Seriado em Revista: apontamentos sobre a midiatização na versão digital de *Bravo!*

Anna de Carvalho Cavalcanti
Silvana Copetti Dalmaso
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Palavras-chave: jornalismo cultural; revista digital; narrativa seriada; *Bravo!*.

RESUMO EXPANDIDO

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 outros contextos em emergência no momento, como as séries audiovisuais. 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 questionamentos importantes que propomos desenvolver e aprofundar 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.

Compreendemos 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 um contrato de confiança estabelecido 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.

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 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 (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 online, relançada pelos jornalistas e publishers Helena Bagnoli e Guilherme Werneck, ex-executivos da Abril. O retorno da revista, 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 uma versão integralmente online, conforme atualmente acontece.

No texto intitulado "Manifesto Bravo!", publicado na página inicial do site onde a revista está hospedada (www.bravo.vc), lemos que o objetivo atual da revista é transcender limites a partir de uma experiência que se materializa em diferentes formatos e linguagens – a experiência online, que tanto vem crescendo no ambiente midiatizado da

vida cotidiana. Ao explicar sobre esse novo formato, o texto 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".

Dessa forma, de acordo com o manifesto, 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 televisivas, incorporando aspectos temporais, narrativos e conceituais desse formato audiovisual, 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.

Nesse sentido, o caráter de hipermídia também se sobrepõe nas reportagens da *Bravo!* digital, pois utiliza modalidades comunicativas próprias do ambiente digital, entre elas os links para complementar a informação. 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".

As características do jornalismo digital como hipertextualidade, multimidialidade e interatividade atuam na composição dessas narrativas híbridas, potencializam aspectos conforme as especificidades do produto, além de possibilitar o aprofundamento dos conteúdos. Para Ureta (2009, p. 60), no ambiente digital, "a reportagem tem demonstrado

seu design flexível e sua excepcional capacidade de diversificar e implantar novas formas de contar". No caso de *Bravo!*, essas diferentes formas de contar estão intrinsecamente associadas aos formatos narrativos seriados, extremamente populares atualmente.

Esse formato 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 simultâneo 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.

Assim, este artigo propõe um olhar sobre a revista *Bravo!* como um lugar de percepção de temporalidades e narrativas contemporâneas que convergem, entre a revista digital e as séries audiovisuais. Para isso, utilizaremos os aportes metodológicos da Análise de Conteúdo (BARDIN, 1977) a fim de mapear e identificar os entrecruzamentos entre formatos midiáticos que estão presentes na *Bravo!* digital. A partir de um olhar inicial, percebe-se que a revista 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.

Nesse percurso, desenvolveremos de forma mais ampla as noções e relações entre jornalismo cultural (GADINI, 2004; GOLIN, 2012; 2013), jornalismo digital de revista (BENETTI, 2013; MIELNICZUK, 2015) e narrativa seriada (JOST, 2011; SILVA, 2014), considerando a midiatização (BRAGA, 2008; FAUSTO NETO, 2008; FERREIRA, 2007; 2008) como pressuposto teórico e empírico. A *Bravo!*, como um veículo jornalístico de referência, apresenta-se como um objeto que vem refletir com legitimidade os aspectos teóricos a serem abordados.