



Gêneros e formatos do jornalismo cultural: vestígios na revista *Bravo!*¹

Francisco de ASSIS²

Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, SP

Resumo

O estudo discute a natureza do jornalismo cultural praticado pela revista *Bravo!*, publicação da Editora Abril, com a identificação dos gêneros e formatos vigentes em suas páginas. Adotando como referencial metodológico a pesquisa bibliográfica e a análise de conteúdo quantitativa, busca, também, observar a geografia política e a cartografia cultural dos textos publicados nas edições de janeiro, abril, julho e outubro de 2007. Com a realização do estudo empírico, chegou-se à conclusão de que a prática jornalística, na revista especializada em cultura, destaca-se por seu caráter opinativo e que seu principal foco são as temáticas internacionais e eruditas.

Palavras-chave: Teoria do jornalismo; jornalismo cultural; gêneros jornalísticos; revistas; revista *Bravo!*.

Trilhas a percorrer

Falar sobre gêneros jornalísticos constitui-se em exercício desafiador. Num momento em que praticamente tudo o que é produzido pela mídia tem caráter híbrido, classificar os frutos da atividade jornalística possibilita uma visão diferenciada das tendências da imprensa. Todavia, as pesquisas dessa natureza, pelo menos no cenário brasileiro, têm se concentrado na categorização de jornais diários e de revistas semanais, destinando pouco espaço para diagnósticos a respeito de publicações especializadas.

No caso do jornalismo cultural, foco de interesse deste estudo, quase não há referências que dêem conta de apontar os gêneros vigentes em seu território³; quando muito, pesquisas incorporam alguns produtos do segmento em seu corpus de análise, a fim de situá-los numa conjuntura maior⁴.

Ainda sobre o jornalismo cultural, é interessante notar que a maior parte das produções científicas a seu respeito, desenvolvida Brasil afora, procura identificar os

¹ Trabalho apresentado no NP de Jornalismo, do 8º Nupecom (Encontro dos Núcleos de Pesquisas em Comunicação), evento componente do 31º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. O presente estudo foi realizado com o apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq – Brasil.

² Mestrando em Comunicação Social e especialista em Jornalismo Cultural pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp). Jornalista formado pela Universidade de Taubaté (Unitau) e pesquisador do Núcleo de Pesquisa e Estudos em Comunicação (Nupec), na mesma instituição. Membro do grupo de pesquisa Pensamento Comunicacional Latino-Americano, do CNPq. Editor da revista “Acervo On-line de Mídia Regional”. E-mail: francisco-nupec@uol.com.br.

³ A única referência encontrada foi o trabalho “Jornalismo cultural: gêneros e formatos”, apresentado pelo prof. Dr. José Marques de Melo no Seminário Rumos Jornalismo Cultural, promovido pelo Instituto Itaú Cultural, em São Paulo, no dia 7 de dezembro de 2007. Porém, o conteúdo discutido pelo autor ainda não foi publicado.

⁴ Um exemplo desse tipo de trabalho é o *paper* “Gêneros jornalísticos no Brasil: panorama atual dos impressos”, de Ana Regina Barros Rego Leal, publicado nos anais do 11º Colóquio Internacional sobre a Escola Latino-Americana de Comunicação (Celacom), realizado em maio de 2007, na cidade de Pelotas (RS). A autora estabelece uma série de comparações entre seis veículos nacionais: os jornais *O Estado de S. Paulo*, *Folha de S. Paulo* e *Meio Norte*, e as revistas *Piauí*, *Bravo!* e *Cult*.



conteúdos trabalhados por cadernos, seções e demais veículos dessa natureza, com ênfase às temáticas abordadas e ao enfoque dado por cada espaço editorial.

Mas, como já foi dito nestas linhas, estudar os gêneros jornalísticos é uma das melhores formas para entender como a imprensa especializada se organiza. No caso de uma revista de cultura, por exemplo, esse tipo de investigação é a ideal para que se possa apontar qual sua principal tendência (se é mais informativa, se tende a ser opinativa, se oferece instrumentos para a interpretação dos assuntos tratados, se assume uma posição de prestadora de serviços ou, por fim, se está mais voltada a oferecer conteúdos que visem ao divertimento de seu público-leitor).

Diante disso, esta pesquisa objetiva identificar o perfil editorial da revista *Bravo!*, publicação da Editora Abril, tomando como base os gêneros e os formatos vigorantes em suas páginas. Também leva em consideração a geografia política dos conteúdos, bem como sua cartografia cultural, a fim de estabelecer um diagnóstico mais detalhado acerca do periódico.

Os caminhos do jornalismo cultural

Editorias culturais surgiram com o propósito de reunir textos sobre assuntos relacionados a pautas culturais⁵. E tais espaços foram pensados não apenas para informar, mas, também, para serem ocupados pela crítica, como forma de enaltecer os sentidos que as manifestações artístico-culturais podem despertar no ser humano (BASSO, 2005). Porém, com o passar do tempo, esse jornalismo tomou novas formas.

Alguns estudiosos da área, como Medina (1992) e Nunes (2003), consideram a década de 1970 como marco das mudanças ocorridas no jornalismo cultural. Nessa época, a mídia impressa passou a reservar espaços diferenciados para pautas dessa natureza e, também, começou a dar destaque para assuntos voltados ao entretenimento. Essa, por assim dizer, “popularização” do jornalismo cultural – que transformou os “segundos cadernos” dos diários e as revistas semanais e especializadas em produtos meramente pautados por agendamento – acabou por banalizar sua produção, desencadeando sérias discussões sobre sua legitimidade.

Couto (1996, p. 129) observa tal modificação como presságio para o momento de crise ao qual se submete a imprensa brasileira e cuja origem advém de uma série de

⁵ Falar de cultura não é simples. O antropólogo Néstor Canclini (2006), por exemplo, descobriu que existem mais de 300 usos distintos o termo (e ainda considera o montante baixo). Por isso, o conceito de cultura utilizado neste texto é o que os meios de comunicação definem como tal, que, *grosso modo*, seriam as sete grandes artes (pintura, escultura, dança, teatro, música, poesia e cinema), os shows, os patrimônios históricos e outras manifestações semelhantes.



problemas: excesso de espaço destinado a roteiros de programação cultural, em detrimento de reportagens; coberturas realizadas de modo superficial, com destaque para produtos massivos; relação comprometedoras da redação com departamentos de marketing de empresas que promovem eventos de cultura; e falta de seriedade no exercício da função jornalística na área cultural.

Já no início da década de 1990, pesquisadores se preocupavam em pensar sobre os reflexos provocados pela subdivisão da editoria e pelas demandas do mercado submetido à indústria cultural e ao agendamento, as quais – ao menos aparentemente – colocavam em xeque o tratamento das pautas de cultura. Num primeiro momento, discutiram o trabalho do jornalista, que, muitas vezes, não toma o cuidado de se aprofundar no universo a ser reportado por ele e, conseqüentemente, não produz um material suficientemente claro, conciso e fácil de compreender; depois, os pesquisadores trataram dos critérios de noticiabilidade, que, ao privilegiar eventos, deixa de se posicionar quanto à identidade cultural do público que atinge (MEDINA, 1990).

Olhando para a questão da demanda de mercado, é fácil perceber que reside ali uma outra explicação para a dicotomia cultura *versus* entretenimento. O avanço das novas tecnologias da informação – principalmente da Internet – gerou novas demandas para a produção jornalística e exigiu que antigos modelos fossem adaptados à realidade do final do século 20 e do começo do século 21. A ordem, agora, é compilar em poucas linhas as informações necessárias para a compreensão de determinado fato, e mesmo os conteúdos críticos não dispõem de grandes espaços para serem desdobrados.

Quanto à superficialidade do conteúdo textual, esta pode ser explicada a partir de algumas pistas já encontradas por profissionais e pesquisadores. Seus principais apontamentos dizem respeito à rotina dos cadernos diários (PIZA, 2003), que acabam por não se aprofundar nos assuntos estampados em suas páginas e, muitas vezes, sequer o contextualizam: ao que tudo indica, o superficial é resultado de pautas elaboradas com base em “achismos”, sem opinião fundamentada e que valorizam as celebridades e os relatos de eventos; é reflexo do pouco espaço físico para o jornalista refletir em cima de sua abordagem (haja vista a redução do número de linhas utilizadas para cada texto); é, ainda e sobretudo, a falta de preparo dos jovens profissionais (RODRIGUES, 2001).

Nessa discussão, há ainda muitos encontros e desencontros de idéias e de posicionamentos. E se existe um ponto em comum entre elas é o da necessidade de se conceber um jornalismo especializado em cultura muito mais fértil do que se tem atualmente (VARGAS, 2004).

Uma perspectiva ‘verde-amarela’ dos gêneros jornalísticos

Os gêneros jornalísticos equivalem a uma das parcelas do universo processual da comunicação social, cuja abrangência vai desde ações mais amplas até as menores unidades⁶. Trata-se, segundo Bakhtin (2003), de tipos relativamente estáveis de expressões lingüísticas, construídos conforme sua especificidade comunicacional e que se refletem no conteúdo, na forma e na estrutura.

Para Bakhtin, são dois os fatores que determinam a configuração dos gêneros comunicacionais: 1) estilísticos (formas de expressão individuais e coletivas); e 2) orgânicos (adequação funcional a diferentes segmentos da atividade humana, tais como científica, técnica, jornalística, empresarial, coloquial, entre outros). A partir dessa primeira determinação, diz o autor que os gêneros podem ser classificados como: 1) primários (correspondentes à oralidade, como conversas de salão, conversas familiares, diálogos filosóficos, diálogos sócio-políticos etc.); e 2) secundários (relacionados à escrita, ou seja, aos gêneros literários, científicos, jornalísticos...).

De acordo com Seixas (2003, p. 80), as classificações propostas nos últimos séculos⁷ – entre as quais as dos brasileiros – têm privilegiado cinco critérios básicos: “1) finalidade do texto ou disposição psicológica do autor ou ainda a intencionalidade; 2) estilo; 3) modos de e escrita, ou morfologia, ou natureza estrutural; 4) natureza do tema e topicalidade; e 5) articulações interculturais (cultura)”. Seguindo por esse caminho, cada articulação divide os conteúdos jornalísticos em determinadas categorias, sendo as de maior evidência aquelas que distribuem os conteúdos em informativos, interpretativos e opinativos.

Indiscutivelmente, o pioneirismo dos estudos sobre gêneros jornalísticos, no Brasil, é atribuído a Luiz Beltrão, cujo pensamento encontra-se na trilogia formada pelas obras *A imprensa informativa* (1969), *Jornalismo interpretativo* (1976) e *Jornalismo opinativo* (1980). Ainda dando os primeiros passos a caminho de uma

⁶ Conforme o esquema elaborado, Dias et al (1998) e revisto por Marques de Melo (2006), tal processo se configura da seguinte maneira: 1) *campo* (domínio, esfera, âmbito) = comunicação; → 2) *conjunto* (reunião das partes que formam o todo) = interpessoal, grupal; massiva; → 3) *modalidade* [do conjunto comunicação massiva] = bibliográfica (livros e assemelhados), periodística (jornais e revistas), cinematográfica (cinema), fonográfica (discos), radiofônica (rádio), televisiva (televisão), videográfica (vídeo) e cibernética (computador); → 4) *categoria* [da modalidade periodística] (caráter, natureza, hierarquia) = jornalismo, propaganda, educação, entretenimento; → 5) *gênero* [da categoria jornalismo] (classe cuja extensão se divide em outras classes) = informativo, interpretativo, opinativo, diversional e utilitário. Formato [do gênero jornalístico] (feitio, forma) = a) jornalismo informativo (nota, notícia, reportagem, entrevista); b) jornalismo interpretativo (dossiê, perfil, enquête, cronologia); c) jornalismo opinativo (editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica, carta, caricatura); d) jornalismo diversional (história de interesse humano, história colorida); e) jornalismo utilitário (indicador, cotação, roteiro, serviço). Vale sinalizar que os gêneros e os formatos apontados nessa esquematização correspondem às classificações dos dois mencionados nesta explicação, podendo variar conforme cada proposta.

⁷ Segundo Seixas (2003), a taxonomia dos gêneros jornalísticos é discutida desde a metade do século 19.

taxonomia, ele parte do princípio de que o jornalismo tem as funções básicas de informar, orientar, interpretar, divertir e entreter. Além disso, entende que, ao jornalismo, ainda cabe o papel de opinar. Considerada pelo autor como uma *função vertical*, a opinião jornalística está intrinsecamente ligada à necessidade que o ser humano tem de exprimir suas idéias a respeito de assuntos do seu conhecimento. Partindo dessa lógica, o autor oferece a seguinte proposta de classificação para os gêneros jornalísticos:

Tabela 1 – Classificação dos gêneros jornalísticos proposta por Luiz Beltrão

Classificação	Jornalismo informativo	Jornalismo interpretativo	Jornalismo opinativo
Gêneros	<ul style="list-style-type: none">• Notícia• Reportagem• História de interesse humano• Informação pela imagem	<ul style="list-style-type: none">• Reportagem em profundidade	<ul style="list-style-type: none">• Editorial• Artigo• Crônica• Opinião ilustrada• Opinião do leitor

Depois de Beltrão, o segundo nome, na lista dos brasileiros que se propuseram a trabalhar com gêneros, é o de José Marques de Melo, cujas contribuições iniciais são fruto de sua tese de livre-docência defendida na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), em 1983. Publicado pela primeira vez em 1985, com o nome de *A opinião no jornalismo brasileiro*, o livro passou por duas outras reedições, tendo recebido, da última vez, o nome de *Jornalismo opinativo* (2003).

Em seu trabalho, o autor desenha um amplo mapa sobre as classificações dos gêneros jornalísticos elaboradas na Europa, nos Estados Unidos e na América Latina; e, por fim, chega à conclusão de que, na década de 1980, a imprensa brasileira só produzia dois gêneros: o informativo e o opinativo. Amparado por vasta revisão de literatura de autores europeus, norte-americanos e hispano-americanos, Marques de Melo sugere o seguinte quadro classificatório:

Tabela 2 – Classificação dos gêneros jornalísticos proposta por José Marques de Melo

Classificação	Jornalismo informativo	Jornalismo opinativo
Gêneros	<ul style="list-style-type: none">• Nota• Notícia• Reportagem• Entrevista	<ul style="list-style-type: none">• Editorial• Comentário• Artigo• Resenha• Coluna• Crônica• Caricatura• Carta

Em 1985, dois anos após a defesa de sua tese de livre-docência, Marques de



Melo deu continuidade ao trabalho de organização dos gêneros jornalísticos, desenvolvendo uma pesquisa empírica com um grupo de alunos de mestrado e doutorado da ECA-USP, cujo teor foi publicado no livro *Gêneros jornalísticos na Folha de S.Paulo* (1992). Na ocasião, foram estudados seis gêneros opinativos (artigo, caricatura, carta, comentário, crônica e editorial) e um único gênero informativo (entrevista). A fotografia também fez parte desse rol, embora não seja considerada um gênero, mas, sim, um “código utilizado para registrar fatos ou documentá-los” (p. 12)⁸.

As análises reunidas na coletânea seguiram alguns parâmetros classificatórios, tais como: frequência, estrutura dos textos observados, ângulo de observação, condições de produção, criatividade e configuração do real. Os resultados evidenciaram algumas características da imprensa naquela metade da década de 1980, mas o organizador procurou deixar claro que tais aspectos não poderiam ser considerados permanentes.

É importante explicitar que o exercício feito conjuntamente com os meus alunos para analisar a relação teoria-prática dos gêneros jornalísticos num diário paulistano trouxe muitos elementos para confirmar tendências encontradas na bibliografia científica do Jornalismo. No entanto, os resultados coligados não permitem fazer generalizações para o jornal *Folha de S.Paulo* como um todo. Eles refletem o comportamento do veículo naquela semana estudada ou, quando muito, naquela conjuntura. Um perfil mais duradouro dos gêneros jornalísticos, nessa publicação, exigiria uma vasta pesquisa, captando amostras de diferentes momentos históricos (MARQUES DE MELO, 1992, p. 13).

Outra contribuição nacional aos estudos sobre gêneros jornalísticos é a de Manuel Carlos Chaparro (2008)⁹, português radicado no Brasil e docente da ECA-USP, que elaborou um estudo comparativo entre a imprensa brasileira e a imprensa de Portugal, durante os anos de 1992 e 1995. Naquela ocasião, à luz dos paradigmas teóricos de Todorov, lingüista búlgaro radicado na França, e do espanhol Teun A. Van Dijk, ele observou os conteúdos publicados por quatro jornais brasileiros (*Folha de S.Paulo*, *Jornal do Brasil*, *O Estado de S.Paulo* e *O Globo*) e quatro lusitanos (*Correio da Manhã*, *Diário de Notícias*, *Jornal de Notícias* e *Público*), chegando à conclusão de que só existem duas maneiras de se classificar os gêneros: em relatos ou em comentários. Com base em suas leituras e pesquisas, o pesquisador sugere o seguinte:

⁸ Diante dessas considerações, o estudo elaborado a partir do conteúdo publicado pela revista *Bravo!* não incluiu o conteúdo fotográfico como categoria de análise.

⁹ O livro *Sotaques d'aquém e d'além mar* foi publicado originalmente em 1998, pela editora Jortejo (Santarém – Portugal). Naquele volume, Chaparro considerava a crônica como espécie do gênero “comentário”. Entretanto, estudos realizados posteriormente levaram o autor a defender que a crônica é um tipo de texto que deve ficar livre de classificações, uma vez que transita livremente entre o jornalismo e a literatura. O presente artigo amparou-se na edição de 2008, publicada pela Summus (São Paulo – Brasil), exemplar que orientou a elaboração da Tabela 3.



Tabela 3 – Classificação dos gêneros jornalísticos proposta por Manuel Carlos Chaparro

Gênero comentário		Gênero relato	
Espécies argumentativas	Espécies gráfico-artísticas	Espécies narrativas	Espécies práticas
<ul style="list-style-type: none">• Artigo• Carta• Coluna	<ul style="list-style-type: none">• Caricatura• Charge	<ul style="list-style-type: none">• Notícia• Reportagem• Entrevista• Coluna	<ul style="list-style-type: none">• Roteiros• Indicadores econômicos• Agendamento• Previsão do tempo• Consultas• Orientações úteis

Conforme o próprio pesquisador explica, o panorama traçado por ele reflete a cultura discursiva da práxis jornalística, com ancoragem nas classes que Van Dijk denominou como “esquemas narrativos” e “esquemas argumentativos”, que seria, numa visão minimalista, o que de mais relevante há nas páginas dos jornais.

Os pontos de vista, de fato, são diferentes. Os autores partem de perspectivas opostas para a sugestão de classificações a respeito dos textos jornalísticos. Mas uma lição é comum a Beltrão, a Marques de Melo e a Chaparro: os três compreendem que variáveis, como espaço temporal e geográfico, ou o próprio jeito de “dizer” os fatos noticiáveis, interferem na produção midiática e na percepção do pesquisador que a observa. No próximo tópico, então, uma nova proposta elaborada por brasileiros pode indicar uma definição mais atual do conjunto de textos vigentes na imprensa do país.

Ancoragem teórica

No final da década de 1990, José Marques de Melo retomou os estudos dos gêneros jornalísticos para rever sua posição a esse respeito, tendo em vista as mudanças na conjuntura do Brasil desde os anos 1980¹⁰. Em 1998, então, reuniu um grupo de mestrands e doutorandos da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp) e desenvolveu uma ampla reflexão em torno do assunto, que o levaram a classificar os conteúdos jornalísticos em “gêneros” e “formatos”.

O teor das discussões levantadas na Umesp, bem como as conclusões alcançadas por meio de estudo exploratório, foi publicado nos anais do 21º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado em setembro de 1998, na cidade de Recife (PE). Trata-se do *paper Gêneros e formatos na comunicação massiva periodística: um estudo do jornal “Folha de S. Paulo” e da revista “Veja”* (DIAS et al., 1998), relatório

¹⁰ O autor deixa claro que ordenação dos gêneros varia conforme o ambiente em que é refletida, isto é, cada contexto pratica determinadas espécies do jornalismo de acordo com sua própria realidade. Além disso, no decorrer da história, a vigência de determinados gêneros pode ser consideravelmente alterada (MARQUES DE MELO, 2003).



assinado pelos pesquisadores Paulo da Rocha Dias, Rosemary Bars Mendez, Daniella Crespim Villalta e Gláudio Batista, no qual há uma explicação detalhada em torno dos critérios de classificação.

Apoiada em perspectivas teóricas latino-americanas, a nova proposta classificatória tem sido re-trabalhada por Marques de Melo em disciplina ministrada no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Umesp¹¹, com o levantamento de novas questões e considerações sobre o tema¹². Por essa razão, o presente texto levará em consideração essas últimas definições, que, muito embora não tenham sido publicadas em livro, têm guiado parte das pesquisas realizadas na instituição.

Tabela 4 – Nova classificação dos gêneros jornalísticos proposta por Marques de Melo

Gênero	Informativo	Interpretativo	Opinativo	Diversional	Utilitário
Formato	<ul style="list-style-type: none">• Nota• Notícia• Reportagem• Entrevista	<ul style="list-style-type: none">• Dossiê• Perfil• Enquete• Cronologia	<ul style="list-style-type: none">• Editorial• Comentário• Artigo• Resenha• Coluna• Crônica• Caricatura• Carta	<ul style="list-style-type: none">• História de interesse humano• História colorida	<ul style="list-style-type: none">• Indicador• Cotação• Roteiro• Serviço

É importante destacar que o estudo que será apresentado a seguir reflete exclusivamente a vigência dos gêneros e formatos na revista *Bravo!*, podendo ser tomado apenas como ponto de partida para a compreensão de tais classificações no cenário do jornalismo cultural. Não é possível, portanto, fazer generalizações em torno do tema, uma vez que cada veículo revela diferentes produtos jornalísticos.

A revista Bravo!

Bravo! foi publicada, pela primeira vez, em outubro de 1997, pela extinta Editora D'Ávila. Seu projeto inicial era desdobrar a seção “Políticas do Prazer” mantida pela revista *República*¹³, criada em 1996 pelo mesmo grupo, cuja linha de atuação primava por ensaios em torno da cultura, em vez de apresentar manifestações e processos culturais de maneira informativa. Walgner Carelli (2008, on-line), um dos

¹¹ Trata-se da disciplina “Gêneros da Comunicação de Massa”, oferecida a mestrandos e doutorandos do Programa.

¹² Um exemplo de nova consideração recai sobre o gênero utilitário. Na época em que o referido *paper* foi publicado, as chamadas de capa, que orientam o leitor sobre o conteúdo de determinada edição, eram consideradas como um dos formatos utilitários. Todavia, em material didático elaborado em 2006, o professor Marques de Melo deixou de considerar tais conteúdos como formato. Por isso, esta pesquisa também os desconsiderou.

¹³ Publicação que circulou, pela primeira vez, em 31 de outubro de 1996, *República* adotava como slogan “o prazer da política e as políticas do prazer”. Sua intenção, conforme indicava em suas páginas, era inserir a política, em sua acepção mais ampla, no cotidiano dos leitores, sem a carga de aborrecimentos que o tema normalmente desperta. Foi o primeiro título da Editora D'Ávila Comunicações, dirigida pelo empresário Luiz Felipe D'Ávila.



editores que participou da criação do periódico, relata o seguinte: “O espírito da *Bravo!* foi esse, o ensaístico-crítico, que não deixava de lado a agenda – só que a agenda era ensaístico-crítica também. [...] Fizemos a revista toda, todo o projeto editorial e gráfico, todas as matérias, todo o fechamento, tudo, até os fotolitos, em 23 dias”.

De fato, os primeiros anos da revista foram destinados exclusivamente à crítica cultural e grande parte de seu espaço era reservado à divulgação das idéias de intelectuais brasileiros. Com o passar do tempo, seu projeto editorial foi sendo alterado, com a inclusão de editorias voltadas a comentar a produção televisiva, fato que levou alguns críticos a compreenderem que *Bravo!* rendeu-se à cultura “como entretenimento” e não “como sentido de vida” (CARELLI, 2008, on-line).

Com o fechamento da Editora D’Ávila, em 2004, a *Bravo!* passou a ser gerida pela Editora Abril, que deu continuidade ao projeto de forma a valorizar as agendas culturais em detrimento da reflexão em torno da cultura. Naquele ano, Marília Scalzo, coordenadora do Curso Abril de Jornalismo, pronunciou-se a respeito da mudança no perfil da *Bravo!* da seguinte forma: “A *Bravo!* quer hoje ser um pouco mais acessível do que já foi, sem perder a profundidade e a maneira séria como trata os assuntos. Para manter qualquer revista segmentada e de pequena circulação, é necessário ter um modelo de negócios que a torne rentável”¹⁴.

Depois que foi incorporada pela Abril, *Bravo!* passou por algumas reformulações gráficas e editoriais. A última delas ocorreu em junho de 2007 e foi anunciada no editorial daquele mês:

Bravo! apresenta algumas mudanças nesta edição. A seção *Ensaio*, por exemplo, passará a ser publicado ao lado das reportagens que versam sobre o tema [...]. No encerramento da revista, a seção *Saideira* publicará sempre ficção inédita de autores consagrados [...]. As reportagens, elaboradas sempre a partir de eventos culturais do mês, vão se tornar mais informativas e provocativas, dando subsídios para melhor entender o significado cultural de cada lançamento. [...] A revista quer ser um guia cultural antes, e alimentar a discussão depois. Afinal, o fenômeno cultural não se esgota em shows, concertos, sessões de cinema, peças de teatro, exposições e livros. Ele continua depois, na medida em que esses eventos modificam a vida das pessoas – da mesma maneira que os debates gerados a partir deles modificam a vida das sociedades e dos países (LIMA, 2007, p. 8).

Atualmente, a publicação tem tiragem mensal de 33 mil exemplares (ANUÁRIO DE MÍDIA 2007), distribuída em todo o território nacional, sendo 39% de assinaturas e

¹⁴ Entrevista concedida a José Soares de Veras Júnior, em 22 de setembro de 2004. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/soares-jose-dissertacao.pdf>>. Acesso em: 23 abr. 2008.



61% de vendas em bancas. Seu foco volta-se para artes plásticas, música, teatro, dança, cinema, literatura e televisão, tendo nove seções fixas: Cartas, Primeira Fila, Site, Livros, Entrevista, Música, Artes Plásticas, Ensaio, Cinema, Teatro e Saideira.

Construindo o conhecimento

Para a realização desta pesquisa, foi adotado, como referencial metodológico, a análise de conteúdo sistematizada por Bardin (1977), que orienta seguir por “três pólos cronológicos”: 1) pré-análise; 2) exploração do material; e 3) tratamento dos resultados. A mensuração tomou como referência a Unidade de Informação (UI) proposta por Violette Morin (1974), em oposição às técnicas de medida da superfície de impressão.

Como o objetivo central do estudo é compreender quais gêneros e quais formatos compõem a revista *Bravo!*, foi feita a seleção de quatro edições que circularam em 2007. Cada número da amostragem representa um quadrimestre do ano citado, tendo sido escolhidas as revistas dos meses de janeiro e julho (relacionadas a períodos de férias) e de abril e outubro (referentes a meses comuns na esfera da produção cultural).

O exercício de observação sistemática da revista *Bravo!* revelou que, nas quatro edições abordadas, foram publicados 171 conteúdos jornalísticos, sendo que as maiores incidências ocorreram no primeiro semestre de 2007¹⁵. Também demonstrou que, da classificação proposta por Marques de Melo, nem todos os formatos jornalísticos são trabalhados pela publicação¹⁶.

Ainda como parte da análise morfológica, considerou-se oportuno organizar os gêneros conforme a predominância de cada um, conquistando o opinativo o topo da pirâmide. Tal distribuição possibilitou uma percepção mais clara sobre as características da publicação, e o resultado chocou-se com as hipóteses primárias levantadas no projeto desta pesquisa, as quais supunham que a revista fosse preponderantemente informativa e utilitária.

Conforme mencionado na introdução, um dos objetivos da investigação era o de situar a geografia política dos textos, com a finalidade de esboçar os principais interesses da revista. Tomou-se como base, nessa etapa, seis subcategorias: 1) global; 2) nacional; 3) regional; 4) local; 5) misto (nacional e global); e 6) inclassificável¹⁷.

¹⁵ Nos meses de janeiro e abril foram publicados 48 textos, em cada edição; em julho, 41; e em outubro, 34, totalizando 171 UIs.

¹⁶ Não foram localizados os formatos enquete (gênero interpretativo), história de interesse humano (gênero diversional), indicador e cotação (gênero utilitário).

¹⁷ A subcategoria “inclassificável” corresponde a textos que não se encaixam nos demais grupos.

Novamente, as hipóteses levantadas previamente não foram percebidas, uma vez que o signo local não figura significativamente nesse mapa.

E, além disso, os dados levantados para este estudo também buscaram sinalizar a cartografia cultural dos conteúdos, a qual, segundo Marques de Melo, molda a fisionomia do jornalismo cultural praticado na sociedade brasileira contemporânea¹⁸. Levando em consideração as definições de Alfredo Bosi (1987)¹⁹, a classificação partiu de três pontos-chaves nas discussões dessa natureza: erudito (cult), massivo (pop) e popular (folk). O resultado da grade formulada também confrontou a idéia original, que compreendia a publicação como reduto da cultura massiva.

A partir dos dados numéricos apresentados aqui, foi possível chegar a algumas interpretações e estabelecer comparações que dão conta – pelo menos parcialmente – de ilustrar o perfil editorial da revista *Bravo!*.

Análises e discussões

A característica dominante dos textos do jornalismo cultural é, sem dúvida, definida por seu aspecto crítico. Piza (2007, p. 77) defende que a crítica tem “papel de formar o leitor, de fazê-lo pensar em coisas que não tinha pensado (ou não tinha pensado naqueles termos), além de lhe dar informações”.

Tal posição é semelhante à assumida por Aguiar (2000), para quem a função da crítica é acompanhar os movimentos das obras de arte, as quais, por si só, estimulam certa veia reflexiva naqueles que as contemplam. Nessa mesma linha de raciocínio, Teixeira Coelho (2007, p. 27) entende que a crítica é o que dá autenticidade ao trabalho do jornalista cultural, pois, caso contrário, o mesmo passa a ser “um mero escrevinhador do serviço cultural”.

No quadro classificatório dos gêneros jornalísticos encontrados na *Bravo!*, a opinião corresponde à parcela mais significativa (35%). Distante de oferecer conteúdos apenas com finalidade de agendamento, a revista dedica-se, em maior número, à apreciação crítica dos bens simbólicos a serem consumidos por seu público-leitor, indicando pistas para uma melhor avaliação dos produtos culturais.

¹⁸ Considerações feitas pelo autor durante o Seminário Rumos Jornalismo Cultural, em 7 de dezembro de 2007.

¹⁹ Para Alfredo Bosi (1987), o que diferencia uma cultura da outra é o tempo, isto é, o ritmo de produção e recepção dos bens simbólicos. O autor considera, nessa perspectiva, que há três sistemas de cultura: *erudito*, *massivo* e *popular*. O ritmo do primeiro supõe consciência histórica e é o que “sempre foi considerado a cultura por excelência” (p. 12). A cultura massiva, por sua vez, caracteriza-se pelo tempo acelerado de produção (indústria cultural) e prende o espectador justamente porque este pouco faz uso de sua memória social, por conta de seu cotidiano corrido. Já o âmbito popular, afirma Bosi, qualificado pelo tempo cíclico, fundamenta-se “no retorno de situações e atos que a memória grupal reforça” (p. 11); em outras palavras, afirma-se em suas próprias raízes.

Como comprovou o estudo empírico, o gênero opinativo manifesta-se em sete formatos convencionais, sendo que, da classificação adotada, apenas a “coluna” não foi identificada. Desses, o formato mais utilizado é a resenha (19%), que corresponde à crítica definida por Piza, Aguiar e Teixeira Coelho. Seu uso mais freqüente está na apreciação das atrações culturais disponíveis no mês em que a revista circula, como forma de contribuir para com a tomada de decisões para o consumo cultural. Não por menos, os textos dessa natureza sempre estão acompanhados de “serviços” que indicam onde encontrar determinados atrativos. Há ainda a predominância dos formatos comentário (6%) e artigo (5%), geralmente refletindo sobre alguma atração em cartaz.

Outro aspecto interessante a ser mencionado nesta discussão é que, nos dois primeiros números (janeiro e abril) analisados, não havia a incidência do editorial, que aparece nas outras duas edições (julho e outubro). Isso se dá, obviamente, pelo fato de a *Bravo!* ter passado por um processo de mudança editorial no mês de junho de 2007, que alterou alguns pequenos detalhes em sua estrutura, tais como redução do conteúdo textual e maior valorização do conteúdo fotográfico; nessa reformulação, então, a revista passou a emitir sua opinião oficial por meio de espaço “Carta do Editor”²⁰.

Do gênero opinativo, a carta (2%) e a crônica (1%) são pouco usuais e surgem apenas uma vez em cada edição. Já a caricatura, formato que permite a emissão de opinião por meio do humor e da ridicularização de determinados assuntos, aparece uma única vez (0,5%) e, mesmo assim, tendo seu teor reproduzido de outro suporte midiático (o livro). Trata-se de uma crítica à Igreja Católica que tem, como principal objetivo, mostrar a postura anti-clerical de seu autor.

O gênero informativo é o segundo a figurar nesse *ranking*, tendo, na reportagem, seu formato mais representativo (20%)²¹. Geralmente, trata-se de um relato aprofundado de alguma atração em destaque, cuja estrutura engloba diferentes fontes de informação.

Em seguida, a notícia (6%) sinaliza ocorrências temporalmente próximas ao mês de sua publicação. Prioritariamente, corresponde à divulgação de eventos – como e exposição do artista plástico Iberê Camargo (jan./2007) –, seguida dos relatos que noticiam algum tipo de produção que tem sido feita recentemente – como a série de fotografias o artista croata Zlatko Kopljár (abr./2007).

²⁰ Vale dizer que o editorial da *Bravo!* não foge à regra da grande maioria das revistas mensais, nas quais o editorial é assinado pelo editor-chefe.

²¹ A título de observação, vale destacar que, apesar de o gênero informativo ser o segundo colocado no *ranking* dos gêneros incorporados pela revista, o formato “reportagem” foi o que mais apareceu, sendo responsável por 20% das UIs, contra 19% correspondentes ao formato “resenha”.

A entrevista tem poucas inserções na revista (4%), mas se manifesta em dois tipos: o pergunta e resposta (pingue-pongue), encontrada pelo menos uma vez em cada exemplar, sempre dando voz a “olimpianos”, como a cantora Maria Bethânia (jan./2007) e o diretor de cinema Peter Greenaway (out./2007); e em forma de “texto corrido”, como é disposto o depoimento do psicanalista Contardo Calligaris (jan./2007).

A nota só aparece na primeira edição do ano, em dois momentos, indicando fatos do cenário cultural ainda em configuração, como é o caso do Projeto Graffiti, em fase de implantação pela própria *Bravo!*.

O gênero utilitário ocupa a terceira posição nessa lista, mesmo tendo apenas dois formatos figurando na revista: roteiro (18%) e serviço (5%). Esse tipo de conteúdo, conforme afirma Medina (2007, p. 33), tem “identidade inabalável para situar o cidadão imediatamente no presente”, já que orienta seus leitores, indicando uma seleta lista de produtos culturais que devem ser consumidos. O roteiro, geralmente, ocupa duas páginas, com amplo guia para a apreciação de livros, CDs, DVDs, exposições e espetáculos.

Perfil (4%) e dossiê (3%) são os formatos do gênero interpretativo que mais vigoram, seguidos da cronologia (0,5%). O primeiro desses privilegia figuras de destaque no cenário artístico, como o maestro brasileiro Ricardo Bernardes, de 31 anos, promessa de grande sucesso na regência de composições eruditas (jul./2007). Já o segundo formato mencionado corresponde, sempre, à manchete do mês – “Manuel Bandeira” (jan./2007), “Goya” (abr./2007), “Os 7 mistérios de Aleijadinho” (jul./2007) e “A revolução das cantoras (out./2007) –, oferecendo amplo conteúdo ilustrativo e explicativo sobre o assunto. A cronologia desponta em uma única ocasião (jan./2007), percorrendo a trajetória dos discos lançados pelo compositor Tom Jobim.

Por último, o gênero diversional é o menos representativo nesse cenário, tendo apenas um de seus formatos localizados: a história colorida (4%). Relato que privilegia detalhes do ambiente em que determinado fato ou situação ocorre, foi utilizado, entre outros, para narrar alguns momentos da vida do cineasta Glauber Rocha (abr./2007) e do artista plástico Antonio Dias (out./2007).

Passando para o plano da geografia política, ficou claro, após a categorização das Unidades de Informação, que a principal ênfase dada pela revista incide sobre assuntos internacionais, apontados, nesta pesquisa, pela subcategoria global (35%). Essa quantia significativa demonstra que a identidade nacional não é o principal foco de interesse da revista, que direciona 25% aos fatos cujo pano de fundo é a cultura

equacionada no Brasil. Diferentemente do que havia se pensado na elaboração do projeto desta pesquisa, o signo local é um dos que menos aparece (19%); porém, continua correta a asserção de que os traços dessa natureza são relacionados a eventos nas cidades do Rio de Janeiro e de São Paulo. Vale destacar que a subcategoria misto (12%), a qual agrupa conteúdos nacionais e globais, refere-se, quase que em sua totalidade, ao formato roteiro, pois apresenta ofertas de produtos e eventos culturais promovidos no Brasil e no exterior.

Com relação à cartografia cultural, não restam dúvidas de que a erudição (66%) tem caráter hegemônico frente aos demais sistemas de cultura. Por tratar-se de veículo especializado e voltado, basicamente, para aqueles que detêm certo conhecimento dos assuntos ali trabalhados, não é de se espantar o fato de a cultura massiva só figurar em apenas 25% do universo analisado e de o popular não conquistar nenhum espaço.

As pistas oferecidas por meio da análise de conteúdo da revista *Bravo!* indicam alguns caminhos para que se possa compreender a estrutura de uma publicação segmentada inserida em um universo tão rico e diversificado quanto é a cultura. Os parâmetros estabelecidos, então, indicam que, de fato, o jornalismo cultural não está fadado a perder suas características originais.

Considerações finais

As perspectivas de estudo sobre gêneros jornalísticos possibilitam, pelo menos, dois feitos. O primeiro diz respeito ao fato de pouco se querer debater tais propostas classificatórias, em virtude, principalmente, da complexidade de sua organização. Nesse sentido, trata-se de uma iniciativa que busca unir esforços para a consolidação de teorias num cenário demasiadamente controverso, uma vez que, ao que tudo indica, as reflexões a esse respeito não seguem por uma única via, pautando-se em pressupostos, em métodos e em conceitos nem sempre próximos uns dos outros.

Uma segunda possibilidade concerne ao fato de que o acompanhamento constante de um produto midiático muitas vezes não é suficiente para enxergá-lo além da superficialidade; ao contrário, entender como se dá o processo de produção e emissão do jornalismo exige certa dose de atenção e de sistematização. Foi isso o que revelou esta pesquisa. Por meio da análise empírica, elaborada com base em rigoroso procedimento metodológico, percebeu-se que a leitura preliminar de um veículo de comunicação, mesmo quando feita meses a fio, não é suficiente para que certas nuances sejam identificadas.



Os resultados aqui apresentados levam a crer que o jornalismo voltado à cultura – pelo menos o praticado na imprensa especializada – continua a ser o espaço, por excelência, do pensamento crítico. Não por acaso, os gêneros opinativos têm maior representatividade em suas páginas, confirmando que a segmentação do mercado editorial possibilita preencher a lacuna deixada pelo jornalismo diário.

Ponto importante a ser mencionado é a predominância de conteúdos eruditos e de assuntos de natureza global, alguns deles relacionados a eventos em outros países. Isso se dá, muito provavelmente, pelo fato de esse tipo de produto editorial, comercializado a um considerável custo financeiro, ser destinado a classes com poder aquisitivo elevado.

Como todo trabalho de pesquisa e, mais ainda, como todo trabalho humano, este estudo não é suficiente para esgotar o assunto e, por isso mesmo, não se dá por encerrado. Os caminhos percorridos para a classificação do conteúdo jornalístico publicado pela revista Bravo! podem ser considerados, apenas, como passos iniciais para uma taxonomia dos gêneros e formatos vigentes no jornalismo cultural brasileiro, terreno tão vasto e que ainda pode ser desbravado por diferentes vieses, por múltiplas perspectivas e por diversas metodologias.

Referências

AGUIAR, F. As questões da crítica literária. In: MARTINS, M. H. (Org.). **Outras leituras:** literatura, televisão, jornalismo e artes e cultura, linguagens interativas. São Paulo: Senac/ Itaú Cultural, 2000.

ANUÁRIO DE MÍDIA 2007: volume segmentos (revista, TV por assinatura, Internet e guias e listas). São Paulo: Editora Meio & Mensagem, 2007.

BAKHTIN, M. M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BASSO, E. F. C. **Revista Senhor: modernidade e cultura na imprensa brasileira**. 2005. 239 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, SP, 2005.

BELTRÃO, L. **A imprensa informativa: técnica da notícia e da reportagem no jornal diário**. São Paulo: Folco Masucci, 1969.

_____. **Jornalismo interpretativo**. Porto Alegre: Sulina, 1976.

_____. **Jornalismo opinativo**. Porto Alegre: Sulina, 1980.

BOSI, A. Plural, mas não caótico. In: _____. (Org.). **Cultura brasileira: temas e situações**. São Paulo: Ática, 1987.

CANCLINI, N. G. **Diferentes, desiguais e desconectados**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.



CARELLI, W. **A editora D'Avila e a revista Bravo!**. Disponível em: <<http://www.digestivocultural.com/ensaios/ensaio.asp?codigo=83>>. Acesso em: 23 abr. 2008.

CHAPARRO, M. C. **Sotaques d'aquém e d'além mar**: travessias para uma nova teoria dos gêneros jornalísticos. São Paulo: Summus, 2008.

COUTO, J. G. Jornalismo Cultural em crise. In: DINES, A.; MALIN, M. (Org.). **Jornalismo brasileiro**: no caminho das transformações. Brasília: Banco do Brasil, 1996.

DIAS, P. R. et al. Gêneros e formatos na comunicação massiva periodística: um estudo do jornal "Folha de S. Paulo" e da revista "Veja". In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 21., 1998, Recife. **Anais Eletrônicos...** Recife, PE: Intercom, 1988.

FARO, J. S. Jornalismo cultural: informação e crítica, mais que entretenimento. **Estudos de Jornalismo e Relações Públicas**: Revista da Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, SP, n. 9, p. 75-88, 2007.

LIMA, J. G. A nossa paixão. **Bravo!**, São Paulo, jun. 2007, p. 8.

MARQUES DE MELO, J. **Formatos jornalísticos**: evidências brasileiras. 2006. (Apresentação em PowerPoint).

MARQUES DE MELO, J. (Org.). **Gêneros jornalísticos na Folha de S.Paulo**. São Paulo: FTD, 1992.

_____. **Jornalismo opinativo**: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. 3. ed. Campos do Jordão, SP: Mantiqueira, 2003.

MEDINA, C. "É preciso se contaminar de arte". **Ensaio**: Revista Laboratório de Jornalismo do Curso de Comunicação Social da UEL, Londrina, PR, ano 1, n. 2, p. 9-13, abr. 1992. Entrevista.

_____. Jornalismo e a epistemologia da complexidade. **Comunicação & Política**: revista do CEBELA (Centro Brasileiro de Estudos Latino-Americanos), Rio de Janeiro, ano 9, n. 11, p. 85-93, abr./jun. 1990.

_____. Leitura crítica. In: LINDOSO, F. (Org.). **Rumos [do] Jornalismo Cultural**. São Paulo: Summus/Itaú Cultural, 2007.

MORIN, V. **Tratamiento Periodístico de la Información**. Barcelona: ATE, 1974.

NUNES, M. F. R. **Cultura também é notícia**: jornalismo cultural no impresso e na TV. 2003. 109 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, SP, 2003.

PIZA, D. **Jornalismo Cultural**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2003.

RODRIGUES, S. Tendências contemporâneas do jornalismo cultural. In: DINES, A. (Org.). **Espaços na mídia**: história, cultura e esporte. Brasília: Banco do Brasil, 2001.

SEIXAS, L. Gêneros jornalísticos digitais: uma proposta de critérios para definir os produtos do webjornalismo. In: MACHADO, E.; PALACIOS, M. (Org.). **Modelos de jornalismo digital**. Salvador, BA: Edições GJOL/ Calandra, 2003.

VARGAS, H. Reflexões sobre o jornalismo cultural contemporâneo. **Estudos de Jornalismo e Relações Públicas**: revista do curso de Jornalismo e Relações Públicas da Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, SP, n. 4, p. 17-25, 2004.

TEIXEIRA COELHO, J. Outros olhares. In: LINDOSO, F. (Org.). **Rumos [do] Jornalismo Cultural**. São Paulo: Summus/Itaú Cultural, 2007.