARES; R. SCHWAAB. *A revista e seu jornalismo*. Porto Alegre: Penso, 2013. p. 27-43.

STOCCO, M. *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, A. La metamorfosis del reportaje en el ciberperiodismo: concepto y caracterización de un nuevo modelo narrativo. *Comunicación y Sociedad,* XXII (2), p. 59-88, 2009.

VERÓN, E. Semiose de la mediatizacion. *In: Mídia e Percepção Social*, Conferência Internacional. Instituto Cultural Cândido Mendes. Rio de Janeiro, 18-20/05/1998.