

Literatura, audiovisual e jornalismo cultural

Uma publicação digital de longa duração, capaz de aproximar repertório, descoberta e conversa pública.

**Uma marca cultural que aprendeu a sobreviver
às sucessivas mudanças da internet.**

O que a Bula oferece a uma marca

A Revista Bula oferece contexto cultural, texto autoral e projetos especiais para marcas e instituições que precisam participar da conversa pública sem reduzir cultura a decoração.

HISTÓRIA

Mais de duas décadas de adaptação

Origem no fim dos anos 1990, consolidação contínua em 2002 e presença em diferentes fases da web brasileira.

POSIÇÃO

Entre repertório e alcance

Ensaio, crítica, livros e memória convivem com cinema, streaming, listas, serviço e cultura digital.

MODELO

Digital desde a origem

Produção, distribuição, acesso aberto e monetização foram construídos para a internet.

PRODUTO

Do anúncio ao projeto autoral

Display, branded content, séries, dossiês, rankings, pesquisas, hubs e desdobramentos multiplataforma.

MEMÓRIA

Conteúdo com vida longa

O arquivo editorial cria contexto para efemérides, autores, obras, gêneros e temas recorrentes.

GOVERNANÇA

Transparência e brand safety

Identificação comercial clara, apuração, limites editoriais e ausência de promessas algorítmicas.

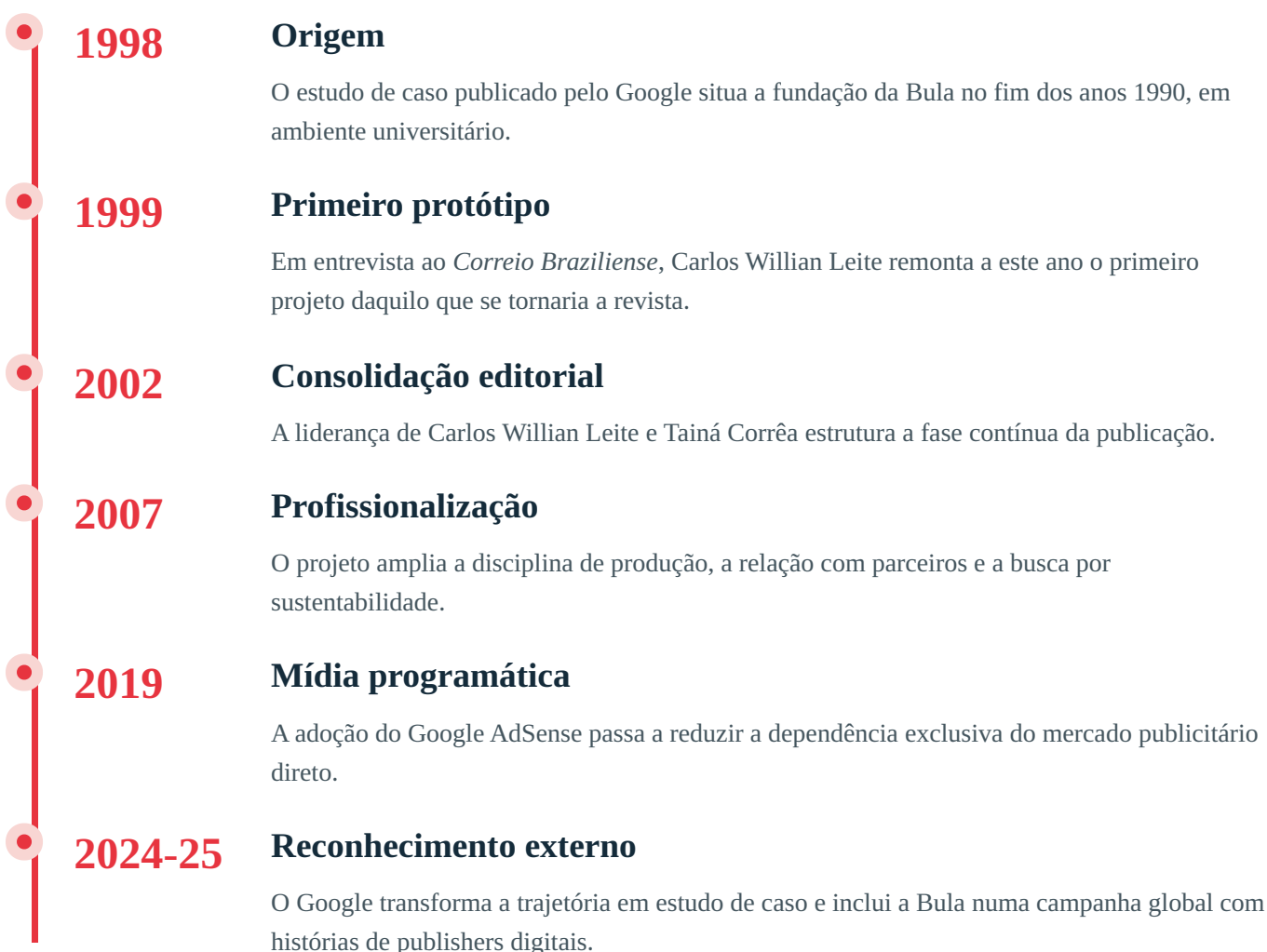
[Baixar o Mídia Kit em PDF](#)

[Solicitar proposta](#)

Decisão editorial: este material não usa números correntes de audiência como promessa comercial. A proposta se sustenta em ativos mais estáveis: marca, longevidade, arquivo, autoridade temática, acesso aberto, distribuição e capacidade de execução.

Uma publicação que atravessou várias internets

A história da Bula aparece em três camadas documentadas: fundação em 1998, primeiro protótipo em 1999 e consolidação contínua do projeto em 2002.



“Na internet, longevidade não é permanência passiva. É a capacidade de mudar a operação sem dissolver a identidade.

Entre o mundo erudito e o mundo popular

A Bula ocupou um território editorial raro: não abandonou a crítica e o ensaio, mas também não tratou o acesso popular como rebaixamento de linguagem.

REPERTÓRIO

O mundo erudito

Literatura, poesia, ensaio, história cultural, crítica, perfis, memória, filosofia e leitura estética.

- Texto autoral
- Contextualização
- Arquivo e permanência
- Mediação crítica



DESCOBERTA

O mundo popular

Cinema, séries, streaming, listas, guias, recomendações, comportamento e assuntos de circulação ampla.

- Serviço cultural
- Linguagem acessível
- Atualidade
- Decisão do leitor

Pesquisa acadêmica da UFPB identificou essa convergência entre crítica, agendamento e serviço. A singularidade comercial da Bula nasce justamente da convivência dessas camadas.

Um ecossistema, não uma única editoria

A publicação funciona como um ecossistema cultural, não como uma editoria única. Isso amplia possibilidades de contexto sem dissolver a marca.

01

Literatura

Livros, autores, crítica, ensaios, perfis, cânone, memória e descoberta editorial.

02

Cinema

Crítica, história do cinema, streaming, diretores, gêneros, atores e serviço.

03

Séries

Curadoria, contexto, tendências de plataforma e leitura narrativa.

04

Música

Crítica, memória, repertório, artistas e interpretação cultural.

05

Poesia

Autores, tradição, criação, ensaio e preservação de repertório.

06

Listas e guias

Conteúdo de descoberta e serviço com curadoria e forte potencial de circulação.

07

Ideias

Comportamento, memória, sociedade, linguagem, história e vida contemporânea.

08

Projetos especiais

Dossiês, rankings, pesquisas, efemérides, hubs, séries e narrativas institucionais.

09

Vídeo e social

Entrevistas, comentários, peças de descoberta e extensão editorial dos projetos.

Conteúdo de descoberta com capacidade de permanência

A mesma marca pode informar, contextualizar, recomendar, provocar e preservar. Cada formato atende a uma intenção diferente.

Ensaio

Interpretação e construção de repertório.

Crítica

Leitura estética, técnica e contextual.

Perfil

Trajetória, obra, personagem e memória.

Lista

Curadoria, síntese e descoberta.

Guia

Serviço, orientação e decisão.

Entrevista

Voz, autoridade e conversa aprofundada.

Explicador

Clareza para temas complexos.

Ranking

Metodologia, comparação e debate.

Dossiê

Pesquisa, série, design e memória permanente.

Arquivo como infraestrutura

Em 2022, o *Correio Braziliense* registrou um acervo superior a 12 mil textos, entre entrevistas, estudos críticos, ensaios, perfis, obituários, listas e crônicas.

Valor para parceiros

Projetos podem dialogar com efemérides, obras, autores e temas recorrentes, ganhando contexto e vida útil além do dia da publicação.

Uma combinação rara de ativos

Avaliação editorial interna baseada em evidências públicas e comparação com marcas adjacentes. Não é auditoria independente nem ranking de audiência.

Longevidade e resiliência

Continuidade através de mudanças de plataforma, distribuição e monetização.

EXCEPCIONAL

Adaptabilidade digital

Operação nativa da web, acesso aberto, trabalho remoto e aprendizagem algorítmica.

EXCEPCIONAL

Ponte erudito-popular

Convivência entre crítica, repertório, serviço, streaming e descoberta.

MUITO FORTE

Amplitude editorial

Literatura, audiovisual, música, poesia, comportamento e projetos especiais.

MUITO FORTE

Arquivo e permanência

Acervo amplo, indexável e reutilizável como contexto editorial.

MUITO FORTE

Acesso aberto

Barreira reduzida para leitura, descoberta e compartilhamento.

ESTRUTURAL

Flexibilidade de projeto

Do display ao dossiê, com arquitetura ajustada ao objetivo.

CONSOLIDADA

Leitura correta: os níveis medem singularidade de posicionamento e capacidade de parceria, não qualidade absoluta nem tamanho de público.

Como foi definido o grupo de referência

Em vez de proclamar um pódio impossível de auditar, o media kit insere a Bula em um grupo de dez referências centrais ou adjacentes do jornalismo cultural brasileiro.

1 • RECORTE

Publicações culturais reconhecíveis

Literatura, artes, ideias, crítica, audiovisual, entretenimento ou jornalismo explicativo.

2 • CRITÉRIOS

Sete dimensões

Longevidade, identidade, continuidade, amplitude, acesso, presença digital e capacidade de projeto.

3 • LEITURA

Sem vencedor artificial

A comparação identifica forças distintas e a combinação específica que diferencia a Bula.

Grupo de referência: Revista Bula, CULT, piauí, Quatro Cinco Um, Rascunho, Bravo!, Continente, Pernambuco, Omelete e Nexô.

O grupo reúne concorrentes diretos, publicações especializadas e marcas adjacentes. A diversidade é metodologicamente útil porque revela modelos distintos: assinatura, acesso aberto, apoio institucional, eventos, grupos editoriais, publicidade e projetos especiais.

Literatura, ideias e jornalismo de profundidade

Cada marca possui uma vantagem legítima. O objetivo não é diminuí-las, mas localizar com precisão o espaço da Bula.

ACESSO ABERTO · DIGITAL NATIVA

Revista Bula

Força: amplitude cultural, agilidade e ponte entre repertório e descoberta.

Distinção: combina ensaio, serviço, audiovisual, listas e permanência de arquivo.

IMPRESSA + DIGITAL

CULT

Força: humanidades, filosofia, pensamento político e densidade acadêmica.

Diferença: maior concentração no debate intelectual.

REVISTA + ASSINATURA

piauí

Força: longform, reportagem literária e prestígio autoral.

Diferença: ciclo de produção mais lento e foco menos amplo em serviço cultural.

LIVROS · CRÍTICA ESPECIALIZADA

Quatro Cinco Um

Força: crítica de livros, bibliodiversidade e especialização.

Diferença: foco editorial mais concentrado e modelo apoiado por comunidade e assinaturas.

JORNAL LITERÁRIO

Rascunho

Força: literatura, entrevistas, resenhas e continuidade desde 2000.

Diferença: comunidade especializada de escritores e leitores.

Artes, contexto e cultura pop

A segunda metade do grupo evidencia modelos baseados em artes, apoio institucional, explicação e entretenimento.

MARCA CULTURAL HISTÓRICA

Bravo!

Força: artes visuais, cênicas, música e memória de marca.

Diferença: capital simbólico do impresso e retomadas em fases distintas.

REVISTA CULTURAL

Continente

Força: jornalismo cultural amplo, edição impressa e continuidade.

Diferença: produção apoiada por estrutura institucional.

JORNAL LITERÁRIO

Pernambuco

Força: literatura, design e ensaio.

Diferença: alta especialização literária e suporte institucional.

MÍDIA + EVENTOS

Omelete

Força: entretenimento, ecossistema de eventos e escala comercial.

Diferença: centralidade em cinema, séries, games e experiência ao vivo.

JORNALISMO EXPLICATIVO

Nexo

Força: contexto, clareza, dados e explicação.

Diferença: cultura integrada a um jornalismo geral de alta densidade.

O que eles têm. O que a Bula tem.

A Bula não é superior em todas as dimensões. Seu valor está numa combinação que as outras marcas raramente reúnem no mesmo grau.

OUTRAS REFERÊNCIAS

Prestígio do impresso

CULT, piauí, Rascunho, Bravo!, Continente e Pernambuco carregam tradição gráfica e circulação física.

BULA

Natividade digital

Publicação, distribuição, busca, acesso e monetização foram concebidos para o ambiente online.

OUTRAS REFERÊNCIAS

Especialização radical

Quatro Cinco Um e Rascunho concentram-se em literatura; Omelete possui domínio reconhecível em cultura pop e eventos.

BULA

Amplitude integrada

Literatura, cinema, séries, música, poesia, ensaio e serviço convivem sob a mesma identidade.

OUTRAS REFERÊNCIAS

Assinatura ou apoio institucional

Diversas marcas contam com assinantes, organizações, grupos editoriais ou estruturas públicas.

BULA

Acesso aberto e mercado

A sustentabilidade foi construída pela combinação entre publicidade programática, projetos diretos e leitura gratuita.

OUTRAS REFERÊNCIAS

Centralidade Rio-São Paulo

Boa parte das marcas nacionais opera a partir do principal centro econômico e editorial do país.

BULA

Origem fora do eixo

Goiânia e Brasília oferecem uma perspectiva nacional sem depender simbolicamente de São Paulo ou Rio.

Quem encontra afinidade natural na Bula

Publicidade cultural funciona melhor quando a marca compartilha um assunto real com o leitor. O contexto reduz intrusão e aumenta coerência.

Livros e educação

Editoras, livrarias, cursos, universidades, escolas, plataformas e projetos de formação.

Audiovisual

Streaming, cinema, televisão, festivais, distribuidoras, produtoras e lançamentos.

Tecnologia

Plataformas, dispositivos, inteligência artificial, trabalho criativo e serviços digitais.

Turismo e território

Cidades, destinos, patrimônio, gastronomia, memória e identidades locais.

Instituições culturais

Museus, fundações, arquivos, bibliotecas, centros culturais e políticas públicas.

Marcas de consumo

Produtos ligados a casa, mobilidade, finanças, bem-estar, criatividade e vida contemporânea.

“A marca ideal não interrompe a conversa cultural. Ela acrescenta informação, acesso, memória ou experiência à conversa.

Um ecossistema modular

Cada projeto pode combinar presença, conteúdo, distribuição e memória. O desenho final depende do objetivo, do prazo e da complexidade editorial.

PRESENÇA

Display e formatos visuais

Posições publicitárias, entregas por período e integração a editorias ou especiais temáticos.

CONTEÚDO

Branded content

Artigos, guias, listas, entrevistas, perfis, explicadores, ensaios e narrativas de marca identificadas.

PROPRIEDADE

Dossiês e séries

Projetos de múltiplos capítulos, hubs, rankings, pesquisas, cronologias e narrativas institucionais.

DISTRIBUIÇÃO

Social, newsletter e vídeo

Extensão do conteúdo para canais complementares, com linguagem adequada a cada ambiente.

Não existe obrigação de contratar todo o ecossistema. Um bom projeto começa pela menor arquitetura capaz de cumprir o objetivo.

Branded content com integridade editorial

Conteúdo nativo que parece conteúdo porque é conteúdo.

A marca participa do texto sem transformar o texto em release. O projeto parte de um assunto legítimo, uma pergunta real e uma promessa clara ao leitor.

FORMATOS

Do serviço ao ensaio

Lista temática, guia, reportagem, entrevista, perfil, explicador, cronologia, dossiê, pesquisa ou série autoral.

ENTREGA

Produção completa

Planejamento, apuração, redação, edição, design, publicação, desdobramentos e relatório.

IDENTIFICAÇÃO

Transparência

Conteúdo patrocinado, parceria ou apoio são sinalizados de forma clara e compatível com a natureza da ação.

LIMITES

Sem promessa impossível

A Bula não garante viralização, busca orgânica, Discover, conversão ou permanência algorítmica.

Quando uma pauta precisa virar plataforma

Dossiês e séries transformam campanhas pontuais em patrimônio editorial e institucional.

01

Rankings e índices

Metodologia explícita, dados públicos, comparação, texto crítico e apresentação visual.

02

Aniversários e legados

Cronologias, perfis, entrevistas, acervos e linhas do tempo.

03

Cidades e identidades

Turismo, patrimônio, gastronomia, literatura, cinema e personagens.

04

Guias e bibliotecas

Curadoria de livros, filmes, práticas, especialistas e referências.

05

Séries de artigos

Diferentes autores e pontos de vista em torno de educação, inovação, sustentabilidade ou cultura.

06

Conteúdo + evento

Cobertura, entrevistas, programação, guia editorial e memória digital.

Três casos concretos, sem inflar resultados

A capacidade de execução da Bula pode ser observada em três frentes documentadas: operação digital, produto autoral e arquivo editorial.

OPERAÇÃO DIGITAL

01

Resiliência reconhecida pelo Google

Desafio: sustentar jornalismo cultural num mercado publicitário volátil.

Solução: combinar disciplina editorial, mídia programática, adaptação de distribuição e operação remota.

Prova pública: estudo de caso do Google for Publishers, publicado em 2024, e inclusão em campanha global em 2025.

PRODUTO EDITORIAL

02

Conteúdo que ultrapassa a página

Desafio: transformar uma linguagem autoral em objeto editorial próprio.

Solução: desenvolvimento do *Dicionário Cínico das Palavras da Moda*, produzido pela Revista Bula e desdobrado como livro.

Prova pública: apresentação e circulação do projeto no próprio arquivo da publicação.

MEMÓRIA E LONG TAIL

03

Um arquivo que continua trabalhando

Desafio: manter relevância para além do ciclo imediato de notícias.

Solução: construir um acervo de entrevistas, estudos críticos, ensaios, perfis, listas e crônicas.

Prova pública: em 2022, o *Correio Braziliense* registrou mais de 12 mil textos no arquivo.

Estes são casos de capacidade editorial e operacional documentada. Projetos comerciais específicos podem ser apresentados sob disponibilidade e autorização das partes.

Como o projeto será avaliado

A mensuração é definida pelo objetivo e pelos canais contratados. O relatório separa entrega, atenção, ação e aprendizado.

ENTREGA

O que foi publicado

- Peças e conteúdos entregues
- Datas, canais e posições
- Período de veiculação
- Direitos e ativos produzidos

ATENÇÃO

Como o conteúdo foi consumido

- Visualizações ou impressões disponíveis
- Tempo engajado
- Profundidade de rolagem
- Reprodução e conclusão de vídeo

AÇÃO

O que o leitor fez

- Cliques e CTR
- Interações sociais
- Cliques em newsletter
- Acessos a páginas de destino

APRENDIZADO

O que o projeto revelou

- Pautas de maior aderência
- Qualidade do contexto
- Repercussão institucional
- Recomendações para próximos ciclos

Importante: a disponibilidade de cada indicador depende do canal, do formato, das ferramentas e do escopo contratado. Nenhuma métrica algorítmica é garantida antecipadamente.

Uma ideia, linguagens diferentes

A distribuição é desenhada como parte do projeto, não como repetição automática do mesmo conteúdo.

01

Site

Conteúdo completo, indexável, permanente e integrado ao arquivo editorial.

02

Newsletter

Seleção direta, contexto e chamada para projetos prioritários.

03

Redes sociais

Peças de descoberta, recortes, cards, chamadas e extensão da conversa.

04

TV Bula

Entrevistas, comentários, vídeos explicativos e formatos audiovisuais sob escopo.

05

Hubs

Páginas especiais para organizar séries, dossiês, acervos e conteúdos patrocinados.

06

Display

Presença visual integrada ao ambiente editorial, conforme inventário e disponibilidade.

A seleção de canais parte do objetivo. O media kit não utiliza desempenho histórico como garantia de entrega futura.

Princípios que protegem leitor, marca e publicação

Os mesmos limites que protegem a credibilidade da publicação protegem também o investimento do parceiro.

- ✓ **Identificação comercial clara:** toda parceria é sinalizada.
- ✓ **Apuração:** dados, afirmações e metodologias precisam ser verificáveis.
- ✓ **Brand safety:** o contexto de publicação é avaliado antes da veiculação.
- ✓ **Sem garantias algorítmicas:** busca, Discover e redes são ambientes externos.
- ✓ **Recusa editorial:** a Bula pode rejeitar produtos, teses ou abordagens incompatíveis com sua política.
- ✓ **Separação de responsabilidades:** publicidade não compra opinião editorial espontânea.
- ✓ **Direitos autorais:** materiais fornecidos devem ter autorização de uso.
- ✓ **Revisão:** a marca valida informações factuais; a redação preserva clareza, integridade e estilo.
- ✓ **Correções:** erros factuais comprovados são corrigidos com transparência.

“A credibilidade que torna a parceria valiosa é a mesma credibilidade que impõe limites à parceria.

Do briefing à memória do projeto

Um processo claro reduz retrabalho e melhora o resultado editorial. O fluxo abaixo foi reorganizado para leitura confortável em qualquer suporte.

1

Briefing

Objetivo, público, mensagem, restrições, ativos e responsabilidades.

2

Conceito

Ângulo editorial, formato, arquitetura de canais e promessa ao leitor.

3

Produção

Pesquisa, apuração, redação, edição, design e preparação técnica.

4

Validação

Checagem factual, compliance, direitos e ajustes previstos no escopo.

5

Publicação

Veiculação, identificação comercial e distribuição acordada.

6

Fechamento

Relatório, aprendizados, recomendações e próximos desdobramentos.

Cronograma, rodadas de aprovação, entregas e responsabilidades são definidos na proposta. Pesquisa e dossiês exigem prazos maiores que ações de presença.

Quatro formas de começar

Nomes conceituais, não pacotes fechados. Cada proposta é dimensionada conforme objetivo, escopo, prazo e disponibilidade.

PRESENÇA

Marca em contexto

Para campanhas com mensagem pronta e necessidade de visibilidade editorialmente adequada.

- Display e formatos visuais
- Período e editorias
- Relatório de veiculação

DESCOBERTA

Conteúdo nativo

Para produtos e serviços que precisam ser apresentados por meio de uma pauta útil.

- Conteúdo editorial patrocinado
- Peças de distribuição
- Identificação transparente

AUTORIDADE

Série temática

Para marcas que desejam ocupar um assunto durante um período e construir recorrência.

- Conjunto de conteúdos
- Identidade de série
- Hub ou organização temática

LEGADO

Dossiê especial

Para instituições, aniversários, territórios, pesquisas e projetos de maior densidade.

- Pesquisa e metodologia
- Conteúdo longo e visual
- PDF, página especial e desdobramentos

Investimento: sob consulta. A proposta final inclui escopo, prazo, direitos de uso, distribuição, revisões e mensuração.

Uma trajetória observada por diferentes instituições

A trajetória editorial foi observada por empresas de tecnologia, imprensa e universidades. Isso não substitui métricas comerciais, mas fortalece a credibilidade institucional.

Google for Publishers

Publicou, em 2024, um estudo de caso sobre adaptação, monetização sustentável, operação remota e continuidade editorial.

Campanha global do Google

Em 2025, a Bula apareceu entre três histórias brasileiras selecionadas para uma iniciativa dedicada a publishers e negócios digitais.

Correio Braziliense

Em 2022, tratou a publicação como pioneira no ambiente online e destacou sua capacidade de adaptação e seu acervo.

Universidade Federal da Paraíba

Pesquisa publicada em 2016 analisou a convergência entre crítica, agendamento e serviço cultural na Bula.

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Monografia de 2023 examinou elementos da crítica nas publicações musicais da revista.

Reconhecimento institucional não é certificação de audiência nem garantia de desempenho. É evidência de relevância editorial e de interesse público.

Referências de verificação

Fontes públicas consultadas para sustentar os elementos históricos, institucionais e comparativos deste media kit.

1. **Google for Publishers.** “Revista Bula se adapta e cresce em parceria com o Google”. Estudo de caso, 2024.
2. **Correio Braziliense.** “Pioneira na internet, Revista Bula celebra 20 anos de jornalismo cultural”. 2022.
3. **Jornal Opção.** “Google destaca sites brasileiros em campanha global; Revista Bula é um dos escolhidos”. 2025.
4. **Melz, Talita; Rocha, Liana Vidigal.** “Jornalismo cultural na Revista Bula: entre a crítica e o agendamento”. Temática/UFPB, 2016.
5. **Costa, Mariana Guazzelli.** “Elementos da crítica no jornalismo cultural: análise das críticas musicais da Revista Bula entre 2020 e 2022”. UFRGS, 2023.
6. **Revista Bula.** Expediente, contato, editorias, arquivo e página de publicidade, consulta em 2026.
7. **Benchmark.** Páginas institucionais e acervos públicos de CULT, piauí, Quatro Cinco Um, Rascunho, Bravo!, Continente, Pernambuco, Omelete e Nexo, consulta em 2026.

A data de origem aparece de maneiras distintas nas fontes: 1998 como fundação, 1999 como primeiro protótipo e 2002 como consolidação contínua. O material preserva as três camadas em vez de apagar a divergência.

Projetos com contexto, integridade e memória

Envie o objetivo, o período, a mensagem central e os limites do projeto. A Bula propõe a arquitetura editorial e comercial adequada.

PUBLICIDADE E PROJETOS ESPECIAIS

Vivian Alves

publicidade@revistabula.com

Site: revistabula.com

Base editorial: Goiânia · Brasília

Identificação: ISSN 1982-9086

Baixar PDF

Equipe editorial

EDITOR	Carlos Willian Leite
EDITORA E DIRETORA EXECUTIVA	Tainá Corrêa
EDITORA DE CONTEÚDO	Fernanda Santos
DESENVOLVIMENTO WEB	Bruno Cantuária
DESIGN DE INTERFACE	Filipe Florence
PUBLICIDADE	Vivian Alves

Uma marca cultural precisa de uma ideia antes de precisar de um formato.