

Giovanna Beltrão Mendes

**OS ATRIBUTOS DA FOTOGRAFIA EM REVISTAS
CULTURAIS NO BRASIL: UM ESTUDO DE *BRAVO!*, *CULT* E
*ROLLING STONE BRASIL***

Dissertação submetida ao Programa de
Pós-graduação em Jornalismo da
Universidade Federal de Santa Catarina
para a obtenção do Grau de Mestre em
Jornalismo.

Orientadora: Prof. Dr^a. Daisi Irmgard
Vogel

Florianópolis
2014

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária
da UFSC.

A ficha de identificação é elaborada pelo próprio autor
Maiores informações em:
<http://portalbu.ufsc.br/ficha>

Giovanna Beltrão Mendes

**OS ATRIBUTOS DA FOTOGRAFIA EM REVISTAS
CULTURAIS NO BRASIL: UM ESTUDO DE *BRAVO!*, *CULT* E
*ROLLING STONE BRASIL***

Esta Dissertação foi julgada adequada para obtenção do Título de Mestre em Jornalismo, e aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós-graduação em Jornalismo.

Local, 07 de julho de 2014.

Prof. Francisco José Castilhos Karam, Dr.
Coordenador do Curso

Banca Examinadora:

Prof.^a Daisi Irmgard Vogel, Dr.^a
Orientadora
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Frederico de Mello Brandão Tavares, Dr.
Universidade Federal de Ouro Preto

Prof. Richard Perassi Luiz de Sousa, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Paulo Bernardo Ferreira Vaz, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina

*À minha mãe, que me apresentou as revistas e a fotografia.
Às revistas e à fotografia, que me apresentaram o mundo.*

AGRADECIMENTOS

À minha mãe, Gláucia, pelo apoio incondicional de sempre e pelas constantes renúncias que me dão liberdade para tentar ser uma pessoa “menos burra”.

À minha segunda-mas-não-menos-importante família (meu pai João, minha madrasta Patrícia, meu irmão João Paulo, minha irmã Marcela, meu cunhado Maurício e meu sobrinho Davi), por me entenderem e apoiarem durante a realização do mestrado, mesmo que isso tenha quintuplicado a distância entre nós.

À minha prima Luanna, por estar por perto e pelas muitas caronas do aeroporto pra casa, em Goiânia.

Aos amigos “do jornalismo”, que ouviram os desabafos e foram perfeitas companhias nas horas de descanso.

Às amigas da vida Bruna, Meire e Sarah; e à pequena Larah (*por existirem*).

À minha *roommate* Sílvia Mendes, pela amizade, pela afinidade assustadora e, principalmente, por entender as minhas referências à cultura pop. ‘*Cause when we’re sad, we stop being sad and be awesome instead*.’

Aos colegas do mestrado, pela camaradagem e por dividirem comigo esses dois anos de tropeços e acertos.

Ao Posjor/UFSC e à CAPES pela oportunidade de aprender a pesquisar com os temas que me são fascinantes.

Aos professores Gislene Silva, Paulo Bernardo Vaz e Luiz Gonzaga Motta, pelas lições em sala e nas conversas de corredor.

À minha orientadora Daisy Vogel, pela infinita humildade intelectual, pelo cérebro e coração iluminados e por não ter me ensinado a fazer uma dissertação, mas a aprender pelo prazer do aprendizado.

“Quando o mundo se tornar confuso, me concentrarei em fotografias. Quando as imagens se tornarem inadequadas, me contentarei com o silêncio”.

Ansel Adams (1902-1984)

RESUMO

O estudo propõe uma reflexão sobre os atributos estéticos da imagem fotográfica em três revistas culturais publicadas no Brasil. Partindo das características inerentes ao processo produtivo do jornalismo cultural, no qual recursos criativos, críticos e de divulgação são utilizados com maior amplitude, recorre-se à estética da fotografia, um conceito trabalhado pelo francês François Soulages, como método de investigação. Teoricamente, a pesquisa fundamenta-se em três eixos: o do Jornalismo Cultural, evidenciando, também, características do jornalismo de revista; o da Fotografia e o da Estética. Considerando o jornalismo cultural contemporâneo um *continuum* formado por cultura, estilo de vida e consumo, onde é função do jornalista mediar a relação entre os bens simbólicos culturais e o público, a pesquisa orienta-se por dois objetivos: (1) identificar os atributos da imagem fotográfica em revistas de cultura no Brasil e (2) verificar de que modo tais atributos permitem visualizar e refletir sobre a configuração de uma estética da fotografia no âmbito do jornalismo cultural. Compõe o objeto empírico do estudo proposto o conteúdo jornalístico das revistas *Bravo!*, *Cult* e *Rolling Stone Brasil*, centralizado nas edições publicadas em 2012.

Palavras-chave: jornalismo cultural; revista; fotografia; estética da fotografia; imagem.

ABSTRACT

The present study proposes a reflection on the aesthetic attributes of photographic images as displayed in three cultural magazines published in Brazil. Beginning with the inherent characteristics of the cultural journalism production process, in which creative, critical and publicity resources are most strongly represented, the study then incorporates the aesthetics of photography, as employed by french author François Soulages as an investigation method. Three theoretical axes represent the foundation of the research presented: Cultural Journalism, which shares characteristics with magazine journalism; Photography, and Aesthetics. Considering cultural journalism as a continuum shaped by culture, lifestyle, and consumption, in which the role of the journalist is to mediate the relationship between symbolic representations of culture and the public, this study has the following objectives: (1) to identify the attributes of photographic imagery in Brazilian cultural magazines, and (2) to evaluate the role of those attributes in the conception of, and reflection on, the structure of the aesthetics of photography within cultural journalism. The empirical data of this study is the journalistic content of the magazines *Bravo!*, *Cult*, and *Rolling Stone Brasil*, comprising the editions published in 2012.

Keywords: cultural journalism; magazine; photography; photography aesthetics; image.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –	Reportagem de Gisele Kato, in Revista Bravo! (p. 20-21), março de 2012	86
Figura 2 –	Capa de Revista Bravo!, março de 2012	87
Figura 3 –	Reportagem de Gisele Kato (cont.), in Revista Bravo! (p. 22-23), março de 2012	88
Figura 4 –	Reportagem de Armando Antenore, in Revista Bravo! (p. 14-15), julho de 2012	90
Figura 5 –	Capa de Revista Bravo!, julho de 2012	91
Figura 6 –	Reportagem de Armando Antenore (cont.), in Revista Bravo! (p. 16-24), julho de 2012	92
Figura 7 –	Reportagem de Armando Antenore, in Revista Bravo! (p. 24-25), dezembro de 2012	94
Figura 8 –	Capa de Revista Bravo!, dezembro de 2012	95
Figura 9 –	Reportagem de Armando Antenore (cont.), in Revista Bravo! (p. 26-33), dezembro de 2012	96
Figura 10 –	Reportagem de Marília Kodric, in Revista CULT (p. 58-59), março de 2012	100
Figura 11 –	Reportagem de Marília Kodric (cont.), in Revista CULT (p. 60-63), março de 2012	101
Figura 12 –	Foto de Renato dos Anjos, in Revista CULT (p. 65), julho de 2012	104

Figura 13 –	Capa da edição brasileira do livro <i>Maus</i>	105
Figura 14 –	Reportagem de Revista CULT (p. 62-65), julho de 2012	106
Figura 15 –	Capa da Revista MAD #11, maio de 1954	106
Figura 16 –	Entrevista de Douglas Diegues, in Revista CULT (p. 12-13), dezembro de 2012	108
Figura 17 –	Fotos de Douglas Diegues, in Revista CULT (p. 12), dezembro de 2012	109
Figura 18 –	Entrevista de Douglas Diegues (cont.), in Revista CULT (p. 12-13), dezembro de 2012	110
Figura 19 –	Reportagem de Bruna Veloso, in Revista Rolling Stone Brasil (p. 76-77), março de 2012	114
Figura 20 –	Reportagem de Bruna Veloso (cont.), in Revista Rolling Stone Brasil (p. 78-79), março de 2012	115
Figura 21 –	Reportagem de Edgardo Martolio, in Revista Rolling Stone Brasil (p. 98 -99), julho de 2012	118
Figura 22 –	Reportagem de Edgardo Martolio (cont.), in Revista Rolling Stone Brasil (p. 100-106), julho de 2012	119
Figura 23 –	Reportagem de Tiago Agostini, in Revista Rolling Stone Brasil (p. 84-85), dezembro de 2012	121
Figura 24 –	Reportagem de Tiago Agostini (cont.), in Revista Rolling Stone Brasil (p. 86-87), dezembro de 2012	122

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	19
1. CONFIGURAÇÕES DO JORNALISMO CULTURAL NAS REVISTAS	27
1.1. A cultura nas revistas	34
1.2. <i>Bravo!</i> : dados e características	43
1.3. <i>Cult</i> : dados e características	49
1.4. <i>Rolling Stone Brasil</i> : dados e características	53
2. ESTÉTICA DA FOTOGRAFIA: CONCEITO, CONTEXTO E MÉTODO	59
2.1. A estética da fotografia segundo Soulages.....	61
2.2. Diálogos entre a fotografia e o jornalismo cultural	70
2.3. Estética e método: percursos metodológicos.....	74
3. A ESTÉTICA DA FOTOGRAFIA EM BRAVO!	85
3.1. Leitura 1 – <i>Mistério no Museu</i>	85
3.2. Leitura 2 – <i>A Tropicália segundo Tom Zé</i>	89
3.3. Leitura 3 – “ <i>Eu não existiria sem Gonzagão</i> ”	93
3.4. Primeiros resultados	98
4. A ESTÉTICA DA FOTOGRAFIA EM CULT	99
4.1. Leitura 1 – “ <i>Não sou um grande ator</i> ”	99
4.2. Leitura 2 – <i>Congresso Cult reuniu Gay Talese, Art Spiegelman e</i> <i>Gonçalo Tavares em SP</i>	103
4.3. Leitura 3 – <i>Tudo a dizer</i>	107
4.4. Primeiros resultados	111
5. A ESTÉTICA DA FOTOGRAFIA EM ROLLING STONE BRASIL	113
5.1. Leitura 1 – <i>Rainha da Sucata</i>	113
5.2. Leitura 2 – <i>O Xingu sem celuloide</i>	117
5.3. <i>Leitura 3 – Paz no caos</i>	120
5.4. Primeiros resultados	124
CONSIDERAÇÕES FINAIS	125
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	133
ANEXOS	137

INTRODUÇÃO

Considerado uma “atividade de divulgação mediada, periódica, organizada e hierarquizada de informações com interesse para o público” (SOUSA, 2006, p. 193), o jornalismo encontrou na fotografia uma forte aliada no cumprimento de suas funções cotidianas. Com a chegada do periódico ilustrado, oriundo do entrelaçamento histórico entre o jornalismo e a fotografia, tomou forma o que hoje é conhecido como jornalismo moderno (ROUILLÉ, 2009).

No decorrer desse processo, fotografia e texto passaram a coexistir nas páginas jornalísticas, sendo que, quando juntos, desempenham funções que são inerentes às suas próprias naturezas e, ainda assim, complementares. Este raciocínio é corroborado por Roland Barthes (2000), por meio da afirmação de que, na fotografia de imprensa, a mensagem fotográfica é formada a partir da convergência entre a fotografia e o texto que a acompanha.

Historicamente, a fotografia passou por um longo processo de reconhecimento na esfera artística e isso, de certa forma, fez com que sua trajetória de legitimação fosse alcançada com menor dificuldade no ambiente informativo (ROUILLÉ, 2009). Durante o processo de afirmação da cultura fotográfica, as atribuições dadas à fotografia passaram por adaptações, indo de registro documental da realidade à fusão arte-fotografia. Para Rouillé, paralelamente a tais mudanças, “substituiu-se o uso prático do dispositivo pela atenção sensível e consciente prestada às imagens. Mudaram as práticas e as produções, os lugares e os circuitos de difusão, bem como as formas, os valores, os usos e os autores” (*idem*, p. 15). É nessa atenção sensível que se fundamenta a problemática deste estudo.

O olhar é direcionado ao jornalismo cultural. Mais especificamente, ao conteúdo jornalístico de três revistas especializadas em cultura. Os critérios para a delimitação do *corpus* incluíram tiragem, circulação ampliada, periodicidade mensal, alinhamento editorial e, por último, mas não menos importante, a presença de conteúdo fotográfico original, ou seja, produzido especificamente para o texto jornalístico. Chegamos, assim, a *Bravo!*, *Cult* e *Rolling Stone Brasil*. A escolha pelo jornalismo cultural está no cerne da proposta de pesquisa. Ela vem de uma afinidade pessoal, evoluída a uma inquietação constante, que se torna determinante num raciocínio simples: *se as revistas culturais retratam, majoritariamente, formas de arte, estariam os aspectos artísticos da fotografia intrínsecos às imagens que compõem esse tipo de conteúdo jornalístico?*

A partir desse questionamento, desenha-se uma reflexão voltada à relação entre as temáticas trabalhadas no jornalismo cultural e as fotografias que integram as matérias produzidas nesse ambiente. Por meio dessa relação, é buscada uma compreensão acerca de como a estética da fotografia se configura e pode ser interpretada no ambiente do jornalismo cultural – especificamente das três revistas que integram o objeto empírico da pesquisa –; tendo em mente a variedade de atribuições dadas à produção fotográfica: documento, arquivo, arte, publicidade, expressão, informação, entre outras.

A inclinação do jornalismo cultural ao registro da arte lhe confere uma predisposição a textos heterogêneos no que diz respeito ao gênero – artigos opinativos, críticas, resenhas, contos, entre outros, têm lugar garantido em veículos culturais –, característica que também é marcante nas revistas de maneira geral. Por ser um ambiente de destino das temáticas de origem artística – peças de teatro, dança, música, cinema, literatura, artes plásticas etc. –, onde o caráter noticioso cede à interpretação e à experiência sensitiva do jornalista, enxergo nas revistas de cultura uma função que se destaca da mera transmissão de informações: elas emitem sensações. A fotografia é a fonte pungente, pra onde o olhar é atraído no contato inicial; sobrepondo-se à fotografia, as palavras. A combinação dos dois resulta na imagem.

Como aponta Jorge B. Rivera (2006), os textos pautados pelas “belas-letras e belas-artes” apresentam um processo produtivo no qual recursos criativos, críticos e de divulgação são utilizados com maior amplitude. Partimos, então, do pressuposto de que tais recursos configuram-se também nas fotografias publicadas nesse tipo de conteúdo, tornando a experiência estética do leitor uma mistura entre os atributos do texto e os da fotografia.

Outro ponto pertinente aos propósitos desta pesquisa é a relação entre o jornalista de cultura e o leitor: o jornalista se tornou responsável por criar uma afinidade entre o público e os bens simbólicos do mundo artístico e cultural, exercendo neste uma influência direta “ao converter os saberes herméticos e esotéricos em linguagem próxima do público [...]. Essa capacidade faz do jornalismo de cultura um objeto de desejo de artistas e produtores, que buscam na imprensa a visibilidade” (GOLIN e CARDOSO, 2009; 2010, p. 194). Transpondo esse raciocínio para a fotografia, delinea-se outra preocupação, também amparada no sensível: o ímpeto pelo consumo. Neste caso, havendo no jornalismo cultural uma relação de mercado alicerçada no consumo de bens culturais, como a imagem fotográfica se configura neste ambiente?

Diante desses questionamentos, define-se como objeto de estudo desta pesquisa os atributos estéticos da imagem fotográfica em três revistas de cultura no Brasil. Quanto aos objetivos, definem-se: identificar os atributos da imagem fotográfica em revistas de cultura no Brasil e verificar de que modo tais atributos colaboram na configuração de uma estética da fotografia no âmbito do jornalismo cultural. Estruturamos, assim, um referencial teórico composto por três eixos: o primeiro deles intenta localizar as revistas selecionadas no campo do Jornalismo Cultural, o segundo recorre à Fotografia com o objetivo de compreender, de maneira teórica, prática e histórica, o processo fotográfico em suas variadas facetas e o terceiro se volta à Estética, sendo este o eixo em que se fundamenta, também, a metodologia da pesquisa.

Segundo Oliveira (2012), historicamente, considera-se que

o jornalismo cultural se desenvolveu a partir da ideia da produção da cultura erudita, tendendo mostrar a cultura como algo ‘superior’, sofisticada e formal, dirigida a uma minoria de conhecedores, conseguindo algum prestígio deste público. Mas hoje, o campo do jornalismo cultural é bastante amplo, uma vez que abrange a análise e a divulgação dos produtos das distintas culturas, seja ela erudita, ou ilustrada, popular ou de massa (p. 55).

Nesse aspecto, o gênero jornalístico que trabalhamos surgiu como uma especialização, alicerçada nas necessidades da imprensa em atender a um público segmentado e tratar temas culturais com maior profundidade. “O marco principal na história do jornalismo cultural tem a data de 1711 quando dois ingleses, Richard Steele e Joseph Adison, criaram a revista diária *The Spectator*. Revista que era marcada pela avaliação de ideias e valores em diversos campos da arte” (*idem*, p. 53). Desde então, outras publicações foram criadas e expandiram o jornalismo cultural para o mundo. Oliveira considera esta expansão um reflexo do processo de socialização e diversificação cultural provocado pela imprensa de Gutenberg.

Foram selecionados, para os propósitos desta investigação, duas perspectivas do conceito de jornalismo cultural. A primeira retoma a discussão acerca da diversidade de meios e formatos textuais encontrados em conteúdos do gênero, além do fato de ser um espaço de dedicação às artes e ciências humanas, enquanto o segundo se volta para uma concepção enraizada, principalmente, na relação mercadológica existente

entre o leitor e os bens de consumo culturais, como dito, estreitada pelo jornalista. Esta abordagem é trabalhada pelos dinamarqueses Kristensen (2010) e From (2010), que definem o *jornalism on culture* como um *continuum* formado por cultura, estilo de vida e consumo.

Perante a compreensão do jornalismo cultural como um gênero híbrido e das diferentes variáveis envolvidas em sua prática, recorro ao conceito de “estética da fotografia”, pormenorizada em duas dimensões diferentes, porém intrínsecas: a de conceito norteador da investigação proposta e a de método de pesquisa. Em ambos os casos recorreremos ao trabalho do francês François Soulages: o teórico arquiteta o conceito de “estética da fotografia”, no ensaio *Estética da fotografia: perda e permanência* (2010), ao apresentar uma visão global dos questionamentos provocados por uma estética propriamente fotográfica. Para ele, trata-se de uma estética própria que considera tanto o processo de produção como o contato dos espectadores com a foto, uma estética que abrange a fotografia em várias instâncias, independente da função a ela atribuída.

O conceito de “estética da fotografia” é usado por Soulages com o intuito de dar relevância ao processo de construção da imagem fotográfica levando em consideração sua recepção. Ao longo de seu estudo, o autor faz uma análise crítica, cuja intenção final é concretizar uma leitura da fotografia a partir dos vestígios encontrados na imagem. Para isso, ele recorre a quatro áreas do conhecimento: estética, semiologia, filosofia e psicanálise; e seu objetivo é pensar o espaço, o tempo e o real.

O autor constrói seus argumentos ao redor do que denomina “fotograficidade”; para ele, a expressão do que a fotografia carrega de mais específico: a articulação entre o irreversível e o inacabável. “O conceito de ‘fotograficidade’ designa o que é fotográfico na fotografia” (2010, p. 128), postula deixando claro que “a fotograficidade é, portanto, o fundamento de uma tríplice estética da fotografia: a estética do irreversível, a do inacabável e a da articulação do irreversível e do inacabável” (SOULAGES, 2010, p. 145).

O conceito de “fotograficidade” guia Soulages a conclusões acerca de alguns de seus principais questionamentos: o que é uma foto? O que faz com que uma coisa seja uma foto? O que numa foto pertence à esfera da fotografia? A “fotograficidade” é, portanto, a propriedade abstrata que faz a singularidade do fato fotográfico, a surpreendente articulação do *irreversível* e do *inacabável* (2010, p. 131); onde o *irreversível* é tido como o negativo obtido a partir do ato fotográfico, que pressupõe a interatividade entre o fotógrafo e o objeto e em seguida as operações químicas necessárias para sua obtenção; e o *inacabável* como a possibilidade de se conseguir diferentes (e numerosas) cópias a partir

desse negativo, também considerando a sequência química das diferentes etapas de sua produção. Uma relação primária de tais noções com o objeto empírico desta pesquisa dá pistas de uma intersecção entre a estética da fotografia e o jornalismo cultural na ideia de que o fotógrafo, nesse ambiente, atua como construtor de uma cena.

Quanto aos procedimentos metodológicos, o objeto empírico da pesquisa é formado pelo conteúdo jornalístico de três revistas culturais de periodicidade mensal e alcance nacional. A *Bravo!*¹ foi criada em 1997 pela editora D'Avila, passou a ser administrada pelo Grupo Abril em 2004 e deixou de circular em agosto de 2013, com uma tiragem de 35.982 exemplares. A *Cult*, também criada em 1997, tem uma contagem de 35.000 exemplares e é produzida e distribuída pela Editora Bregantini. Por fim, integra a pesquisa a *Rolling Stone Brasil*, que chegou ao mercado brasileiro em 2006, sendo uma publicação híbrida, composta por matérias inéditas produzidas no país e traduções de textos publicados na versão dos Estados Unidos, onde a revista foi criada em 1976. Em território brasileiro, a revista é distribuída pela Spring Comunicações, com uma tiragem de 85.000 exemplares ao mês². Considerando a atualidade um fator significativo na busca por resultados, a abordagem empírica situa-se no ano de 2012. Além disso, após a extinção de *Bravo!*, 2012 se tornou o último ano completo – de janeiro a dezembro – com publicações desta revista.

Na primeira etapa metodológica, constituída por uma análise preliminar quantitativa e qualitativa das 35 edições publicadas em 2012, foram definidos os exemplares que compõem o *corpus* da pesquisa³. O critério utilizado para o recorte de leitura foi a ocorrência de matérias

¹ Quando do início dessa pesquisa, a *Bravo!*, com cerca de 15 anos de existência, era reconhecida como uma das mais expressivas revistas culturais do Brasil, principalmente por integrar o influente Grupo Abril. No entanto, após a morte do então presidente do Conselho de Administração e diretor editorial da empresa Roberto Civita, em maio de 2013, e dos problemas financeiros que já acometiam a editora, a publicação foi extinta, tendo seu último exemplar chegado às bancas em agosto do mesmo ano. Apesar de não ser mais produzida, optou-se por manter a *Bravo!* como parte integrante do objeto empírico desse estudo devido à contribuição da revista para os propósitos investigados. Além disso, considerando o breve espaço temporal entre sua extinção e a conclusão da pesquisa, a *Bravo!* tende a ser manter como uma referência no jornalismo cultural brasileiro ao fim desta investigação.

² Os dados estatísticos contidos neste parágrafo remetem a informações veiculadas pelas próprias revistas a partir de seus mídiakits, datados de 2011 (*Rolling Stone Brasil*) e 2013 (*Bravo!*), e de seus sites.

³ Foram: 12 edições da *Bravo!*, 11 edições da *Cult* e 12 edições da *Rolling Stone Brasil*. A contagem de 11 edições da *Cult* se deve ao fato de que a edição de janeiro da revista apresenta um apanhado das principais matérias publicadas no ano anterior. Essa característica é recorrente na revista.

constituídas de pelo menos uma imagem fotográfica originalmente produzida para a revista que a contém. Esse processo levou em consideração os meses em que as fotos originais aparecem nas três revistas, elegendo-se as edições dos meses março, julho e dezembro.

Nesta etapa foi possível conhecer as publicações de maneira a delinear a abordagem teórica adotada ao longo da pesquisa, bem como adquirir um contato mais “sistemizado” com os títulos estudados, levando em consideração que a relação sensível com tais revistas é anterior à realização da pesquisa. O recorte definitivo determinou o *corpus* com base no método proposto por Soulages (2004, 2010). Realizamos, assim, uma apreciação de nove peças jornalísticas, ou seja, uma de cada revista selecionada no recorte anterior. O *corpus* derradeiro abarca as matérias cujas imagens fotográficas pareceram mais pungentes. Esta estratégia de recorte remete à ideia de experiência: a escolha baseou-se no destaque de nove matérias do conjunto tido em mãos a partir das relações sensíveis estabelecidas entre o objeto e a pesquisadora, o que atribui, também, um olhar pessoal sobre as fotos.

A leitura das imagens selecionadas segue, assim, uma série de etapas baseada nos procedimentos descritos por Soulages (2004): a *confrontação*, a partir de questões suscitadas pela relação sensível com cada imagem – o uso do termo indica que nesta etapa a fotografia é interpretada como uma “parte” da imagem, sendo esta formada pela foto e os demais elementos gráficos –; a *avaliação crítica*, com base nas informações adquiridas do contato com o texto e as outras imagens correspondentes a cada matéria; e *formulação de hipóteses* sobre a manifestação da arte nessas imagens, a partir dos elementos detectados e dos modos propostos por Soulages. Considerando o caráter pessoal da *confrontação*, é recorrente uso da primeira pessoa do singular durante a descrição dessas percepções.

O olhar incidido sobre o *corpus* fundamenta-se em quatro categorias, definidas a partir do que Soulages (2010) define como “modos de manifestação da arte contemporânea na fotografia”. São eles: cocriação, transferência, referência e registro. Desta maneira, o conceito de arte fotográfica – e, conseqüentemente, o de estética da fotografia – é trazido para o ambiente das três revistas culturais estudadas. Isso porque busco, no *corpus* selecionado, manifestações desses modos.

Constrói-se, assim, uma linha de raciocínio que se desenvolve na confecção de cada capítulo. Primeiramente (Capítulo 1), é sedimentada uma compreensão de como o jornalismo cultural se configura em cada uma das revistas estudadas, tendo como base uma observação da noção de cultura disseminada por cada uma. É importante reiterar que esta

reflexão também remete ao escopo temporal da pesquisa, fixado no ano de 2012. Num segundo momento, recorro às próprias revistas e a trabalhos anteriores que as contemplaram à procura de dados históricos e características que permitam uma definição do perfil do leitor e da identidade editorial de cada revista.

Em seguida (Capítulo 2), é trabalhado o conceito de estética da fotografia sob a ótica de Soulages (2004, 2010); neste espaço, tento ainda, assinalar possíveis diálogos entre a fotografia e o jornalismo cultural, a fim de elaborar fundamentos para uma experiência que, embora cotidiana (nas revistas), estaria impregnada das propriedades artísticas trabalhadas no ambiente da cultura; e, finalmente, me volto a descrever e explicar os percursos metodológicos adotados ao longo da pesquisa. É válido destacar que o termo “atributos” refere-se às manifestações expressivas da fotografia no ambiente do jornalismo cultural – um ambiente que, por se dedicar massivamente à arte, estaria atravessado por ela.

As leituras das imagens foram segmentadas de maneira que cada publicação fosse trabalhada separadamente. É seguida, assim, uma ordenação alfabética dos títulos: a estética da fotografia em *Bravo!* (Capítulo 3), a estética da fotografia em *Cult* (Capítulo 4) e a estética da fotografia em *Rolling Stone Brasil* (Capítulo 5). Tal segmentação assegura a possibilidade de identificar os atributos de cada revista, a fim de compará-los em seguida. Cada capítulo é encerrado com uma síntese dos aspectos encontrados durante a apreciação de suas imagens.

Nesses capítulos, as imagens são observadas e apreciadas a partir da aplicação da série de etapas descrita acima. O passeio pelas fotos segue, além da ordem alfabética das publicações, a ordem temporal dos meses das edições que as contêm. Dessa maneira, tem-se: na *Bravo!* as matérias *Mistério no museu*, (março de 2012), *A Tropicália segundo Tom Zé* (julho de 2012) e *“Eu não existiria sem Gonzagão”* (dezembro de 2012); na *Cult*, as matérias *“Não sou um grande ator”* (março de 2012), *Congresso CULT reuniu Gay Talese, Art Spiegelman e Gonçalo Tavares em SP* (julho de 2012) e *Tudo a dizer* (dezembro de 2012); e, na *Rolling Stone Brasil*, as matérias *Rainha da Sucata* (março de 2012), *O Xingu sem celuloide* (julho de 2012) e *Paz no caos* (dezembro de 2012).

1. CONFIGURAÇÕES DO JORNALISMO CULTURAL NAS REVISTAS

O jornalismo cultural é caracterizado, principalmente, por sua amplitude e heterogeneidade; isto é, por englobar diferentes formatos textuais, ser incorporado por mídias variadas e atuar de maneira direta na produção, circulação e consumo de bens simbólicos dos campos das artes e ciências humanas (RIVERA, 2006). Segundo Pastoriza (2006), o alargamento da produção jornalística de cultura se deve, entre outros fatores, ao “interesse do público pelas notícias de atualidade [que] foi crescendo com o tempo e se converteu pouco a pouco em preocupação essencial para alguns setores sociais, fundamentalmente das classes dominantes” (p. 43, tradução livre).

A questão da heterogeneidade refere-se, entre outros fatores, à coexistência de formatos de texto variados, pela convivência de repórteres, especialistas e intelectuais como produtores de conteúdo nas redações e pelo vínculo de consumo que se cria entre artistas e público, do qual o jornalista de cultura é o mediador. O apontamento direcionado às questões de classe, por sua vez, refere-se à noção de “jornalismo especializado e segmentado”⁴, que indica uma relação de delimitação e aprofundamento da atuação do jornalista. Muitas dessas características são observadas também no jornalismo de revista, tais como a variedade dos gêneros textuais, o espaço cativo dos intelectuais e as segmentações.

Para este estudo, que tem interesse particular nas imagens fotográficas veiculadas em três publicações especializadas em cultura e segmentadas a públicos específicos, foram consideradas, principalmente, duas nuances do jornalismo cultural: a primeira remete ao fato de ser um gênero jornalístico que dedica espaço primordial às artes e ciências humanas, enquadrando as características estruturais citadas; já a segunda, volta-se a uma concepção enraizada na relação de consumo existente entre produtores culturais e público, que é mediada pelo jornalista de cultura. Essa questão mercadológica é abordada com ênfase pelos pesquisadores dinamarqueses Kristensen (2010) e From (2010), que

⁴ Segundo Buitoni, “especialização e segmentação comportam algumas interfaces; apresentam alguns pontos em comum e diferenciam-se em outros. Historicamente, o conceito de jornalismo especializado é anterior. Em termos gerais, a especialização caminha num sentido de aprofundação temática, sem tanta relação com um público definido, enquanto a segmentação implica mais o recorte do público e menos a concentração temática, podendo cobrir vários assuntos” (in TAVARES, SCHWAAB, 2013, p. 110).

definem o *jornalism on culture* como um *continuum* formado por cultura, estilo de vida e consumo.

Na apresentação do livro *Interesses cruzados: a produção da cultura no jornalismo brasileiro* (GADINI, 2009), José Luiz Braga destaca no jornalismo cultural as funções de informar, interpretar, criticar e divulgar, guardadas as devidas particularidades de cada uma delas. Para ele, é inevitável que o texto jornalístico cultural⁵ tenha ação nos processos culturais nos quais se encontram os seus objetos – primordialmente as artes:

Na nossa área de estudos da comunicação não se pode pensar a cultura apenas como o conjunto de práticas que caracterizam um grupo humano e lhe dão identidade. Com a criação expressa de processos de interação com o mundo – obras e ações para apreendê-lo –, não só se exerce a cultura, mas se fazem, intencionalmente, produtos e processos que entram em circulação social. É isso que interessa ao jornalismo cultural, quer isso ocorra como obra de arte, quer como experiência estética, como entretenimento, como espetáculo; ou, por circulação em sociedade capitalista, como âmbito especial do mercado (p. 12).

Para o autor, a ocorrência das coisas da cultura se desenvolve em moldes diferentes do acontecimento político, econômico ou natural; no jornalismo cultural, o “acontecimento” – ao qual Braga se refere entre aspas – é validado por questões menos objetivas e ligadas a valores simbólicos menos previsíveis. Neste sentido, o texto jornalístico cultural, independente de assumir uma postura informativa ou interpretativa, se insere “nos processos culturais em que se enquadram os objetos de sua atenção: torna-se também ‘fato da cultura’” (*ibidem*).

⁵ Braga se refere ao texto jornalístico cultural sob a perspectiva de conjunto de manifestações da linguagem, e inclui a fotografia em sua argumentação. Para ele, “quando se trata de jornalismo cultural [...] os padrões [gerais da notícia] se modificam. Em nenhum momento o texto jornalístico pode se pretender externo ao ‘acontecimento’. Ele não só relata, mas interpreta, comenta, é estruturalmente solicitado a se manifestar com relação a valor. Mais do que tudo, faz diretamente parte do processo cultural – abre ou fecha caminhos, aprecia, apreende (ou não consegue apreender). O jornalismo cultural não está nas arquibancadas acompanhando de modo neutro um jogo distante, para informar o público sobre seus lances e detalhes. Encontra-se diretamente em liça, mesmo desenvolvendo processos próprios” (GADINI, 2009, p. 11).

Dessa maneira, o jornalismo cultural fundamenta-se na função social de criar vínculos entre o público e os processos e produtos de interação com o mundo, utilizando como recursos a obra de arte, experiência estética, entretenimento, espetáculo ou âmbito mercadológico. Tais características do gênero incitam questionamentos a respeito de seu papel em promover as identidades de grupos culturais, a circulação social de bens culturais (processos e/ou produtos), a experiência estética do leitor a partir destes bens e a lógica de consumo que permeia sua existência. Alguns destes tópicos serão revisitados ao longo do trabalho.

Numa abordagem mais voltada às relações de mercado, Kristensen (2010) faz uso da definição de *journalism on culture* para demonstrar como “em contraste com tempos anteriores, estes elementos [cultura, estilo de vida e consumo] são inter-relacionados e às vezes inseparáveis, bem como objetos de prioridade editorial compartilhada e a diferenciação no jornalismo cultural dinamarquês contemporâneo” (p. 70, tradução livre). From (2010), por sua vez, entende o jornalismo cultural como uma das acepções do *journalism on culture* que, para ela, inclui *cultural journalism*, *lifestyle journalism* e *consumer journalism*. Segundo a autora, “mesmo que [os três elementos] tratem tipicamente de assuntos bem diferentes, usem gêneros diferentes e operem de acordo com princípios ideológicos diferentes, [a] análise trata as três variantes como *journalism on culture* porque elas aparentam estar inter-relacionadas no processo de recepção” (p.158, tradução livre).

O trabalho de From investiga, por meio de entrevistas, como os leitores dinamarqueses experienciam e usam o *journalism on culture* constituindo um estudo de recepção, enquanto Kristensen faz uma análise da cobertura desse gênero na mídia impressa da Dinamarca durante o século XX. Nota-se que a abordagem da primeira parte de uma perspectiva diferente, a do leitor, ou seja, do público a quem o conteúdo jornalístico de cultura se direciona, enquanto o segundo se volta para a transformação histórica do jornalismo cultural em seu país. No entanto, apesar dos dois autores se apegarem mais a aspectos de mercado, é recorrente na bibliografia de estudos, tanto de autores brasileiros como de estrangeiros, a noção de adaptação do jornalismo cultural às constantes mudanças do ambiente artístico e da indústria do consumo.

A ideia de *continuum*, inclusive, também é referenciada por Gadini (2009) quando afirma que é inviável pensar em culturas genuínas ou puras, relacionando a cultura a um processo contínuo de reciclagem –

construção, desconstrução e reconstrução⁶. Em sua pesquisa, cujo olhar se volta aos suplementos culturais de jornais diários brasileiros e de grande porte, o autor em questão define o jornalismo cultural como

os mais diversos produtos e discursos midiáticos orientados pelas características tradicionais do jornalismo – atualidade, universalidade, interesse, proximidade, difusão, clareza, dinâmica, singularidade etc. – que, ao abordar assuntos ligados ao campo cultural, instituem, refletem e projetam modos de ser, pensar e viver dos receptores, efetuando assim uma forma de produção singular do conhecimento humano no meio social onde ele é produzido, circula e é consumido (GADINI, 2009, p. 80).

Na presente investigação, procura-se situar as noções de jornalismo cultural conforme abarcadas no conteúdo publicado em revistas mensais, de circulação ampliada e que se autorreferenciem como “culturais”. Isso significa que foram considerados, também, fatores como a temporalidade espaçada, o conteúdo direcionado e a estreita relação entre texto e imagem.

A revista impressa diz-se de um casamento histórico entre o suporte e um fazer informativo de grande elaboração e, mais que isso, corresponde a um meio de comunicação cuja relação com a sociedade contribuiu para a definição de nichos de público a partir de segmentos sociais diversos. Partindo daquilo que se costuma dizer sobre a revista, afirma-se sua existência em função de um leitor, que aparece como horizonte e partícipe de uma oferta de recortes especializados sobre o mundo, cujos significados dão a ver facetas desse mundo. Falar de revista, assim, solicita um reconhecimento acerca de um patrimônio de práticas, técnicas e discursos, bem como da maturação de um tipo de jornalismo que emerge de um conjunto peculiar de condições de produção e recepção correspondentes a contextos espaço-temporais nos quais se apresentam e se formulam

⁶ Neste trecho, Gadini referencia a obra *A noção de cultura nas ciências sociais*, de Denys Cuche (Bauru, Edusc, 1999).

representações e mediações (TAVARES e SCHWAAB, 2013, p. 28).

Benetti (2013), por sua vez, acredita que a definição de “jornalismo de revista” requer o entendimento da “complexa relação entre o jornalismo como campo do conhecimento e a revista como materialidade” (p. 44), levando-se em consideração o lugar dos interesses institucionais e da lógica publicitária. Alguns dos pressupostos seguidos pela autora, em relação à revista, são: a contribuição para formar a opinião e o gosto; a apresentação de uma estética particular, em que arte e texto são percebidos como unidade; a compreensão da leitura como processo de fruição estética; e o estabelecimento de uma relação direta e emocional com o leitor.

Outro ponto relevante em relação ao jornalismo cultural como recorte temático da pesquisa é o fato de ser um gênero que, sob o ponto de vista contemporâneo, trabalha de acordo com outros princípios determinantes para a circulação de notícias que vão além da agenda, do imprevisível ou da procura pelo famigerado “furo” (GOLIN e CARDOSO, 2009, p. 70, tradução livre). Os autores atentam para a noção proposta por Faro (2006) de que se constitui no jornalismo cultural um “espaço público da produção intelectual”, no qual existe uma “forte presença autoral, opinativa e analítica que extrapola a mera cobertura noticiosa, identificando-se com movimentos estético-conceituais e ideológicos que se situam fora do campo das atividades da imprensa” (p. 149-150).

Essa condição de espaço para produção intelectual e plataforma interpretativa tem, no entanto, um ponto de contrabalanceamento: o de gerar um conflito entre os deveres do jornalista e do especialista, profissionais que coexistem nesse ambiente de trabalho. Para Gadini (2009), o jornalismo cultural deve ser um agente reflexivo e direcionador cuja função é seguir o sistema cultural e artístico, bem como a formação de um público consumidor; isso mostra que a função do jornalista de cultura pode ultrapassar a ordem social do jornalismo, adentrando um aspecto de mercado e, possivelmente, publicitário, por apresentar ao público os bens simbólicos e os produtos originados no meio artístico. Novamente, vemos uma sobreposição de características do jornalismo cultural e da revista, que também desempenha uma função de mercado e consumo. Sob esta perspectiva, entende-se o jornalismo cultural como uma zona híbrida; um ponto de encontro entre diferentes aspectos da comunicação.

Os aspectos explicitados pelos pesquisadores referidos acima refletem na organização de uma seleção prévia do *corpus* desta investigação. Compõem o objeto empírico três revistas de circulação mensal e nacional que utilizam a cultura como alicerce de sua produção: a *Bravo!*, a *Cult* e a *Rolling Stone Brasil*. No entanto, embora estejam aqui consideradas como revistas culturais, cada uma delas apresenta particularidades próprias. Em cada publicação há uma noção particularizada de cultura e de jornalismo cultural. Desta maneira, a seleção das revistas se deve não só aos critérios gerais que as inserem num gênero jornalístico, como também aos fatores específicos de cada uma.

Sobre a autorreferencialidade, assumida como fator de recorte, nota-se que a *Bravo!* apresenta o slogan *O Melhor da Cultura em janeiro de 2012*, por exemplo, variando o mês a cada edição. Já a *Cult*, faz uso da expressão *Maior revista de Cultura do país*. A marca também é investida em eventos como o Congresso Internacional CULT de Jornalismo Cultural, realizado entre 2009 e 2012, e cursos nas áreas de Editoração, Filosofia, Fotografia, Jornalismo, Literatura, Música, Psicologia, Roteiro e Sociologia, ministrados no Espaço Revista CULT, em São Paulo. Por fim, a *Rolling Stone Brasil*, autointitulada *a maior revista de entretenimento do mundo*, possui uma tiragem maior que o dobro da *Bravo!* e da *Cult*, tendo a cultura como um de seus sete pilares⁷. Justifica-se a integração da *Rolling Stone* nesta pesquisa por seu investimento em incorporar uma identidade brasileira em seu conteúdo, produzindo reportagens especiais, perfis e outros tipos de material voltados a artistas e personalidades nacionais. É notável que, apesar de ser uma franquia com base nos Estados Unidos, a revista integra o cotidiano de um público relativamente expressivo no Brasil.

Confirma-se, logo no primeiro contato com os três títulos estudados, a variedade de gêneros textuais e imagéticos que compõe o material (ver Tabela 1). Além de gêneros jornalísticos, outros – críticos e literários –, também aparecem com frequência. Nas reportagens e entrevistas, são utilizados recursos como a descrição do momento – os gestos do entrevistado, suas expressões faciais, uma piada que antecede uma pausa para um cigarro etc. –; a volta ao passado, que leva o entrevistado a recriar uma situação, que posteriormente se torna uma cena na escrita do jornalista; e o uso de depoimentos, que aproximam o leitor

⁷ Segundo o mídiakit disponibilizado pela Spring Publicações (ANEXO 6), com data referente a março de 2011, a *Rolling Stone* é sustentada por sete pilares fundamentais: Música e Cultura, Comportamento, Tecnologia, Moda, Consumo e Mercado, História e Crítica sócio-política. Para os objetivos deste estudo, destaca-se o pilar Música e Cultura.

ainda mais do entrevistado – em grande parte das vezes, um artista – acentuando a emotividade do texto. Em outros casos, os próprios artistas e personalidades assinam o texto, o que cria uma relação direta deles com o público.

TABELA 1– GÊNEROS TEXTUAIS E IMAGÉTICOS UTILIZADOS PELAS REVISTAS EM 2012⁸

Reportagem	Artigo	Crítica
Reportagem fotográfica	Lista ⁹	Crítica em quadrinhos
Entrevista	Coluna	Artigo acadêmico
Perfil	Reportagem ilustrada	Prefácio de livro
Notícia	Reportagem em quadrinhos	Infográfico
Nota	Carta	Galeria de fotos
Ensaio	Trecho de livro	Informe institucional
Ensaio autobiográfico	Conto	História em quadrinhos
Depoimento	Poema concreto	Crônica

Busca-se neste capítulo, portanto, sedimentar uma compreensão de como o jornalismo cultural se configura em cada uma das revistas estudadas. Nas páginas seguintes, objetiva-se, primeiramente, identificar o que estas revistas entendem e “vendem” como cultura, ou seja, o que é cultura na perspectiva de cada publicação. Para isso, recorre-se a uma análise quantitativa e qualitativa das 35 edições coletadas. Em um segundo momento, são buscados, nas próprias revistas e em trabalhos anteriores que as contemplaram, dados históricos e características que permitam uma definição do perfil do leitor e da identidade editorial de cada revista.

⁸ Esta tabela é uma apresentação dos gêneros textuais encontrados no material coletado e não segue nenhum tipo de ordenação ou quantificação que interfira na análise das imagens ou no resultado final da pesquisa. Seu objetivo é mostrar a variedade textual identificada nas revistas que compõem o objeto empírico.

⁹ Neste caso, a Lista remete a matérias que apresentem algum tipo de *ranking* – uma lista de temas, textos e/ou imagens que sejam organizadas por meio de uma enumeração de fatores.

1.1. A cultura nas revistas

Ser uma revista cultural não se limita a enquadrar-se em uma série de parâmetros, publicar textos variados e fazer uso de recursos criativos com frequência. Cada revista tem uma identidade, um público próprio e, neste caso, uma concepção de cultura. O conceito de “cultura” é um dos mais amplos que existe, mas o leitor assíduo de uma revista cultural sabe o que vai encontrar naquelas páginas. Isso porque, no ambiente do jornalismo cultural, existe um acolhimento ao hibridismo das manifestações culturais, ao mesmo tempo em que são percebidas restrições ao tratamento dado à temática. Em outras palavras, enquanto o campo do jornalismo cultural apresenta uma visão ampla do que é cultura, na prática, cada veículo admite e propaga a sua própria concepção do que seja “cultural”.

Em sua abordagem do tema, Gadini (2009) elenca algumas concepções de cultura. A primeira é que a cultura é um fato político, característica que estende à Estética. Nas palavras do autor, “a cultura é também, inevitavelmente, um fato político, o que não equivale a dizer que as ações culturais seriam ‘refêns’ de estratégias e iniciativas do campo político, religioso ou econômico. Situação essa que ainda ocorre no caso brasileiro” (p. 42). Já a segunda remete à cultura como uma produção necessariamente coletiva “que se constitui numa interação com traços de expressões individuais, marcadas pela singularidade histórica e inédita da ação humana” (*idem*, p. 43).

O destaque é dado a esses dois apontamentos por colocarem a cultura intrinsecamente ligada ao cotidiano social; por ser um fato político e uma produção coletiva, todos somos submetidos e afetados pelas ações culturais, inseridas “nos fenômenos e eventos que povoam o mundo cotidiano e precisam ser percebidos como processos incompletos que se articulam e se apresentam, deixando sempre uma margem de significação em aberto, a ser construída [...]” (*idem*, p. 54). É na apropriação dessas relações com o mundo que acontece a construção do conhecimento.

A fim de identificar o que cada uma das revistas do objeto empírico entende por cultura, atentamos para o fato de que o prisma teórico do jornalismo cultural foi, por muito tempo, limitado a uma noção “economicista” do fenômeno. Como argumenta Faro (2006),

outra dificuldade em recuperar as linhas de análise do fenômeno reside na amplitude conceitual pouco rigorosa com que o tema tem sido estudado. O melhor exemplo vem da afirmação óbvia [...]

segundo a qual “todo jornalismo é cultural”, uma espécie de truísmo ao qual se segue quase sempre uma outra tautologia: “todo jornalista é um intelectual”. O horizonte dessas definições é tão vasto e tão diluidor de uma demarcação dos diferentes tipos de produção jornalística que seu resultado só pode conduzir a uma abstração autoritária. A rigor, essas generalizações acabam por ocultar a especificidade dos objetos, e sua generosidade (“tudo é isso e tudo é aquilo”) não diz respeito à natureza epistêmica do assunto, mas à sua inserção no universo geral dos fenômenos sociais (p. 150, grifos do autor).

Para o autor, esta percepção inclusiva da temática não contempla sua complexidade. “Equivaleria [a isso] dizer mais ou menos que ‘todo homem é um ser social’ ou ‘todo homem é um ser político’, constatações que a filosofia, a sociologia e a ciência política deixaram gradativamente de lado na medida em que adensaram sua compreensão sobre a complexidade da existência humana” (*ibidem*, grifos do autor). Desde a contribuição de Faro, muitos pesquisadores têm voltado seu olhar para o jornalismo cultural de maneira sistêmica, levando em consideração a complexidade do “cultural” que adjetiva o gênero.

Recorrendo a outros autores e a trabalhos anteriores, Golin e Cardoso propõem que o “jornalismo cultural é uma zona heterogênea de mídias, gêneros e produtos que engloba produção, circulação e consumo de bens simbólicos nos campos das artes, literatura, ciências sociais e humanas por diferentes propósitos: criativo, crítico ou simplesmente torná-los públicos” (2009, p. 69, tradução livre). Para Rivera (2006), existe uma autenticidade no gênero, considerando-se que ele

se ajustou ao longo de seu desenvolvimento histórico a duas concepções de cultura: a concepção ilustrada que restringia o campo a produções seletivas das “belas letras” e das “belas artes”, e a que – sobretudo a partir da expansão das perspectivas da antropologia cultural – o ampliava até convertê-lo em uma amostra mais abrangente e inclusiva (p. 15, grifos do autor, tradução livre).

O autor publicou, em 1985, na apresentação de seu livro *El periodismo cultural*, sua opinião sobre o que um bom jornalismo cultural deve contemplar:

o melhor jornalismo cultural é aquele que reflete lealmente as problemáticas globais de uma época, satisfaz demandas sociais concretas e interpreta dinamicamente a criatividade potencial do homem e a sociedade (tal como se expressa em campos tão variados como as artes, as ideias, as letras, as crenças, as técnicas etc.), atraindo para ele uma bagagem de informação, um tom, um estilo e um enfoque adequado à matéria tratada e às características do público eleito (2006, p. 11, tradução livre).

É compreensível, com as afirmações de Rivera, que a “cultura” do jornalismo cultural também é acometida de perspectivas variadas – artes, ideias, letras, crenças, técnicas etc. Outro ponto de destaque em seu discurso é o estilo do gênero, capaz de adequar-se às suas temáticas e ao seu público. Ele apoia seus argumentos em duas concepções básicas de *cultura*, às quais acredita que o jornalismo cultural se ajustou ao longo de seu desenvolvimento histórico. Na primeira, ele sintetiza “o cultural” como “o recorte selecionado – destinado a uma minoria de conhecedores – das produções mais refinadas do espírito humano” (p. 15, tradução livre). Já a segunda, em compensação,

teria em definitivo seu ponto de partida na velha definição integradora que propôs E. B. Taylor em 1874, quando falava *da cultura* como “*conjunto complexo que inclui conhecimento, crenças, arte, moral, lei, costumes e outras capacidades e hábitos adquiridos pelo homem como membro da sociedade*”, com os ajustes e atualizações que foram se incorporando como consequência do desenvolvimento da antropologia moderna [...] (*ibidem*, tradução livre, grifos do autor).

Kristensen (2010) defende, a partir de seu estudo, que “o jornalismo cultural não está em decadência. Ao contrário, ele tem naturalmente expandido e desenvolvido o foco, interpretação e apresentação da cultura alinhada com uma cultura em mutação, uma indústria consumista e um cenário midiático cada vez mais competitivo e profissionalizado” (p. 69, tradução livre).

A partir de tais apontamentos, definem-se alguns pontos de vista na abordagem teórica do jornalismo cultural. Enquanto uns autores destacam a criação de processos e produtos voltados à circulação social e

à interação dos leitores com o mundo, outros focam na relação de mercado e na inclusão de conteúdos de estilo de vida e consumo.

Depois de analisar as 35 edições (12 da *Bravo!*, 11 da *Cult* e 12 da *Rolling Stone Brasil*), é notável que ambas as perspectivas apresentadas estão ali inseridas. Levando em consideração que tais produtos – as revistas – apresentam tanto conteúdo jornalístico quanto agendas culturais de shows, espetáculos, álbuns musicais etc.; bem como sessões de entretenimento, moda, estilo de vida e consumo (ver ANEXO 1)¹⁰, percebe-se que os leitores se interessam tanto pela informação aprofundada e interpretada trazida pelo jornalista quanto pela agenda cultural. Um conteúdo está atrelado ao outro, pois, ao mesmo tempo em que o leitor busca uma produção intelectual, algo que lhe traga um maior grau interpretativo sobre os temas, ele está também à procura de outras opiniões sobre as manifestações culturais: críticas que vão, de certa forma, aguçar a sua própria interpretação de um novo filme, show ou álbum que venha consumir, ou que possam lhe ajudar a decidir sobre a compra de um DVD ou livro que acabou de ser lançado.

Ao analisar os temas contemplados por cada revista (ver Tabela 2), é possível observar um desenho da identidade editorial de cada uma:

TABELA 2 – RECORRÊNCIA DE TEMAS EM CADA REVISTA EM 2012

	Bravo!	Cult	Rolling Stone Brasil
MÚSICA	44	19	172
LITERATURA	43	67	4
CINEMA	49	25	39
ARTES VISUAIS	58	40	2
TEATRO e DANÇA	41	10	2
POLÍTICA	0	35	15
MEIO AMBIENTE	2	1	8
FILOSOFIA	0	41	0
SOCIOLOGIA	0	13	0

¹⁰ Para os objetivos finais desta investigação, o conteúdo das agendas e outras seções foi considerado secundário. Tal conteúdo, portanto, não foi incluído no recorte inicial do objeto empírico. Porém, a título de informação, os dados coletados nestas sessões estão dispostos no Anexo 1.

ANTROPOLOGIA	0	1	0
ESPORTE	0	0	12
ARQUITETURA	1	1	0
CULTURA INDÍGENA	0	0	1
ENTRETENIMENTO ou COTIDIANO	1	2	32
JORNALISMO CULTURAL*	0	6	0
MATÉRIAS ESPECIAIS (VÁRIOS TEMAS EM UMA MATÉRIA)	1	0	2

O tema Jornalismo Cultural assinalado na Tabela 2 (*) refere-se ao Congresso Internacional CULT de Jornalismo Cultural. Diante do entendimento de que todos os temas tratados por estas revistas estão inseridos no jornalismo cultural, esta categorização intenta destacar os textos publicados por *Cult* que remetem ao evento de promoção própria e que visa debater o gênero jornalístico. Nestes casos, o jornalismo cultural é o assunto sobre o qual o texto é desenvolvido.

A *Bravo!* contempla mensalmente cinco grandes temáticas culturais: Música, Literatura, Cinema, Artes Visuais e, por fim, Teatro e Dança. Dentro de cada temática, são trabalhados temas atuais – as notícias – que muitas vezes são guias para textos reflexivos e interpretativos sobre assuntos cotidianos ou históricos, resgatados pelo fato que lhes coloca em pauta. Em 2012, no entanto, a temática que mais vezes apareceu na *Bravo!* foi a das Artes Visuais¹¹, que foi abordada em 58 ocasiões. Além das grandes temáticas, outros temas retratados pelo título foram Meio Ambiente (2 vezes), Arquitetura (1 vez) e Entretenimento ou Cotidiano¹² (1 vez). Em outubro de 2012, em uma edição comemorativa dos seus 15 anos, *Bravo!* publicou uma matéria especial – como mostrado na Tabela 1 – intitulada *15 fatos mais relevantes da cultura brasileira nos últimos 15 anos*, na qual 15 profissionais envolvidos na cena cultural – jornalistas, críticos, editores, gestores de instituições culturais e curadores – assinaram depoimentos que, juntos, formam a lista referida no título. Literatura, Cinema, Música, Teatro, Artes Visuais, Dança, Gastronomia,

¹¹ A temática “Artes Visuais” é caracterizada por matérias sobre exposições, artistas plásticos, fotógrafos, bienais e tudo o que, de maneira geral, se relacione à área das artes visuais.

¹² A categoria “Entretenimento ou Cotidiano” envolve as temáticas “Televisão”, “Tecnologia”, “Sociedade”, “Internet”, “Moda”, “Vídeo Games” e “Cultura Pop”.

Moda, Design e Quadrinhos são os temas contemplados por tais depoimentos.

No caso da *Cult*, a Literatura é o tema mais recorrente. Menor em número de páginas, a revista apresenta uma estrutura na qual a sessão “Dossiê” é parte central de cada edição. Paralelamente, a Literatura é muitas vezes usada como “gancho” para outros temas como Filosofia, Sociologia, Antropologia e Política. Neste aspecto, *Cult* se mostra como a revista que mais aborda temas da área das Ciências Humanas. Em 2012, ela foi a única a retratar Filosofia (41 vezes), Sociologia (13 vezes), Antropologia (1 vez) e Jornalismo Cultural (6 vezes). Neste último caso, a abordagem remete ao 4º Congresso Internacional CULT de Jornalismo Cultural, promovido pela revista em maio daquele ano. Vale ressaltar que, assim como a *Bravo!* e a *Rolling Stone Brasil*, a *Cult* também apresenta uma sessão focada na agenda cultural dos grandes centros urbanos, chamada “Cultura em Movimento”. No entanto, optou-se por manter esta sessão na análise quantitativa das edições por conter matérias mais elaboradas, tais como entrevistas e reportagens, e por adicionar diversidade ao conteúdo da *Cult*, cujas matérias do “miolo” costumam ser um pouco mais “duras”, com muitos artigos de intelectuais e especialistas.

Quanto à *Rolling Stone Brasil*, confirma-se a predileção pela temática Música, trabalhada em 172 matérias jornalísticas e reiterada recorrentemente no mídiakit da revista. Em segundo lugar ficou o Cinema, com 39 matérias. Por outro lado, apesar de ser majoritariamente musical, a *Rolling Stone* aparece como a revista mais diversificada tematicamente, abordando temas como Política, Televisão, Moda, Cultura Pop, Tecnologia, Vídeo Games e Meio Ambiente. Em 2012, foi a única a publicar matérias sobre Esporte (12 vezes) e Cultura Indígena (1 vez). Importa assinalar que a *Rolling Stone Brasil* apresenta duas sessões fixas de conteúdo exclusivamente brasileiro, a “Política Nacional” e a “Conexão Brasilis”.

Em 2012, a *Rolling Stone Brasil* publicou duas matérias especiais – também referenciadas na Tabela 2 –, uma em janeiro e uma em dezembro. Em janeiro, notas, pequenas reportagens e infográficos foram integrados em 2011 – *O ano do pop*, um grande apanhado dos momentos marcantes do ano que acabara de passar. Cinema, Televisão, Música, Política, Esporte e Internet são as temáticas recorrentes. Já em dezembro, a matéria 2012 – *Tudo o que aconteceu*, trouxe uma série de depoimentos de personalidades que tiveram destaque naquele ano. Novamente, vários temas foram abordados: Música, Cinema, Televisão, Política e Esporte.

Em relação às temáticas abordadas, nota-se que na *Bravo!*, a ideia de cultura parte primariamente da agenda cultural, o que não a impede de

publicar matérias criativas e interpretativas, mas, acaba limitando o alcance temático da revista. A *Cult*, que também se baseia muito na agenda, direciona sua produção à área das Ciências Humanas e abre mais espaço para intelectuais e especialistas que as outras duas. Esta faceta demonstra uma noção de cultura mais erudita, de uma revista para quem já tem um conhecimento filosófico, político e sociológico, ou que está interessado em adquiri-lo. Temáticas como Música, Literatura e Cinema se fazem presentes, mas, muitas das vezes, como pretexto para textos mais científicos. Já a *Rolling Stone*, é a que apresenta a ideia mais ampla e diversificada de cultura, apesar de deixar bem claro que a música é seu mote. Por apresentar uma postura mais voltada ao entretenimento, a revista atrai um público também mais diverso, de 15 a 60 anos, segundo seu mídiakit; e possui maior flexibilidade em suas temáticas (para uma versão detalhada da Tabela 2, ver ANEXO 2).

Outro fator de destaque quanto às revistas analisadas é a recorrência de conteúdos híbridos, ou seja, quando duas ou mais temáticas são abordadas em uma mesma matéria (ver Tabela 3). Por esta perspectiva, percebe-se, novamente o quão variada pode ser a noção de cultura transmitida por cada revista, bem como a diversidade com a qual os temas podem ser trabalhados no jornalismo cultural.

TABELA 3 – RECORRÊNCIA DE CONTEÚDO HÍBRIDO EM 2012

	Bravo!	Cult	Rolling Stone Brasil
MÚSICA + CINEMA	3	0	1
MÚSICA + ARTES VISUAIS	3	2	2
MÚSICA + POLÍTICA	0	3	1
MÚSICA + SOCIEDADE	0	1	0
MÚSICA + LITERATURA	1	1	0
MÚSICA + MEIO AMBIENTE	1	0	0
MÚSICA + ESPORTE	0	0	1
MÚSICA + TEATRO	0	0	1
LITERATURA + CINEMA	0	5	0
LITERATURA + ARTES VISUAIS	1	3	0
LITERATURA + POLÍTICA	0	7	0
LITERATURA + FILOSOFIA	0	4	0
LITERATURA + SOCIOLOGIA	0	4	0
LITERATURA + ARQUITETURA	0	1	0

LITERATURA + ANTROPOLOGIA	0	1	0
CINEMA + ARTES VISUAIS	4	3	0
CINEMA + POLÍTICA	0	2	0
CINEMA + MODA	0	0	1
CINEMA + TELEVISÃO	0	0	3
ARTES VISUAIS + FILOSOFIA	0	1	0
ARTES VISUAIS + ARQUITETURA + MEIO AMBIENTE	1	0	0
POLÍTICA + MEIO AMBIENTE	0	1	2
TEATRO + ESPORTE	0	0	1
TEATRO + TELEVISÃO	0	0	1
TELEVISÃO + MODA	0	0	1
TELEVISÃO + TECNOLOGIA	0	0	1
VÍDEO GAMES + TECNOLOGIA	0	0	3
CULTURA POP + MODA	0	0	1
CULTURA POP + INTERNET	0	0	1
<u>TOTAL</u>	14	39	18

Nota-se que a *Cult* é a revista que mais faz uso deste recurso, sendo a Literatura a temática que está mais vezes atrelada a outros temas. No caso da *Bravo!*, Música, Cinema e Artes Visuais são as temáticas que mais apresentam matérias híbridas. Na *Rolling Stone*, a Música é abordada junto ao Cinema, Artes Visuais, Política, Esporte e Teatro. Apesar de ser a revista mais diversificada em relação aos temas, a *Rolling Stone* não apresenta muitas matérias com temáticas híbridas. Por outro lado, é a única a apresentar as misturas Música e Esporte, Música e Teatro, Cinema e Moda, Cinema e Televisão, Teatro e Esporte, Teatro e Televisão, Televisão e Moda, Televisão e Tecnologia, Vídeo Games e Tecnologia, Cultura Pop e Moda e Cultura Pop e Internet.

Na *Bravo!*, foi encontrada a mistura Música e Meio Ambiente; além da tripla combinação Artes Visuais, Arquitetura e Meio Ambiente. Na *Cult*, novamente fica clara a predileção pelas temáticas mais científicas – Literatura e Política, Literatura e Filosofia, Literatura e Sociologia, Literatura e Antropologia. Destacam-se também as combinações Literatura e Arquitetura e Literatura e Cinema, que reiteram a Literatura como principal temática cultural retratada pela revista. As misturas Música e Sociedade, Cinema e Política e Artes Visuais e

Filosofia fecham as particularidades da revista, reforçando a forte presença das Ciências Humanas em seu conteúdo.

Matérias como *Um banheiro, um avião*, que aborda a carreira internacional de Tom Jobim a partir da divulgação do filme *A música segundo Tom Jobim*, de Nelson Pereira dos Santos e Dora Jobim (janeiro/2012); e, “*Bergman podia ser bastante perverso*”, na qual a obra do cineasta Ingmar Bergman é abordada a partir da divulgação de uma exposição em cartaz, intitulada *Ingmar Bergman*, e de uma entrevista com a atriz Harriet Andersson, sua musa (maio/2012); são exemplos de mesclas da música com o cinema, e do cinema com as artes visuais, respectivamente, na *Bravo!*.

Na *Cult*, as matérias *Amado 40 graus*, uma entrevista com o cineasta Nelson Pereira dos Santos sobre como a obra de Jorge Amado está presente em seus filmes (fevereiro/2012); *A potência pós-urbana*, uma entrevista com a professora de estética Otília Arantes, onde é abordada a questão da urbanização desenfreada e das inovações arquitetônicas de Xangai e Pequim como criadoras de um novo modelo de civilização através do lançamento do livro *Chai-na* (abril/2012); e *Leminski Múltiplo*, uma notícia sobre uma exposição da obra do poeta Paulo Leminski (outubro/2012) exemplificam as misturas da literatura com o cinema, a arquitetura e as artes visuais.

Alguns exemplos de matérias híbridas na *Rolling Stone Brasil* são: *A guerra que fez o rock*, sobre como o conflito sangrento nas Ilhas Malvinas transformou a música de protesto da Argentina (maio/2012); e *Só adrenalina: o mundo do skate não seria o mesmo sem uma trilha sonora adequada*, uma reportagem que aborda a evolução do skate a partir de sua estreita relação com a música. Nestes casos, observa-se as mesclas da música com a política e o esporte.

Outra perspectiva observada foi a ocorrência de matérias, em revistas distintas, que abordassem o mesmo assunto, no mesmo mês; ou seja, um assunto que fosse abordado por duas, ou pelas três revistas, num mesmo espaço temporal. Novamente, exalta-se a diferença entre cada uma das publicações analisadas. Em um ano, apenas 19 assuntos foram retratados por mais de uma revista ao mesmo tempo (ver ANEXO 3), um número baixo considerando a média de 12 exemplares por ano para cada revista e a quantidade de matérias jornalísticas contabilizadas. Isso fortalece a compreensão de uma identidade bem definida para cada uma das publicações.

Dentre os assuntos que se repetem, apenas um – o diretor Fernando Meirelles, em agosto de 2012, à época do lançamento do filme *360* – é abordado pelas edições das três revistas naquele mês e, ainda assim, de

maneiras bem distintas. A *Bravo!* publicou um artigo escrito pelo próprio Fernando Meirelles, enquanto a *Cult* apostou em uma entrevista com o diretor e a *Rolling Stone Brasil* em uma reportagem aprofundada, aos moldes das grandes reportagens sobre música publicadas pela revista.

Percebe-se, a partir dos dados apresentados, que a *Bravo!* transmite a seu público leitor uma concepção de cultura fundamentada nas principais manifestações culturais que integram a agenda das cidades, distribuindo suas matérias de maneira praticamente homogênea entre cada temática abordada. A *Cult*, por outro lado, se apegava a uma noção de cultura firmada na disseminação de conhecimentos filosóficos, políticos e sociológicos retratados, principalmente, por meio da leitura. Isso atribui à *Cult* um conteúdo mais erudito, que configura uma segmentação ainda maior do público da revista. A *Rolling Stone*, por outro lado, apresenta a cultura de maneira mais descontraída, mantendo o foco na música, mas abrindo muito espaço para o entretenimento.

Com uma noção mais clara acerca do que cada publicação concebe como cultura, os próximos tópicos deste capítulo são dedicados a uma compilação de dados estatísticos e características históricas relevantes para a compreensão do percurso traçado por cada revista e dos fatores que determinam seus processos produtivos. As informações apresentadas baseiam-se, principalmente, em trabalhos acadêmicos dedicados às revistas e em dados fornecidos pelas próprias publicações em seus respectivos mídiakits e sites.

1.2. *Bravo!*: dados e características

A *Bravo!* foi lançada em outubro de 1997, pela editora D'Ávila, passando por uma transição para a editora Abril na virada de 2003 para 2004. Luiz Felipe D'Ávila, criador da editora de origem do periódico cultural, disse em uma entrevista que “o mercado de revistas culturais era pequeno e pouco explorado [no Brasil] e como havia regressado da Europa depois de anos de formação, sentindo a necessidade de preencher esta lacuna no mercado editorial, fundou a *Revista Bravo!* pela própria Editora D'Ávila” (FIGUEIREDO, 2008, p. 59). *Bravo!* surgiu com o intuito de ser uma revista de cultura atenta às manifestações culturais, mas que ultrapassasse o jornalismo informativo, assumindo um caráter ensaístico e crítico.

O nome foi dado pelo editor Luís Carta, que já o tinha registrado. Seu filho, Andrea, foi quem autorizou aos criadores da revista o batismo de *Bravo!*. A primeira edição foi fechada em 23 dias e dava uma boa ideia da atenção dada às seções, já bem detalhadas e com diagramação

sofisticada, duas marcas da revista. Segundo seu primeiro editor, Wagner Carelli, apesar de não ter um esquema de distribuição inicial, *Bravo!* surpreendeu em sua primeira passagem pelas bancas, chegando a afirmar que “os jornalheiros eram todos unânimes em dizer que aquela era a revista mais bonita já feita no Brasil” (2004) e muitas bancas pediram reposições de exemplares no dia seguinte ao lançamento. A afirmação de Carelli não sustenta a ideia de que a *Bravo!* tenha sido, de fato, a revista mais bonita do Brasil, mas descreve um momento histórico no qual a publicação apresentou elementos que a destacavam das demais que circulavam no mercado.

A concepção de *Bravo!* remete diretamente a Felipe D’Ávila, Noris Lima, Edu Simões e Wagner Carelli. Em novembro de 2001, o periódico passou por sua primeira grande reforma gráfica: ajustou seus layouts, mudou o papel e assumiu o formato que manteve até a sua extinção – saindo de 30x23cm para 27x22cm, aproximadamente.

Na virada do ano de 2003 para 2004, a revista passou por sua mudança mais significativa desde o período de sua criação: o periódico cultural passou a ser administrado pela Editora Abril. Após o fechamento da edição de fevereiro pela Editora D’Ávila, no dia 19 de janeiro, a Abril passou a ser responsável pela *Bravo!*, por meio de um regime de parceria entre ambas. O primeiro número sob gestão da Abril saiu em março de 2004, com capa sobre o filme *Kill Bill*, de Quentin Tarantino (FIGUEIREDO, 2008, p. 62).

Em 2006, a revista passou a integrar a estrutura da Editora Abril em definitivo. Em 2008, a *Bravo!* trabalhava com 11 pessoas, “responsáveis por todo o processo de produção da revista (editorial e gráfica) auxiliadas por colaboradores externos na produção de matérias, críticas, reportagens e resenhas” (*idem*, p. 66). Em 2005, foi criado, ainda, o Prêmio Bravo! Prime de Cultura, considerado por muitos críticos, na época, como o principal prêmio da área artística no Brasil. Segundo Figueiredo, “a revista tornou-se referência para o jornalismo cultural no país e [se afirmou] como um espaço fundamental de divulgação da produção artística nacional e internacional e também de reflexão sobre os rumos da cultura na contemporaneidade” (*ibidem*).

No mídiakit disponibilizado pelo site PubliAbril, cuja última versão data de março de 2013 – cinco meses antes da extinção de *Bravo!* –, são apresentados dados mais atuais da revista (ver ANEXO 6). O

material, composto por 40 páginas e em formato digital, apresenta uma capa com o título “faça da cultura uma causa”, que dá uma noção de apelo, antecipando o fim iminente da revista. No texto de abertura, assinado pelo redator-chefe Armando Antenore, a afirmação de que a demanda por cultura aumentou ao longo dos anos e uma visão interna da função social da revista:

BRAVO! não se limita a cobrir, jornalisticamente, esse momento de efervescência. A revista quer fazer parte dele. A valorização dos grandes artistas, a promoção dos novos talentos e a formação de público são a nossa causa. Queremos ser sujeitos e não apenas cronistas desse momento especial que a cultura brasileira vive.

Ao retratar o “mundo vibrante da cultura”, o registro recorre a imagens de eventos e grupos frequentemente retratados na revista, tais como a Feira Literária de Paraty (Flip), a Bienal de Arte de São Paulo, a Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo (OSESP), o Festival de Cinema de Paulínia e o Rock in Rio. Em seguida, é apresentado um perfil dos leitores de *Bravo!*, definidos como jovens apaixonados por cultura e atribuindo-lhes as seguintes características:

- 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.

Ainda segundo o mídiakit, 72% dos leitores de *Bravo!* têm entre 20 e 39 anos, 56% são mulheres, 81% estão integrados na Classe AB¹³,

¹³ Segundo o Panorama de Evolução da Renda e Classes Econômicas, disponibilizado pelo Centro de Políticas Sociais da Fundação Getúlio Vargas, a classe AB constitui a população com renda domiciliar per capita acima de R\$ 4591. Fonte: http://www.cps.fgv.br/ibrecps/credi3/TEXTO_panorama_evolucao.htm

64% são solteiros e 76% possuem nível superior ou pós graduação¹⁴. De acordo com a Pesquisa Abril de junho de 2010, com uma amostra de 1671 leitores da revista entrevistados, mais de 80% deles costumam combinar programas culturais com outros programas, como por exemplo, bares e restaurantes. Esta mesma pesquisa aponta que 78% desses leitores vão ao teatro, 74% vão ao museu, 90% costuma ir ao cinema, 97% leem livros, 85% vão a shows de música e mais de 70% costuma visitar bienais.

Em 2012, a *Bravo!* contava com 158 mil leitores e uma circulação média de 26.665 exemplares por mês, sendo 18.184 atribuídos a assinantes¹⁵. Além da edição mensal da revista, a marca *Bravo!* era atrelada a outros produtos e eventos: especiais temáticos, especiais regionais, dossiês, livros, site, encontros e o Prêmio. A presença online da revista se estendia ainda para as redes sociais Twitter e Facebook e para os *tablets* e *smartphones*, com um aplicativo exclusivo.

Em 1º de agosto de 2013, no entanto, a Abril anunciou o fechamento da *Bravo!*, de outras três revistas e três sites, além da demissão de dezenas de profissionais. Na ocasião Armando Antenore postou em seu perfil no Facebook e em seu blog uma carta de despedida, na qual faz uma reflexão sobre os motivos que poderiam ter causado o encerramento das atividades da revista. Em seguida, o texto foi reproduzido no blog do jornalista Lino Bocchini, integrado à revista *Carta Capital*.

Antenore trabalhou na *Bravo!* entre agosto de 2005 e julho de 2013, e afirma na carta que, quando migrou para o grupo Abril, a revista já sofria de problemas financeiros: “Quando chegou à seara dos Civita, desfrutava de prestígio, mas padecia de má saúde financeira. Não sei dizer quanto dava de prejuízo à época. Só sei que, na Abril, o quadro não se alterou substancialmente, mesmo quando o título adotou linha editorial um pouco mais pop, um pouco menos ‘cabeça’ que a de origem”. Ao longo do texto, o editor e redator comenta ainda algumas das imperfeições que caracterizavam a publicação, como as divergências entre artistas e intelectuais em relação ao conteúdo e os jornalistas que nem sempre concordavam com a filosofia da revista.

Uns o acusavam [o título] de conservador, outros de elitista, superficial ou condescendente demais. Mas havia também muita gente boa que gostava de

¹⁴ Fonte: Estudos Marplan/EGM - Consolidado 2012 (todos os mercados) - filtro: ambos os sexos 18 e + anos – Leem BRAVO!

¹⁵ Fontes: IVC media jan/12 a nov/2012. Projeção Brasil de leitores com base Marplan - consolidado 2012. Carteira de assinantes media nov/12.

nossas edições. O fato é que mesmo os opositores jamais recusaram sair nas páginas de BRAVO!. Quem trabalhava para a publicação raramente ouvia um “não” quando fazia pedidos de entrevista.

Mas para Antenore, o que ficou marcado da *Bravo!* em seus quase 16 anos de existência foi o constante respeito pelo meio cultural, tratando-o com seriedade. Ele argumenta que, apesar de suas qualidades e de seus defeitos, a revista nunca gerou lucros – pelo menos não na Abril. *Bravo!* era apoiada pela Lei Rouanet de incentivo à cultura, mas mesmo assim, em quase 9 anos na Abril, dava prejuízo. O redator elenca quatro fatores como grandes contribuintes para a extinção da revista:

1) BRAVO! dispunha de poucos leitores? Sim e não. A revista contava com cerca de 20 mil assinantes e 8 mil compradores em bancas e supermercados. Vinte e oito mil pessoas, portanto, adquiriam a publicação mensalmente. Se levamos em conta os parâmetros do mercado publicitário, cada exemplar tinha, em média, quatro leitores. Ou seja: uma edição atingia algo como 112 mil pessoas. No Facebook, a publicação contava com 53.600 seguidores e, no Google +, com 30.900. Eram índices desprezíveis? Depende. Em comparação com revistas de massa, a maioria editada pela própria Abril, os números de BRAVO! nem chegavam a fazer cócegas. Mas, considerando que o título se voltava para um nicho relativamente restrito, o da cultura mais sofisticada, as cifras não parecem tão ruins. Em geral, BRAVO! falava sobre manifestações artísticas que, embora se destacassem pela qualidade, não atraíam público quantitativamente significativo. A revista dedicava quatro, seis, oito páginas para filmes como *Tabu*, do português Miguel Gomes, exposições como a retrospectiva de Waldemar Cordeiro no Itaú Cultural, livros como *O Erotismo*, de Georges Bataille, peças como *A Dama do Mar*, de Bob Wilson, e espetáculos de dança como *Claraboia*, de Morena Nascimento. Procure saber quantas pessoas viram tais filmes, mostras e espetáculos ou leram tais livros. Cinco mil, 10 mil, 20 mil? Como BRAVO! poderia ter zilhões de leitores se o universo que retratava não tem zilhões de

consumidores? A publicação, por sua natureza, enfrentava o mesmo problema que amargam todos os artistas do país dispostos a correr na contramão dos blockbusters.

2) BRAVO! perdeu leitores em papel com o avanço das mídias digitais? Perdeu, seguindo uma tendência internacional. A perda, no entanto, não se revelou tão expressiva e ocorreu num ritmo menor que o de muitos títulos.

3) Era mais caro imprimir a BRAVO! do que outras revistas? Sim, bem mais caro, por causa de seu formato e de seu papel, ambos incomuns no mercado.

4) BRAVO! tinha poucos anúncios? Sim. Raramente, a publicação cumpria as metas da Abril nesse quesito. O motivo? Falhas internas à parte, os grandes anunciantes costumam demonstrar pequeno interesse por títulos dedicados à “alta cultura”. “O leitor de revistas do gênero, sendo mais crítico, tende a frear os impulsos consumistas”, explicam os publicitários, nem sempre com essas palavras. Pela mesma razão, tantos cantores, artistas visuais, produtores de teatro e bailarinos encontram sérias dificuldades para captar patrocínio.

Armando Antenore não aponta culpados para o fechamento da *Bravo!*, mas acredita que a soma dos fatores citados acima a tornava “deficitária”. Segundo o redator, várias medidas foram tomadas ao longo dos anos para tentar reverter ou controlar a situação:

O número de páginas da revista diminuiu de 114 para 98; as datas em que a publicação rodava na gráfica da Abril se alteraram algumas vezes com o intuito de reduzir os custos de impressão (é mais barato imprimir em certos dias do mês que em outros); a redação encolheu; os projetos gráfico e editorial sofreram ajustes; criaram-se ações de marketing pontuais na esperança de aumentar a receita publicitária. Cogitou-se, inclusive, mudar o papel e o formato de BRAVO!. O *publisher* Roberto Civita (1936-2013), porém, sempre vetou a alteração. Acreditava que fazê-la descaracterizaria em excesso a revista.

Assim, mesmo sendo uma referência de sofisticação estética e figurando entre as principais publicações dedicadas à cultura no Brasil, a *Bravo!* chegou ao fim. A última das 192 edições da revista chegou às bancas no início de agosto de 2013, com a capa dedicada ao escritor português José Saramago.

1.3. *Cult*: dados e características

A *Cult* também surgiu em 1997, inclusive chegando às bancas antes da *Bravo!*, e se estabeleceu como uma importante publicação segmentada às temáticas culturais no Brasil. O conteúdo da revista é distribuído entre seções fixas e matérias avulsas.

Cinema, música, filosofia e artes plásticas são algumas das pautas exploradas pela revista. A literatura ocupa um lugar de destaque tanto na forma de textos ficcionais ou poemas quanto por meio de textos teórico-analíticos. Reportagens, entrevistas, ensaios e resenhas fazem parte de seu conceito editorial e em sua equipe figuram jornalistas e intelectuais renomados (TSUTSUI, 2006, p. 90).

Em sua dissertação de mestrado, intitulada *Revista Cult: canal de expressão pública da produção intelectual*, Ana Lúcia Tsutsui afirma que, segundo informações da redação da revista, historicamente cerca de 80% de seu conteúdo é produzido por colaboradores externos, “o que significa que *Cult* é primordialmente feita por especialistas, que são procurados conforme a exigência da pauta” (*ibidem*). Outras características da revista são: periodicidade mensal, distribuição nacional, tiragem entre 25 e 30 mil exemplares – atualmente 35 mil, segundo o site da Editora Bregantini –, tratamento gráfico de qualidade e utilização insistente de obras de artistas contemporâneos como ilustração para suas páginas.

O projeto da *Cult* foi concebido e realizado pelo jornalista Manuel da Costa Pinto, a convite de Paulo Lemos, proprietário da Lemos Editorial, no início de 1997. De acordo com Tsutsui,

a proposta surgiu em março. Além de Manuel da Costa Pinto e Paulo Lemos, também participou da elaboração do projeto o editor de arte Maurício

Domingues (que dirigiria o planejamento gráfico da revista até o número 26). Segundo Costa Pinto, foram necessários dois meses de concepção e mais dois de preparação da primeira edição (inspirada no modelo da francesa *Magazine Littéraire*) (2006, p. 91).

Lemos, cuja editora era especializada em publicações da área farmacêutica e médica, viu na *Cult* uma oportunidade de expandir o seu mercado e atender uma escassez de produtos jornalísticos voltados ao ambiente cultural.

Desde o início, a *Cult* foi pensada para centrar o seu conteúdo na Literatura de maneira ampla, chegando às bancas no dia 21 de julho de 1997, com o nome *Cult – Revista Brasileira de Literatura* e o slogan “o mundo das palavras, da cultura e da literatura”. No editorial da edição de estreia, os idealizadores tiveram a preocupação de justificar o nome da publicação:

Partindo do mundo dos livros e seus autores, a CULT quer dar um retrato multifacetado do panorama cultural, um retrato necessariamente pluralista (embora seletivo) de uma realidade fragmentária como a nossa – e talvez por isso seja oportuno explicar, aqui, a ideia do nome CULT, fragmento da palavra “cultura” que procura traduzir a instantaneidade e a rapidez caleidoscópica da comunicação contemporânea (LEMOS, Paulo; PINTO, Manuel da Costa. “Ao leitor”. In: CULT. São Paulo: n 1, p. 2, jul. 1997 *apud* TSUTSUI, 2006, p. 92).

A seção “Dossiê”, que mais caracteriza o estilo da *Cult* integra a revista desde seu projeto original. Ela configura a maior parte de cada edição e a cada mês aborda um assunto de consistência cultural, com a colaboração massiva de especialistas. No entanto, assim como a *Bravo!*, a *Cult* também passou por uma troca de editoras que gerou uma reformulação estrutural na revista. A nova configuração econômica do mercado farmacêutico entre 2001 e 2002 – consequência de medidas governamentais como a campanha dos genéricos – diminuiu a receita da Lemos Editorial, cujas publicações na área da saúde sustentavam a produção da *Cult*.

Nesta mesma época, Daysi Bregantini entrou em contato com Costa Pinto à procura de uma assessoria para montar uma publicação

cultural. O jornalista, então, intermediou a venda do título para a Editora 17 – atualmente Editora Bregantini – que é responsável pela veiculação da *Cult* até hoje (*idem*, p. 95). Durante a transição, houve uma abertura da revista a outras manifestações do ambiente artístico e “assim, de ‘revista brasileira de literatura’, [*Cult*] passa a ser designada ‘revista brasileira de cultura’” (*idem*, p. 96). Neste processo, Tsutsui destaca a aproximação entre o conteúdo da revista e a indústria de produtos culturais, referindo-se também ao editorial que passava a ser assinado por Daisy Bregantini, “com mensagens mais chamativas, até propagandistas” (*ibidem*).

Esta e outras mudanças levaram Manuel da Costa Pinto a deixar a *Cult*, em 2003, saindo da função de editor, mas assumindo a produção da coluna “Lector in Fabula”. Em janeiro de 2004, no entanto, o jornalista desligou-se completamente da revista. O jornalista Marcelo Rezende foi, então, convidado a assumir o cargo de diretor de redação. Neste período, novas reformulações foram feitas no projeto gráfico e, também, na marca *Cult* e no time de colaboradores e colunistas. Mesmo com tantas modificações, Tsutsui considera que o espírito da revista foi mantido, permanecendo uma revista com essência definida e conteúdo de qualidade (2006, p. 103). Soares (2012), no entanto, discorda desta visão, identificando “uma drástica mudança no conteúdo editorial de *Cult* a partir de 2002” (p. 100).

Um exemplo desta mudança foi a adoção de outras estratégias de marketing na revista, que passou a promover a distribuição de brindes, como livros e camisetas, e solidificou parcerias e promoções com editoras como a 34, Record/Civilização Brasileira, Martins Fontes, Paulus, Loyola, Senac Rio, Objetiva, Cosac Naify, Globo, Bertrand Brasil e Zouk. Para Soares, “fica difícil imaginar que *Cult* consiga exercer uma interpretação crítica autônoma e independente das obras publicadas por seus patrocinadores, maiores responsáveis por sua sustentação econômica e, em última instância, sua sobrevivência no mercado” (*idem*, p. 101).

Ao comparar as duas fases de *Cult* – antes e depois da Editora Bregantini – Tsutsui assinala na segunda fase uma abertura editorial visada a expandir o público leitor da revista. Neste momento, o conteúdo passou a aproximar-se mais do mercado de bens culturais:

Em contrapartida, percebeu-se a ampliação dos espaços destinados ao acompanhamento do mercado editorial, fonográfico e audiovisual que passariam a ser explorados por meio de novas editorias, com foco em lançamentos. As próprias pautas refletem esta aproximação com a indústria

cultural, ou seja, a seleção de assuntos passou a ter como fonte de inspiração ou justificativa os produtos recém-lançados: por exemplo, a nova edição de um livro, a reestrea de uma peça ou o filme em cartaz (TSUTSUI, 2006, p. 101).

Por outro lado, o perfil do leitor de *Cult*, segundo a editora Daysi Bregantini, em entrevista a Vieira (2011, p. 69), é caracterizado por “quem já tem um preparo intelectual”. Isso se relaciona ao fato de que “a noção de cultura que a revista emana está, de fato, muito próxima do academicismo” (*ibidem*). Bregantini afirma que “a *Cult* só trabalha com especialistas. E onde eles estão? Na academia. Não nos jornais e revistas, mas nas universidades” (*ibidem*).

Quanto aos seus aspectos gráfico-visuais, *Cult* segue um estilo clássico, com um projeto gráfico linear, que privilegia o texto escrito, e com pouco investimento em diagramações ousadas e “modernas”. As páginas apresentam majoritariamente cores neutras, assumindo uma postura menos impactante. Os textos são bem espaçados e, aparentemente, não há problemas em eliminar algumas imagens em favor do conteúdo escrito.

Em relação à estrutura, *Cult* apresenta tanto seções fixas como seções avulsas. O “Dossiê”, seção fixa que existe desde a concepção da revista, corresponde à maior parte do conteúdo de cada edição, tendo como proposta promover uma mescla de conteúdo acadêmico e atualidades. Para isso, é produzida uma série de textos, geralmente ensaios, com base em um tema central, que pode ter origem em diversas áreas do conhecimento – Letras, Comunicação, Filosofia, História, Artes, Antropologia, Ciências Sociais etc. (SOARES, 2012). Vieira (2011) também argumenta sobre o “Dossiê”:

“[...] a seção mais importante da revista, aquela que obtém o maior destaque, seja nas capas, seja internamente, ocupando o maior número de páginas, é o “Dossiê”. Além de ser a maior seção da revista, o Dossiê também é o espaço mais caro em termos de produção editorial, uma vez que conta, em média, com cinco articulistas convidados por edição, que, segundo a editora Daysi Bregantini, são colaboradores pagos. [...] Ou seja, a *Cult* traz, em cada edição, um Dossiê (cerca de 20 páginas), duas colunas de opinião e ensaio (duas páginas cada uma) e pelo menos uma entrevista por

edição (mais ou menos cinco páginas). Em número de páginas, isso representa pelo menos 20% de todo o espaço dedicado; a revista tem 66 páginas. Em algumas edições, a *Cult* também publica a seção “Homenagem”, que é um texto sobre algum pensador ou artista importante no cenário cultural internacional” (p. 134).

Em seu site, *Cult* é definida como “a mais inteligente revista de cultura do país”, assumindo seu jornalismo cultural como “independente e crítico”, com uma circulação de 35 mil exemplares mensais. A distribuição abarca todo o território nacional, tendo como assinantes muitas universidades e bibliotecas. Atualmente, Daysi Bregantini é editora e a diretora responsável pela revista. Ainda de acordo com o site, a redação de *Cult* conta com três repórteres, um revisor, uma editora de arte e uma assistente de arte. O formato da revista tem as dimensões de 20,5x27,5cm, aproximadamente.

1.4. *Rolling Stone Brasil*: dados e características

A revista *Rolling Stone* foi criada em 1967 e logo se tornou um grande expoente da contracultura¹⁶ nos Estados Unidos e difusora das práticas do Novo Jornalismo (Vaz, 2008). No livro *Rolling Stone Magazine: The Uncensored History*, de 1990, Robert Draper narra a trajetória da revista por meio de relatos de seus repórteres e colaboradores. Jann Wenner, fundador da *Rolling Stone*, tinha 21 anos quando deu vida à revista. Segundo Vaz, “o jovem, que havia recém-abandonado a University of California, desejava uma revista através da qual pudesse conhecer seus ídolos: John Lennon, Mick Jagger e Bob Dylan” (*idem*, p. 25).

Depois de passar uma temporada em Londres, Wenner juntou-se a seu amigo Ralph Gleason para, em São Francisco – berço da contracultura –, iniciar uma revista, que viria a se chamar *Rolling Stone*. Em seus primórdios, o projeto contava com uma equipe que trabalhava por muito pouco, ou até mesmo por nada e, liderados por Wenner, publicavam matérias, entrevistas e resenhas musicais quinzenalmente. Neste período,

¹⁶ O termo ‘contracultura’ foi inventado pela imprensa norte-americana, nos anos 60, para designar um conjunto de manifestações culturais novas que floresceram, não só nos Estados Unidos, como em vários outros países, especialmente na Europa e, embora com menor intensidade e repercussão, na América Latina. Na verdade, é um termo adequado porque uma das características básicas do fenômeno é o fato de se opor, de diferentes maneiras, à cultura vigente e oficializada pelas principais instituições das sociedades do Ocidente (PEREIRA, 1983).

a revista passou por dificuldades para equilibrar suas finanças, e esteve perto da falência repetidas vezes.

O verão de 1969 trouxe uma agitação social de proporções gigantescas. Semelhante ao *Summer of Love*, mas ainda maior, o *Woodstock Music and Art Fair* reuniu aproximadamente 400 mil pessoas. O evento foi a apoteose da contracultura nos anos sessenta: uma multidão acompanhando os shows de suas bandas favoritas em clima de paz e amor, desconhecidos dividindo comida, drogas e sexo. Tendo visto um editorial do *New York Times* condenando o festival, considerando-o um “episódio inaceitável”, a equipe da *Rolling Stone* pôs-se no dever de mostrar o que estaria realmente acontecendo (VAZ, 2008, p. 27).

Em episódios que seguiram o *Woodstock*, a *Rolling Stone* se destacou por ir de encontro à imprensa sensacionalista e mostrar uma abordagem diferente dos grandes veículos de comunicação. Em 1969, a revista já tinha um reconhecimento considerável. Jann Wenner, no entanto, havia perdido o respeito de sua equipe, gastando seu dinheiro com festas e drogas e estando ausente da redação. Os acontecimentos políticos da época¹⁷, no entanto, levaram os editores e repórteres a reivindicar uma postura mais politizada da *Rolling Stone* que, segundo eles, deveria deixar de cobrir trivialidades e elevar a política à importância que a música tinha no periódico. Jenner e Gleason eram contra e preferiam continuar cobrindo apenas música.

Depois desse período, que culminou em algumas reformulações na equipe e no próprio formato da revista, Hunter S. Thompson chegou à *Rolling Stone*, tornando-se um dos nomes a defini-la dali em diante:

Quando o criador do chamado Jornalismo Gonzo chegou à *Rolling Stone*, já tinha no currículo seu livro *Hell's Angels*, cuja escrita envolveu um ano acompanhando a gangue de motoqueiros. Como resposta à recusa de Thompson em partilhar os direitos autorais de seu livro, a gangue espancou-o

¹⁷ O show dos Rolling Stones em Altamont, em 1969, que deixou quatro mortos; os crimes do grupo de homicidas liderados por Charles Manson; as decisões do presidente dos Estados Unidos Richard Nixon em relação aos soldados que lutavam no Vietnã e em Camboja; protestos estudantis em universidades, entre outros.

e deixou-o quase morto. [...] Hunter S. Thompson foi o primeiro de um grande grupo de jornalistas e escritores da *Rolling Stone* que, muitas vezes, eram mais famosos que os objetos sobre os quais escreviam (*idem*, p. 30).

Também passaram pela revista nomes como Tom Wolfe e Truman Capote. A recorrência de matérias políticas levou a temática a ser retratada em uma seção fixa, que era coordenada por um escritório em Washington. Em 1977, Wenner anunciou a mudança da sede da *Rolling Stone* para Nova York, cujos gastos colocaram a revista em uma nova crise financeira. Desta vez, no entanto, a falência não era uma possibilidade real, pois o periódico já era um empreendimento estável.

A chegada dos anos 80 representou mudanças ideológicas na revista, e a música acabou sendo deixada em segundo plano. Em 1983, o surgimento do canal musical *MTV* foi interpretado por Jann Wenner como uma ameaça à publicação impressa, por ser outra fonte de informação para os jovens. No entanto, a *MTV* acabou ajudando a *Rolling Stone* a se reestabelecer no mercado, apesar de a revista se mostrar defasada em relação aos artistas que integravam o *mainstream* da época, isso porque Wenner não acompanhava o novo cenário musical, privilegiando seus ídolos dos anos 60 e 70.

Atualmente, a *Rolling Stone* ainda opera sob a liderança de Jann Wenner, que, inclusive, ainda assina matérias para a revista. Edições em países das Américas, Europa e Ásia publicam uma mescla de matérias originais e reportagens de outras sucursais da franquia, geralmente recorrendo à matriz norte-americana como fonte principal.

Especialmente a partir dos anos 2000, a revista investiu na circulação internacional, dentro de um preceito de internacionalização da economia mundial. É o caso da edição brasileira, iniciada em outubro de 2006. Algumas sucursais, contudo, datam da década de 1990, como a argentina (1998) e a espanhola (1999). A australiana, edição internacional mais antiga ainda em circulação, iniciou em 1969 como suplemento em outro magazine e, em 1972, passou a ser publicada independentemente (VAZ, 2008, p. 34).

No Brasil, a primeira versão da *Rolling Stone* surgiu em fevereiro de 1972. “Foram editados 36 números, publicados entre 1º de fevereiro

de 1972 até 5 de janeiro de 1973. Antes desse período, porém, foi veiculado um número lançado de forma experimental, em novembro de 1971, chamado de *número zero*” (OLIVEIRA, 2011, p. 73). André Luiz de Bueno, em sua dissertação de mestrado intitulada *Contracultura: as utopias em marcha*, define esta primeira fase da *Rolling Stone* no Brasil:

A revista *Rolling Stone*, com o mesmo título da similar americana, e editada por Luis Carlos Maciel, foi uma revista de música, cujo interesse era, principalmente, divulgar informações acerca dos grandes astros da música pop internacional, os nomes famosos da música nacional, além de textos sobre literatura, cinema ou filosofia. Era também uma publicação voltada para a rebelião juvenil, mas sem as características de misticismo, magia, cabala e apocalipse. (BUENO, 1978, p. 58 *apud* OLIVEIRA, p. 73).

A primeira chegada da *Rolling Stone* no Brasil foi iniciada com a compra dos direitos de publicação da original estadunidense, mas logo se tornou pirata por falta de pagamento dos *royalties* (VAZ, 2008, p. 35). Em outubro de 2006, uma nova *Rolling Stone* chegou às bancas brasileiras. A capa da primeira edição da nova fase trouxe a modelo Gisele Bündchen e uma nota do editor Ricardo Franca Cruz, que explica:

A *Rolling Stone* apresenta mensalmente um conjunto equilibrado de artigos e matérias produzidas no Brasil e conteúdo extraído diretamente da matriz norte-americana. Música é o pilar fundamental de nossa linha editorial, mas não é de maneira nenhuma nossa única área de atuação, que também engloba cultura e entretenimento (perfis de personalidades, novas tendências nas áreas da literatura, cinema, tecnologia, TV e novas mídias), política (análises, denúncias, investigações, acompanhamento crítico do governo, cidadania, terrorismo, tráfico de drogas, ecologia, distribuição de renda), comportamento (moda, estilo, sexo) e consumo (lançamentos do mercado brasileiro e internacional) (CRUZ, 2006 *apud* VAZ, 2008, p.35).

A *Rolling Stone Brasil*, assim como sua matriz, trabalha com estratégias destinadas a fidelizar o público jovem, focando seu conteúdo em música, entretenimento e política. Segundo o mídiakit disponibilizado pela Spring Comunicações, editora responsável pela publicação e distribuição da revista,

a maior revista de entretenimento do mundo foi sucesso instantâneo no Brasil. Lançada em outubro de 2006, com linguagens gráfica e editorial inovadoras, rapidamente firmou-se como uma das principais referências nos assuntos do mundo pop. Seja o assunto música, TV, moda, cinema, tecnologia ou política – mais de 268 mil leitores confiam e contam com a *Rolling Stone* a cada mês para mantê-los atualizados nos assuntos com os quais eles mais se importam. Histórias importantes. Grandes entrevistas. Comentários instigantes. Tudo entregue com energia, paixão, irreverência, ousadia e um ponto de vista que define a audiência *Rolling Stone*. *Rolling Stone vai além de apenas tirar a pulsação da cultura jovem. Rolling Stone é o pulso da cultura jovem* (grifo nosso).

O registro data de março de 2011 e apresenta dados como o perfil do leitor – 60% masculino, 38% entre 20 e 29 anos e 77% integrado às classes A e B –, uma divisão percentual do conteúdo publicado – 30% música, 20% cultura e interesse geral, 15% mídia e entretenimento, 15% moda e comportamento, 10% eletrônicos e tecnologia e 10% assuntos internacionais, política e ciência – e estatísticas que justificam tal divisão (ver ANEXO 4). A *Rolling Stone Brasil* tem formato de 25,5x30,5cm e uma tiragem mensal de 85.000 exemplares. O conteúdo da revista é disponibilizado também em *tablets* e *smartphones*, além do site, que tem uma média de dois milhões de páginas acessadas todo mês.

2. ESTÉTICA DA FOTOGRAFIA: CONCEITO, CONTEXTO E MÉTODO

Compreendendo o jornalismo cultural como um gênero híbrido e sujeito a diferentes variáveis que interferem na definição de seu conceito, é considerada a relevância em traçar uma relação entre a fotografia e o jornalismo cultural – tendo em mente, também, as características da revista. Esta reflexão é desenhada sob o prisma da estética, e traz à superfície deste estudo alguns conceitos e linhas de raciocínio que norteiam o contato com o *corpus*, fundamentando a busca pelos atributos do conteúdo fotográfico das revistas de cultura. O ponto de partida é o conceito de “estética da fotografia”, trabalhado pelo teórico francês François Soulages (2010). A ramificação de seu raciocínio, desenvolvido no ensaio *Estética da fotografia: perda e permanência*, viabiliza a identificação de alguns pontos de intersecção entre as disposições da estética da fotografia e do jornalismo cultural.

É com base neste autor e, conseqüentemente, em sua leitura de outros teóricos dos campos da fotografia e da estética, que é alicerçada a base dessa investigação. A pesquisa realizada por Soulages baseia-se em análises de fotos e de obras fotográficas; olhando para os trabalhos de repórteres, fotógrafos e artistas, o autor cria novos conceitos que culminam em uma reflexão fundamentada na estética, na filosofia em geral e na psicanálise (2010, p. 11). Levando em consideração que o pensamento de Soulages, conforme manifestado no ensaio supracitado, é a principal referência deste capítulo, há momentos em que sua referência foi ocultada, a fim de dar fluidez à leitura do texto.

O ensaio em questão é desenvolvido em três momentos: as relações mantidas entre a fotografia e o real, chegando ao conceito de “fotograficidade” – abordado adiante –; a obra fotográfica e sua especificidade; e as relações entre a arte fotográfica¹⁸ e as demais expressões artísticas, considerando seu papel na arte contemporânea. O movimento parte da noção cartesiana “das coisas que se podem colocar

¹⁸ Rouillé (2009) trabalha a intersecção entre fotografia e arte a partir do termo arte-fotografia. Ao introduzir o capítulo de sua obra dedicado à arte-fotografia, explica: “Enquanto ferramenta ou vetor, a fotografia ficava externa e alheia à arte; enquanto material, ela se mistura com a arte, em obras inusitadas que aliam à matéria fotográfica uma concepção e uma área de circulação artísticas. A aliança arte-fotografia introduz no interior da arte mudanças profundas, alheias à fotografia vetor ou ferramenta. O que, diga-se, denuncia a imprecisão teórica da noção de ‘*médium* artístico’, utilizada indistintamente para designar todos os cruzamentos entre a fotografia e a arte. Por sua amplitude e novidade, tais mudanças traçam, mediante o material-fotografia, os contornos de uma outra arte dentro da arte” (p. 337).

em dúvida”, e se desenvolve em dois tempos: “primeiramente, a desconstrução das falsas opiniões e dos falsos princípios; depois, a reconstrução racional de novos fundamentos” (*idem*, p. 16).

Neste trabalho, toma-se a forma como Soulages compreende a estética da fotografia – ou as estéticas da fotografia – e suas implicações no campo da arte para, em seguida, confrontar tais ideias com as fotos publicadas em revistas de cultura. Seu método reflexivo se aproxima do método das ciências experimentais e, para ele, “o confronto com as obras é primordial. É ele que alimenta o pensamento” (*idem*, p. 17). Além disso, o autor parte da ideia de que existe um preconceito relativo à fotografia no sentido de que, vista como uma prova da existência de um acontecimento, ela é aproximada da objetividade e privada de suas funções estéticas. Esse preconceito é identificado por ele em cinco campos: a fotografia de reportagem, a fotografia doméstica, a fotografia erótica, a fotografia publicitária e algumas outras doutrinas, enfatizando-se a afirmação de Barthes (2012) sobre o “isto existiu” (SOULAGES, 2010, p. 22).

Entendo o que Soulages define como “fotografia de reportagem”, as suas concepções a respeito da fotografia inserida no ambiente jornalístico. Ele se refere a um preconceito sobre a fotografia de reportagem ao afirmar que esta opinião fundamentada na objetividade da fotografia configura-se como a condição ideológica que torna possível o valor (jornalístico, comercial e espetacular) da reportagem. Nessa perspectiva, a função da fotografia de reportagem seria a de mostrar-me um acontecimento como se estivesse presente no momento de sua ocorrência, me permitir estar num lugar e tempo em que não estou para, de certa forma, testemunhar o que “verdadeiramente” aconteceu (*ibidem*). Sob este ponto de vista, a fotografia, no campo do jornalismo, manifestaria características do campo da arte com menos vigor, priorizando-se suas funções estéticas e comunicativas.

Sabendo que Soulages analisa, argumenta e reflete sobre os meios de expressão exclusivos da fotografia nos vários ambientes em que ela se manifesta (fotografia de reportagem, fotografia doméstica, fotografia artística, fotografia publicitária etc.), trabalho, neste capítulo, primeiramente o conceito de estética da fotografia sob a ótica deste autor. Em seguida, busco traçar possíveis diálogos entre a fotografia e o jornalismo cultural, a fim de elaborar fundamentos para uma experiência que, embora cotidiana (nas revistas), estaria impregnada das propriedades artísticas trabalhadas no ambiente da cultura. Finalmente, me volto a descrever e explicar o percurso metodológico adotado. Vale destacar que o termo “atributos” remete às manifestações expressivas da fotografia no

ambiente do jornalismo cultural – um ambiente que, por se dedicar massivamente à arte, estaria atravessado por ela.

2.1. A estética da fotografia segundo Soulages

O conceito de “estética da fotografia” é arquitetado por Soulages no ensaio *Estética da fotografia: perda e permanência*. O teórico francês, cuja obra original *Esthétique de la photographie* foi lançada em 1998, ou seja, é anterior à propagação generalizada da fotografia digital, apresenta uma visão global dos questionamentos provocados por uma estética propriamente fotográfica. Para ele, trata-se de uma estética própria que considera tanto o processo de produção como o contato dos espectadores com a foto¹⁹, uma estética que abrange a fotografia em várias instâncias, independente da função a ela atribuída.

Se apoiando em diálogos e, por vezes, confrontos com teóricos como Kant, Barthes, Baudelaire, Benjamin, Krauss, Dubois, Aumont, Nietzsche, Leibniz e Malraux; o autor, cuja especialidade de pesquisa é a arte contemporânea, defende a organicidade da obra fotográfica em transitar entre diferentes estéticas, como as fotos documentais que podem se tornar arte. O conceito de “estética da fotografia” é usado por ele com o intuito de dar relevância ao processo de construção da imagem fotográfica quanto à sua recepção. Ao longo de seu estudo, Soulages faz uma análise crítica, cuja intenção final é concretizar uma leitura da fotografia a partir dos vestígios encontrados na imagem²⁰. Para tal, faz uso de quatro áreas do conhecimento: estética, semiologia, filosofia e

¹⁹ O autor faz uso de uma convenção terminológica para distinguir ‘fotografia’ e ‘foto’. A primeira é o procedimento, a técnica, a arte fotográfica, já a segunda é a fotografia em sua materialidade, é “a imagem material obtida por meio de um procedimento fotográfico” (2010, p.11). No decorrer da pesquisa, adota-se esta mesma convenção. Por outro lado, em referência ao efeito estético da fotografia, recorre-se ao termo ‘imagem’, a partir da definição apresentada por Rouillé (2009).

²⁰ A referência ao termo imagem assume os sentidos trabalhados por Rouillé (2009) – de que “a imagem é tanto a impressão (física) da coisa como o produto (técnico) do dispositivo, e o efeito (estético) do processo fotográfico. Ao invés de estarem separadas por um “corte semiótico” radical, a imagem e a coisa estão ligadas por uma série de transformações. A imagem constrói-se no decorrer de uma sucessão estabelecida de etapas (o ponto de vista, o enquadramento, a tomada, o negativo, a tiragem, etc.), através de um conjunto de códigos de transcrição da realidade empírica: códigos ópticos (a perspectiva), códigos técnicos (inscritos nos produtos e nos aparelhos), códigos estéticos (o plano e os enquadramentos, o ponto de vista, a luz, etc.), códigos ideológicos, etc. (2009, p. 79) – e por Aumont (1993) ao definir os cinco critérios da imagem – referido neste capítulo. Durante o processo de leitura do *corpus*, é concebida como *imagem* a soma entre elementos gráficos e fotográficos observados em cada matéria contemplada.

psicanálise; e seu objetivo é pensar o espaço, o tempo e o real. Em *Estética da fotografia*, ele parte do que define como fundamentos para, então, chegar a uma estética geral da fotografia, passando por uma análise da representação do real pela fotografia, e estabelecendo o que é “fotograficidade”; reflete sobre a fotografia enquanto obra de arte; e, finalmente, sobre a fotografia como arte em si, ou seja, a atividade fotográfica como instrumento de produção artística.

Soulages se refere às fotos como objetos enigmáticos, pois habitam a imaginação e o imaginário das pessoas. Se a fotografia foi assumida como “vestígio” para a percepção, então cabe ao receptor elaborar as conexões entre o passado e o presente, o antes e o depois, o efêmero e o permanente. Dessa maneira, a estética da fotografia é a estética do que permanece após a perda. “Uma foto é um vestígio, é por isso que é poética. O fotógrafo é aquele que deve deixar, ou melhor, que deve criar vestígios de sua passagem e da passagem dos fenômenos, vestígios de seu encontro – fotográfico – com os fenômenos. É por isso que é um artista” (2010. p. 14). Esta noção de vestígio já havia sido trabalhada por Benjamin (2012) em *Sobre o conceito da história*, onde expressa que “o passado só se deixa capturar como imagem que relampeja irreversivelmente no momento de sua conhecibilidade. [...] Pois é uma imagem irrecuperável do passado que ameaça desaparecer com cada presente que não se sinta visado por ela” (p. 243).

É notável em *Estética da fotografia* alguns pontos que atravessam a obra do início ao fim. Como evidenciado na passagem acima, Soulages é defensor da arte fotográfica, do fotógrafo como artista, fazendo afirmações constantes sobre como esta configuração artística da fotografia se materializa e criticando teorias que a segmentam. O “vestígio”, para o qual o autor retorna sem cerimônias repetidas vezes ao longo de sua argumentação, é o que a fotografia – o processo mecânico de ato fotográfico – é capaz de registrar de um momento que é único, de maneira única, num espaço que imediatamente não será mais o mesmo. Depois do clique, o momento e toda sua configuração são perdidos. O que fica é a foto, a ponta de um *iceberg*, sua parte emersa. A parte submersa, a maior parte, abriga as lacunas que serão preenchidas por cada indivíduo que vier a observar aquela foto. Tal qual a refração da água, que modifica os pontos de visão do observador a cada direção de seu olhar, cada espectador interpreta a foto a partir do seu próprio ponto de vista, preenchendo as lacunas com a sua própria experiência.

Para Soulages, “uma estética (da fotografia) deve ser fundamentada numa filosofia geral (da fotografia, isto é, numa reflexão acerca de sua essência e acerca de suas condições de recepção)” (*idem*, p.

15). O tripé sobre o qual o autor fundamenta sua análise demonstra, além da conclusão de que a fotografia é sempre artística, a noção de que a fotografia não trabalha por si só. A estética da fotografia é, para ele, o resultado do ato fotográfico, da circunstância em que uma foto é tirada e da recepção daquela foto pelo observador. Para chegar a esta estética geral da fotografia, fundamentada na razão e na experiência, é feita uma análise segmentada em estéticas setoriais, identificadas em seus confrontos com as obras e a arte fotográfica. Sua abordagem consiste em correlacionar fundamentos teóricos e exemplares da produção fotográfica.

O autor tem um problema de pesquisa que se desenvolve a partir do cerne da fotografia e se expande para as questões estéticas por perspectivas variadas. Os questionamentos que movem o problema são:

O que realmente se fotografa quando se fotografa? Será o objeto a fotografar? Mas qual é o seu *status*? Será ele de uma essência tal que pode ser alcançado, e mesmo conhecido, ou simplesmente fotografado? Ou será impossível de fotografar, ou melhor, será ele esse impossível de fotografar que leva justamente a fotografar, a continuar fotografando? Será ele a ausência que cria um desejo insaciável, o inapreensível que gera o movimento, mas que nunca é atingido? (2010, p. 27).

Refletindo sobre esses questionamentos iniciais acerca do estudo do objeto da fotografia de reportagem, destaca-se que o autor concebe, neste primeiro momento, a reflexão do objeto a ser fotografado a partir do fato de ser um objeto a ser capturado pela fotografia, ou seja, ao invés de refletir sobre as particularidades de cada objeto, o ideal é considerá-lo de maneira geral, como um objeto. Quando se volta à reportagem, sua principal preocupação é lidar com a noção de apreensão do real. O real passa a ser o objeto-problema diante do fotógrafo-repórter. Na constituição de uma estética da reportagem, Soulages se depara com um ideal humanista – da foto que levaria à reflexão, à ação, a uma melhora material da vida dos homens –, de visão do mundo – a fotografia como “a produção de imagens que interpretam alguns fenômenos menos visíveis e fotografáveis, de um mundo particular existente num espaço e numa história dados” (*idem*, p. 34) –, e de disseminação do espetáculo²¹ – neste caso, a fotografia seria uma forma de alienação por meio de imagens por

²¹ DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. 2003.

não provocar recepções estéticas e críticas da foto. Soulages postula, assim, que a fotografia de reportagem não nos dá o objeto-realidade, havendo sempre o risco de gerar a ilusão. Desta maneira, constata-se que, diante da impossibilidade de captação do real, a fotografia registra encenações. No campo da reportagem,

às vezes, a encenação da realidade política e social é de tal forma interiorizada por seus atores, ajudados por seus assessores de imagem e comunicação, que as fotos não são mais do que fotos das aparências da comédia social e não têm, pois, nenhum valor de verdade, de crítica ou de questionamento. A fotografia é, então, apenas uma das engrenagens do sistema geral que tem por objetivo o poder e o ter, e não algum tipo de saber (*idem*, p. 36).

Cabe aqui uma relação com o ponto de vista compartilhado por Cartier-Bresson, que não identifica na fotografia a função de provar a existência das coisas ou dos acontecimentos e não deve se colocar *a priori* como militante: “a fotografia não quer dizer nada, não diz nada, não preconiza nada [...]. Haver investido a fotografia desse valor de ‘prova’ criou a concorrência e as fotos ‘fajutas’” (*apud* SOULAGES, 2010, p. 38). Cartier-Bresson concebe o ato de fotografar como “ir à caça”, dar flagrantes e captar essências das cenas que aparecem. Neste sentido, o fotógrafo critica a função de simplificar o real – segundo ele, adquirida para atender a um mercado. Para o autor, a fotografia é decorrente da estrutura e do tempo: “Fotografar é, num mesmo instante e numa fração de segundo, reconhecer um fato e a organização rigorosa das formas percebidas visualmente que expressam e significam esse fato” (*idem*, p. 41). A fotografia é o acesso à essência do mundo e o fotógrafo francês a desloca da ciência para a arte com sua noção de “instante decisivo”. O problema com o raciocínio de Cartier-Bresson está em sua negação à encenação – encenar é teatro e não fotografia. A partir da argumentação de Soulages, no entanto, a encenação está intrínseca à fotografia. Nesse sentido, mesmo no flagrante, quando o fotógrafo não dirige seu objeto, a fotografia captura uma versão da realidade.

Sobre a estética da reportagem, Soulages conclui que ela deve partir do deslocamento do objeto a ser fotografado ao objeto fotográfico, para que saia de uma relação ilusória com o primeiro e possa se confrontar com o segundo em uma relação real. Em outras palavras, a especificidade que marca a estética da reportagem está na maneira com que o repórter

encara o objeto. Sua pretensão não deve ser reproduzir a realidade em uma fotografia e sim permitir que o espectador confronte a realidade a partir de sua foto.

Quando centra sua abordagem no objeto em geral, Soulages se volta, principalmente, a argumentar que o real é infotografável (2010, p. 83). Desta maneira, a fotografia se inclina a “representar os fenômenos externos de maneira perspectivista” (*idem*, p. 87), o que a desloca da posição de neutralidade proposta por Cartier-Bresson. Neste nível, Soulages identifica uma dupla ruptura entre a foto e o objeto a ser fotografado: “ruptura primeiramente em fotografar um objeto e vê-lo, e ruptura em seguida entre ver sua aparência visual e conhecer seu próprio ser” (*ibidem*). Para explicar a primeira instância da ruptura, ele recorre aos cinco critérios estabelecidos por Jacques Aumont (1993) em *A imagem*: a máquina fotográfica não é um *olho*, muito menos um par de olhos, ou seja, uma foto nunca é um olhar congelado; o *espectador* não olha uma foto como olha o mundo; o *dispositivo fotográfico* e a *imagem fotográfica* condicionam o tamanho dos objetos, a relação com o concreto e o abstrato, os vínculos com o tempo e a duração; finalmente, a *arte* é capaz de acentuar a primeira ruptura e consolidar a segunda ao evidenciar as diferenças entre ver as aparências e conhecer o ser. A partir das abordagens semiológicas de Phillippe Dubois (1993) e Jean-Marie Schaeffer constata-se que a força da fotografia está em sua ambivalência, na capacidade de ser simultaneamente signo informacional e obra de arte; registro do ‘real’ e uma figuração do mesmo. Soulages chama este movimento de estética do “ao mesmo tempo”.

Sobre a imagem fotográfica, o autor acredita ser “espaço imaginário e efeito de um processo que liga o imaginário e o real. Talvez o receptor não possa rever tudo nem reviver tudo: é o específico da arte. Ele vê o caminho e as direções” (p. 121). Dessa maneira, a consciência da impossibilidade da apreensão do real é o que possibilita a concepção da ideia de obras fotográficas e, conseqüentemente, de arte fotográfica. Uma última abordagem do objeto introduz o conceito de “fotograficidade”, um híbrido de fotografia e especificidade que procura pelo que torna específica a fotografia. Segundo Soulages, “para poder garantir os fundamentos de uma estética da fotografia, é preciso conhecer ao mesmo tempo o que é específico da fotografia e as realidades das obras fotográficas” (*idem*, p. 125). A partir disso, confirma-se a noção de uma tríade que sustenta a linha de raciocínio da estética da fotografia: as condições de possibilidade de uma foto, suas condições de produção e suas condições de recepção.

Considero, então, as três etapas em que é feita a foto: o *ato*

fotográfico, a *obtenção do negativo* – que atualmente é o arquivo original, criado no momento do clique e transferido para o computador – e o *trabalho com o negativo* – ou seja, a cópia a partir do arquivo de origem. O clique que cria o negativo é *irreversível*, não pode ser refeito e jamais ocorrerá novamente naquela exata configuração. A cópia, por sua vez, é *inacabável*; enquanto existir o negativo, ou o arquivo original, existe a possibilidade de copiá-lo.

A fotograficidade é, portanto, essa articulação surpreendente do irreversível e do inacabável. É a articulação, por um lado, da irreversível obtenção generalizada do negativo – constituída em primeiro lugar pelo ato fotográfico, ou seja, por esse confronto de um sujeito que fotografa com algo a ser fotografado, graças à mediação do material fotográfico ou, em outras palavras e de maneira mais geral, pelas condições de possibilidade da produção do filme exposto e a realização dessa exposição, e em seguida pela obtenção restrita do negativo, isto é, essas cinco outras operações que o produzem (revelação, banho interruptor, fixação, lavagem e secagem) – e, por outro lado, do inacabável trabalho com o negativo – a partir do mesmo negativo inicial, pode-se obter um número infinito de fotos totalmente diferentes, ao intervir de maneira particular durante as seis operações que produzem a foto (exposição, revelação, banho interruptor, fixação, lavagem e secagem). Para compreender a fotograficidade, é preciso, portanto, passar de uma concepção humanista a uma concepção materialista da fotografia (SOULAGES, 2010, p. 131, grifos do autor).

Nesta perspectiva, a fotografia é a articulação entre o que se perde e o que permanece. Perda das circunstâncias e configurações únicas do ato fotográfico e permanência do que é propagado pela cópia do negativo – que são os vestígios do ato fotográfico. Nas palavras de Soulages, as duas práticas – perda e permanência – implicam engajamentos opostos: “uma luta contra o passar do tempo, a outra contra o eterno retorno; uma nunca pode realizar a mesma coisa, apesar de todos os seus desejos e toda a sua vontade, a outra sempre pode fazer a mesma coisa, mas é instada, pela especificidade do trabalho com o negativo, a fazer outra coisa (*ibidem*).

Sobre a importância do conceito de fotograficidade, o autor relata:

o conceito de fotograficidade designa o *paradigma* que permite responder não tanto à pergunta ‘O que é uma foto?’ quanto à pergunta ‘Quais são as condições específicas de produção de uma foto?’. Graças a esse conceito, a especificidade da fotografia pode ser pensada: é no interior do paradigma da fotograficidade que, de maneira particular, pode ser concebida qualquer foto. Esse paradigma é, portanto, uma condição absolutamente necessária para a compreensão da fotografia (*idem*, p. 152, grifo do autor).

Em sua reflexão sobre a obra fotográfica – segundo momento de sua análise – Soulages se volta ao deslocamento do sem arte à arte. Ele recorre a Jean-Claude Lemagny para afirmar que a transferência do sem-arte – aquilo que não é feito com uma pretensão artística (caso da maior parte das fotos) – em arte é específico da fotografia. “Toda fotografia pode ser considerada sob o ângulo do documento ou sob o ângulo da obra de arte. Não se trata de duas espécies de foto. É o olhar de quem a considera que decide” (LEMAGNY *apud* SOULAGES, 2010, p. 159). A passagem de Lemagny não diz que se pode considerar uma foto como um documento ou como uma obra de arte, mas sob o ângulo do documento ou sob o ângulo de uma obra de arte; esta distinção é fundamental. Há uma postura do sujeito que, diante de uma foto, a recebe num horizonte de expectativa que é da esfera da documentação ou da arte. Soulages defende, a partir disso, que é preciso pensar o lugar da fotografia no cerne da arte contemporânea.

Na ótica da transformação em obra, o autor articula uma relação entre a estética da pós-realização e a estética da pré-realização. Novamente, percebe-se que o ato fotográfico não é um fator na transferência, o que corrobora a noção da experiência como um fator essencial à estética da fotografia. Ao entrar de vez na questão da fotografia como obra, Soulages reconhece o artista fotógrafo como criador de um mundo com sua obra e recorre a André Malraux e Marcel Proust para refletir sobre a dualidade *mundo da obra X mundo real*. Segundo o autor, Malraux pensava que os grandes artistas não eram os transcritores do mundo, mas seus rivais. A partir disso, ele se questiona se o mundo da obra estaria totalmente separado do mundo real, concluindo que esta separação não é total, mas que o mundo que os artistas criam com a fotografia não é o mesmo mundo em que vivem.

Só pela arte podemos sair de nós mesmos, saber o que vê outrem de seu universo que não é o nosso, cujas paisagens nos seriam tão estranhas como as porventura existentes na Lua. Graças à arte, em vez de contemplar um só mundo, o nosso, vemo-lo multiplicar-se, e dispomos de tantos mundos quantos artistas originais existem, mais diversos entre si do que os que rolam no infinito e que, muitos séculos após a extinção no núcleo de onde emanam, chame-se este Rembrandt, ou Vermeer, ainda nos enviam seus raios (PROUST *apud* SOULAGES, 2010, p. 207)

No percurso da compreensão da fotografia como obra, outras estéticas setoriais aparecem: a estética do trágico, a estética da representação e a estética da composição, encontradas por Soulages nos trabalhos de Diane Arbus. A fotógrafa capta com maestria o movimento parado da vida; a modernidade – cuja referência a Baudelaire define como “o transitório, o fugidio, o contingente, a metade da arte, da qual a outra metade é o eterno e o imutável” (BAUDELAIRE *apud* SOULAGES, 2010, p. 215). A modernidade é, portanto, marcada pelo movimento e pela morte irremediável. Daí, reconhecemos a fotografia como a arte da modernidade, por tornar imóvel (morto) o movimento. É neste sentido, também, que Soulages interpreta a pose em fotografia: “Posar é tornar como que absoluta, como necessária e como fundada ontológica e metafisicamente essa vida que é apenas transitória, fugidia e contingente, é tornar eterna e divina a contingência. Fotografar é ser livre afirmando o acaso” (p. 215).

Outros pontos abordados pelo autor são o estilo, o enquadramento e, novamente, a composição. Tais questões são trabalhadas a partir das leituras das imagens fotográficas do *corpus* selecionado, nos capítulos seguintes. Convém neste momento, no entanto, a atenção à ideia de uma estética do “ao mesmo tempo” que, se rejeitada, culmina na perda da riqueza e da essência da fotografia. Isso porque, sem esta abertura estética, a fotografia é falha em sua fotograficidade. Levar a fotografia a uma condição exclusiva de reportagem, autobiografia, lembrança do passado, documento etc. é negar-lhe as forças infinitas da obra fotográfica. A fotografia é um material-vestígio – é aí que se diferencia dos outros materiais artísticos –, criador de relações que a estética não pode ocultar (*idem*, p. 224).

Por fim, a relação da obra fotográfica com o mundo revela uma estética do insignificante, elucidada pela compreensão da obra de arte como uma soma do estilo do artista à sua relação com o mundo. Tal relação cria uma abertura para um mundo fotográfico, próprio de cada artista, e, neste mundo, há espaço para o simples, o elementar, o insignificante. “Há três atitudes fotográficas diante desse insignificante: sua constatação ou seu registro, ou sua transformação em sentido, ou sua transformação em poesia. Essas três atitudes não são incompatíveis; pode-se constatar e depois transformar em sentido poeticamente” (*idem*, p. 227). Neste sentido, Soulages discorre sobre a coerência e a importância do insignificante:

A coerência então não é sinal de fechamento, ao contrário, articula-se com a abertura e a recepção. O insignificante é essencial para a ação fotográfica, pois permite desfazer o projeto técnico e realístico; ele se confronta com o mundo em sua ausência de sentido aparente, e, portanto, se confronta com o problema sentido e, correlativamente, com o da obra de arte (*ibidem*).

Chegando à discussão da arte fotográfica, a última parada que a antecede é a questão da obra crítica, fundamentada na estética do “ao mesmo tempo”, e que permite uma melhor compreensão das relações complexas entre a fotografia e o político, a sociedade, a memória e os seres humanos. A fim de exemplificar as questões relacionadas à obra crítica, bem como à arte fotográfica, permitindo sua compreensão de maneira articulada à pesquisa, foi decidido trabalhar-las em conjunto com as leituras de imagens realizadas nos capítulos seguintes. No entanto, destaco que o embasamento da arte fotográfica se sustenta em quadro possíveis modos de relação da fotografia com outras artes: a cocriação, a transferência, a referência e o registro. Com base na estética do “ao mesmo tempo”, na qual a arte sempre está presente na fotografia, assumo uma apropriação desses modos, usados por Soulages com o objetivo de compreender o lugar da fotografia na arte contemporânea, como guias – categorias – na tentativa de compreensão de como a imagem fotográfica é assimilada pelas três publicações estudadas.

Trabalhar um conceito é fazer variar sua extensão e sua compreensão, generalizá-lo pela incorporação dos traços de exceção, exportá-lo para fora de sua região de origem, tomá-lo como modelo ou, inversamente, procurar um modelo

para ele, em resumo, conferir-lhe progressivamente, por transformações reguladas (CANGUILHEM *apud* SOULAGES, 2010, p. 253).

É assim que Soulages introduz a parte final de sua busca por uma estética geral da fotografia. Chegando ao fim do percurso do autor, elenco algumas de suas conclusões: em relação aos fundamentos da estética, “a fotografia nos confronta então com o enigma do real. Ou melhor, ela é interrogação do real” (p. 343); o “isto existiu” é impossível e o “isto foi encenado”, inevitável; “uma estética geral da fotografia não se reduz a ser apenas a simples adição empírica de estéticas setoriais. Um de seus fundamentos deve ser a análise racional da fotograficidade [...]” (*ibidem*); “a estética não é feita para simplificar uma arte, mas para provar e fazer experimentar quanto a arte é mais complexa e mais rica do que se pensa” (p. 344); “a tarefa da estética geral da fotografia é acolher, louvar e pensar essas obras [fotográficas]” (p. 345); a fotografia é fonte de surpresa: “ela nos faz pensar e imaginar, sonhar e ver; ela pode nos incitar a filosofar; ela deve nos convidar à meditação” (p. 346). Desta maneira, me dedico a uma tentativa de articular as ideias da estética da fotografia em consonância com as características do jornalismo cultural, levando em consideração o ambiente das revistas de cultura contempladas por esta pesquisa.

2.2. Diálogos entre a fotografia e o jornalismo cultural

Para compreender como se realizam as relações estéticas nas revistas estudadas, foi constatada a necessidade de entender como os campos cultural e midiático se conectam. A ideia de campo cultural associa-se aos processos de industrialização de setores que projetam as percepções de mundo de indivíduos ou grupos em um tempo e espaço social. Tais setores são a literatura, arte, cinema, teatro etc. Estas expressões adquirem formas variadas no espaço compartilhado – educativa, de entretenimento, informativa, de serviço ou inerentes aos valores e tradições de vida dos indivíduos. Ao serem instituídas nos espaços e suportes tecnológicos, elas constituem o campo midiático (GADINI, 2009, p. 103).

Numa relação elementar entre tais noções e o objeto empírico desta pesquisa observo delinear-se uma intersecção entre a estética da fotografia e o jornalismo cultural na ideia de que o fotógrafo, neste ambiente, atua, principalmente, como construtor de uma cena. “O objeto

a ser fotografado não é mais do que uma oportunidade de encenação. A estética do retrato articula-se então como a da encenação no interior de uma estética do ‘isto foi encenado’” (SOULAGES, 2010, p. 74). Para o autor, “nessas bases, *esboçam-se estéticas da fotografia: a da reportagem, a do retrato, a da encenação, a do ‘isto foi encenado’, a da ficção, a do referente imaginário, a da marca, a do arquivo...*” (*idem*, p. 121, grifo do autor).

O jornalismo cultural, enfatizando-se sua configuração nas revistas, também se volta a construir cenas. Quando trata de assuntos pautados pela agenda cultural da cidade, o jornalista é descritivo, juntando peças para que o leitor monte uma imagem, seja dos ritmos que integram um álbum musical, das referências usadas por um diretor em seu último filme, do estilo literário de um escritor etc. O leitor é conduzido por aquela perspectiva construída pelo jornalista. Uma perspectiva que parte da experiência de quem escreve; das percepções do momento da entrevista, das sensações que configuram aquele tempo e espaço etc.

Paralelamente, no campo da imagem, a fotografia também apresenta recursos que levam o leitor a se conectar de maneira sensível e emotiva com o assunto retratado, ou objeto fotografado. Rancière ressalta que para que um modo de fazer técnico – de palavras ou da câmera – seja qualificado como arte é preciso primeiramente que seu tema o seja. Segundo o autor, “a fotografia não se constituiu como arte em razão de sua natureza técnica. O discurso sobre a originalidade da fotografia como arte ‘indicial’ é um discurso bastante recente, que pertence menos à história da fotografia que à história da reviravolta pós-moderna [...]” (2009, p. 48). O posicionamento de Rancière, neste caso, conversa, ainda que de maneira tímida, com a noção defendida por Soulages de que a arte é intrínseca à fotografia.

Reconheço que a compreensão da estética da fotografia no conteúdo jornalístico das revistas de cultura estudadas passa também por uma observação acerca da configuração artística do objeto fotografado. Nesta circunstância, é válido assinalar as diferenças entre as doutrinas do “isso existiu” e do “isto foi encenado”. Roland Barthes (2012) é responsável por difundir a doutrina do “isso existiu”, que afirma ser a fotografia a prova da existência de um acontecimento. No entanto, Soulages desmistifica tal linha de raciocínio ao afirmar que

a doutrina do “isto existiu” de Barthes parece mitológica. Talvez fosse necessário substituí-la por um “isto foi encenado” que nos permitisse esclarecer melhor a natureza da fotografia. Diante

de uma foto, só podemos dizer: “isto foi encenado”, afirmando, dessa maneira, que a cena foi encenada e representada diante da máquina e do fotógrafo; que não é o reflexo nem a prova do real; o isto se deixou enganar: nós fomos enganados. Ao termos uma necessidade tão grande de acreditar, caímos na ilusão: a ilusão de que havia uma prova graças à fotografia... (2010, p. 26).

Percebo em tais apontamentos a dificuldade em atribuir um conceito definitivo à estética da fotografia. No entanto, me volto a ela com a convicção de que a estética fotográfica – ou as estéticas fotográficas – resulta do instante decisivo vivido pelo fotógrafo, da circunstância em que a foto é convencionalizada na sociedade, e da experiência do espectador ao interpretá-la. A partir disso, assumo o raciocínio de que a imagem fotográfica no jornalismo cultural carrega em si aspectos técnicos, documentais, jornalísticos e artísticos que, juntos, constroem-lhe uma estética única, inerente ao ambiente estudado.

Outra intersecção identificada entre a estética da fotografia e o jornalismo cultural é a noção de colecionar, construir museus. Como visto anteriormente, Soulages abraça o conceito de “museu imaginário”, cunhado por Malraux, buscando também em Benjamin um caminho racional para o registro da obra de arte pela fotografia. Malraux afirma que a fotografia gera artes fictícias, o que possibilita a criação de um museu imaginário, particular de cada indivíduo. Sob este ponto de vista, Soulages identifica a fotografia como a “arte elevada ao quadrado; o objeto da fotografia pode ser, então, não só as obras de arte e a própria arte, mas também a própria fotografia” (2010, p. 315). O museu imaginário é, então, diferenciado do museu tradicional, tanto em seu modo de ser como na apresentação das obras. Neste sentido, o museu imaginário caminha lado a lado à ideia de experiência em Benjamin (2012, 1994), constituindo um acervo imagético guardado na memória e que se manifesta involuntariamente perante as interações cotidianas – independentemente da configuração artística ou não artística do momento.

Benjamin é referenciado diretamente por Soulages no que concerne a reflexão sobre “a obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica”²², datada de 1936 e que mostrou “como a

²² In. BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**: ensaios sobre a literatura e a história da cultura. 8ª ed. revista – São Paulo: Brasiliense, 2012. – (Obras escolhidas: v. 1).

reprodução gerava sempre uma perda e uma transformação das modalidades de sua recepção [...]. Desse modo, a fotografia enquanto registro de uma obra de arte parece ser um meio que não é neutro, à medida que a recepção global da arte e a recepção particular de uma obra, graças à fotografia, são diferentes daquelas que existiram antes de sua invenção” (SOULAGES, 2010, p. 319).

Em uma abordagem direcionada especificamente ao jornalismo cultural e à ilustração como leitura cultural, por outro lado, Rivera (2006) se refere à criação de um “museu” cotidiano, suportado por uma “estética do suplemento”. Nas palavras do autor,

o duplo circuito visual do plástico e do fotográfico converteu os suplementos em uma espécie de autêntico ‘museu’ cotidiano, no qual se podem rastrear simultaneamente a produção de talentosos artistas e ilustradores (e nesse sentido constituem uma impensada *summa artis* que é à vez uma história da ilustração e das próprias artes plásticas), junto com um gigantesco arquivo iconográfico – quase impossível de pensar como projeto editorial unitário – que registra as pegadas de décadas e décadas de atividade cultural (p. 167, tradução livre).

É certo que o “museu” cotidiano referido por Rivera é concreto, existe no campo material. No entanto, ao deslocar tal perspectiva para o nosso objeto, percebemos que o conteúdo imagético das revistas configuram um registro da atividade cultural de uma época – no caso desta pesquisa, a contemporaneidade – e, ao mesmo tempo em que insere estas particularidades artísticas no dia-a-dia do leitor – um leitor idealizado que também é um colecionador –, cria um acervo das expressões da arte naquele momento, um museu que cresce à medida que a pilha de revistas aumenta na coleção.

Considerando as funções da fotografia no campo midiático, vale assinalar que a própria apropriação da fotografia pela imprensa foi fator contribuinte para a expansão do jornalismo cultural, sendo que as fotos foram, cada vez mais, substituindo os desenhos e as gravuras, limitando-os ao campo artístico ou meramente ilustrativo (PASTORIZA, p. 53). Além disso, a emotividade é uma característica sobressalente da fotografia nos meios impressos culturais, onde as fotos são utilizadas para “[...] reforçar os efeitos estéticos ou dramatizar os conteúdos informativos, provocando emoção nas audiências” (*idem*, p. 83).

De maneira geral, o jornalismo cultural retrata a arte, reporta grupos que se reúnem para produzir arte, interações sociais que formam comunidades com interesses comuns e, muitas das vezes, esses interesses têm conotação artística. Ao mesmo tempo, é possível perceber neste jornalismo um empenho em estreitar laços entre o público e os bens simbólicos que movimentam a indústria cultural – caracterizando uma função de consumo inserida no gênero. Tudo isso – a abordagem estética e mercadológica – remete ao conjunto de sensações transmitidas através da imagem – neste caso, convencionou-se imagem como todo conteúdo que integra uma matéria jornalística com temática cultural.

Ainda sobre as relações de mercado existentes no âmbito do jornalismo cultural, além das jornalísticas, Sérgio Gadini (2009) aponta que tais relações são “norteadas pela lógica comercial do consumo” (p. 39). Outro fator que contribui para esta reflexão é a peculiaridade da temática cultural, um objeto “confuso e pouco delimitado” (*idem*, p. 18). Nesta perspectiva, é importante reiterar que “a comunicação estuda fluxos de interação simbólica, e não coisas, colocando em cena a abordagem do mundo social em sua complexidade dinâmica” (*ibidem*).

As variáveis apresentadas neste tópico objetivam sustentar as leituras que se seguem nos capítulos seguintes no sentido de assinalar as particularidades da fotografia no âmbito do jornalismo cultural, permitindo uma compreensão da estética da fotografia direcionada a tal configuração, tendo em mente a função das interações comunicativas que caracterizam o gênero jornalístico. Parto, então, para as questões práticas que direcionam a apreciação da fotografia no *corpus* desta pesquisa, a fim de que sejam alcançados os seguintes objetivos: identificar os atributos da imagem fotográfica em revistas de cultura no Brasil e verificar de que modo tais atributos colaboram na configuração de uma estética da fotografia no âmbito do jornalismo cultural, sendo que uma das inerências dos atributos desta estética é provocar uma ligação sensível do leitor em relação aos bens culturais, seja esta ligação intencionada ao consumo, ou não.

2.3. Estética e método: percursos metodológicos

Dispondo do alinhamento teórico desenhado, me volto aos procedimentos que norteiam o desenvolvimento deste estudo, a começar pela determinação do *corpus* final. François Soulages é, também, o fio condutor da abordagem metodológica, isso porque o autor assume a estética como método de análise de sua obra. Em março de 2004, o teórico francês esteve na Universidade de São Paulo (USP), onde apresentou um

seminário intitulado *Estética e método*, no qual seccionou o percurso metodológico de sua *Estética da fotografia* (2010). Neste tópico, emprega-se principalmente o artigo decorrente desta apresentação.

Todo o estudo de Soulages baseia-se na estética como método, na noção de que a metodologia é uma consequência da estética. Para o autor,

o método da estética é intrinsecamente constituinte da própria estética; a separação entre a essência e o método da estética é uma separação por razões de exposição, não de natureza: não há uma estética de um lado e, de outro, seu método; há uma disciplina que existe com e por seu método; o professor-pesquisador deve sabê-lo, experimentá-lo e colocá-lo em ação (2004, p. 18).

O método sugerido pelo autor concebe as criações ou produções das fotos, as fotos elas-mesmas e suas recepções como elementos de análise (*idem*, p. 31). O fundamento é, portanto, uma etapa crucial do processo metodológico: “Uma estética (da fotografia) deve fundar-se sobre uma aproximação teórica da fotografia – quer dizer, sobre uma reflexão acerca de sua essência, de suas condições de possibilidade e de suas condições de recepção” (*idem*, p. 33).

Na prática, Soulages desenvolve uma série aberta de etapas – a série é aberta porque a pesquisa em estética é infinita, nunca termina. São elas, resumidamente: *confrontação* a realidades, temáticas, noções, problemas, teorias etc.; *avaliação crítica* de todos esses elementos; *formulação de hipóteses* relativas a esses ou a novos elementos; *confrontação* dessas hipóteses às realidades e ao exercício da razão; *estabelecimento* de novas representações da realidade, *nova confrontação* de todos esses elementos a realidades novas e ao exercício da razão; e assim, sucessivamente (*ibidem*, p. 39).

O autor reitera, ao longo de todo o livro *Estética da fotografia* (2010), sua relação sensível com o objeto fotográfico. Também no texto *Estética e Método* (2004), ele aponta para a importância em balancear-se tal relação:

“[...] aquele que realiza sua pesquisa em estética deve, primeiramente, ter uma relação sensível com o objeto. Esse tipo de relação nutre a dimensão existencial da estética e pode se dilatar na aproximação criadora. O pesquisador é, então, criador. [...] O pesquisador deve saber, por outro lado e por um tempo, fazer como se estivesse

separado existencialmente de seu objeto. Deve operar sobre ele uma reflexão crítica e conceitual e colocar em ação uma aproximação teórica. [...] Essa é a necessidade da dialética da pesquisa” (p. 25).

Como exemplo, o autor cita *A câmara clara*, último livro lançado por Barthes antes de sua morte, em 1980, no qual o semiótico, num relato em primeira pessoa, revela sua inquietação quanto à fotografia. “Em relação à Fotografia, eu era tomado de um desejo ‘ontológico’: eu queria saber a qualquer preço o que ela era ‘em si’, por que traço essencial ela se distinguia da comunidade das imagens” (2012, p. 13), declara no primeiro tópico do livro. Para Soulages, esta última expressão do pensamento de Barthes indica uma mudança de raciocínio do autor quanto à fotografia, por assumir uma ligação sensível com seus objetos. É possível, inclusive, identificar vestígios d’*A câmara clara* no método que Soulages propõe.

Quanto aos procedimentos metodológicos em si, depois de definidas as revistas que compõem nosso objeto empírico e delimitado o espaço temporal no qual a abordagem se localiza, foi estabelecida como etapa inicial a constituição de uma observação quantitativa e qualitativa das 35 edições coletadas (capítulo 1). A partir daí, foram definidos os exemplares que compõem o *corpus* da pesquisa. O critério utilizado para o recorte foi a ocorrência de matérias constituídas de pelo menos uma imagem fotográfica originalmente produzida para a revista que a contém. Este processo levou em consideração os meses em que as fotos originais aparecem nas três revistas, elegendo as edições dos meses março, julho e dezembro. Os dados provenientes desta observação se limitam ao conteúdo jornalístico dos exemplares analisados. Em termos numéricos, foram elaboradas duas tabelas que dispõem a quantidade de páginas jornalísticas de cada exemplar (Tabela 4) e a quantidade de imagens contidas em cada um (Tabela 5).

TABELA 4 - QUANTIDADE DE PÁGINAS JORNALÍSTICAS POR MÊS

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Bravo!	62	70	62	63	64	61	60	62	64	54	52	60
Cult	/	58	59	57	55	54	54	51	60	59	55	61
Rolling Stone Brasil	63	72	67	56	53	56	61	66	71	86	73	77

TABELA 5 - QUANTIDADE DE IMAGENS POR MÊS

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Bravo!	57	66	74	60	52	61	49	67	54	67	65	64
Cult	/	31	46	31	26	16	38	21	22	25	35	63
Rolling Stone Brasil	84	85	62	64	67	72	83	53	101	103	114	97

O recorte definitivo determinou o *corpus* com base no método proposto por Soulages (2004, 2010). A partir daí, foi realizada uma apreciação de nove peças jornalísticas, ou seja, uma de cada revista selecionada no recorte anterior. O *corpus* derradeiro compreende as matérias cujas imagens fotográficas me pareceram mais pungentes. Esta estratégia de recorte remete à ideia de experiência: a escolha baseou-se no destaque de nove matérias do conjunto tido em mãos a partir das relações sensíveis que estabeleceram entre o objeto e a pesquisadora. Em outras palavras, esta etapa constitui um olhar pessoal sobre as imagens. A partir dessa abordagem sensível, é incidido sobre o objeto um novo olhar – fundamentado nos modos de manifestação da arte elencados por Soulages – que problematiza e coleta dados para a reflexão proposta pela pesquisa.

Sendo assim, antes de partir para as análises propriamente ditas, me ateno a discorrer sobre as concepções dos modos de manifestação da arte na fotografia apontados por Soulages em *Estética da fotografia* (2010). Tomando a epistemologia e o método de Canguilhem, referidas no primeiro tópico deste capítulo – e atentando-se também para a noção de que uma coisa só adquire sentido em função das relações que estabelece com as outras coisas –, o autor se dedica a estudar as relações mantidas entre a arte fotográfica e as outras artes, com o objetivo de compreender o lugar da fotografia na arte contemporânea. Estas relações se dão de quatro modos: cocriação, transferência, referência e registro. Desta maneira, o conceito de arte fotográfica – e, conseqüentemente, o de estética da fotografia – é trazido para o ambiente das três revistas culturais estudadas e busca-se, no *corpus* selecionado, manifestações desses modos.

A problemática da cocriação desenvolve-se nas maneiras e razões a partir das quais a fotografia pode realizar uma cocriação com uma outra arte, seja nos pressupostos e/ou nas implicações do procedimento. Soulages se dirige a estas questões por meio de uma análise das relações entre fotografia e literatura, buscando a especificidade fotográfica na

reflexão entre fotografia e linguagem. Tais relações não se fazem sem dificuldades, devido ao próprio processo de cocriação e aos aspectos históricos que conectam essas artes: por um lado, a colaboração entre obras de artes e artistas é suscetível de conflito, principalmente pelas variações de estilo e equilíbrio entre o trabalho de cada uma das partes – “será que há necessariamente dominação de uma arte sobre outra, ou pode haver igualdade? Será uma reunião de duas obras ou a criação de algo novo?” (SOULAGES, 2010, p. 257) – e, por outro, podem existir adversidades entre as outras artes e a fotografia.

A base do estudo da cocriação se fundamenta, neste caso, nas relações entre fotografia e linguagem. O autor as aborda a partir de quatro aspectos, que define como pseudoevidências: similitudes (ambas parecem permitir a descoberta de um sentido), superioridade (a fotografia seria superior à linguagem por “dar” o sentido de maneira quase imediata), diferença (outras linguagens se manifestam de maneiras diferentes da fotografia) e inversão (a fotografia e as outras linguagens demandam aprendizados diferentes para que possam apresentar seus sentidos). Para chegar ao sentido no âmbito da linguagem e da fotografia, evitando as pseudoevidências citadas, Soulages sugere três deslocamentos. O primeiro sai de uma ideia de “a foto” para “fotos”, uma visão idealista que as insere em um contexto de natureza – *fotografia definicional* ou *informativa*, *fotografia publicitária*, *fotografia doméstica* ou *afetiva*, ou *fotografia artística* –; o segundo vai da natureza para a cultura, ou seja, para o condicionamento de seu uso social; por fim, o terceiro vai da sociedade ao sujeito receptor das fotos, pois “toda foto é recebida não só pelos olhos, pela razão e pela consciência, mas também pela imaginação e pelo inconsciente” (*idem*, p. 259).

É por isso que a foto informativa (de jornal, por exemplo) é sempre interpretada; é por isso que a foto doméstica tem várias recepções; é por isso que a publicidade usa a fotografia; é por isso que a arte encontra obrigatoriamente a fotografia. Toda recepção de uma foto é uma interpretação; nisso a fotografia é parente do sonho. A fotografia não decorre, portanto, de uma linguagem unívoca, evidente e universal (*ibidem*, p. 260).

A conclusão deste raciocínio revela que não existe a linguagem ou a fotografia, existem *linguagens* articuladas a *fotos*; elas são recebidas de maneiras distintas, que oscilam entre o desejo de universalidade da língua e a realidade da singularidade da língua inscrita no inconsciente do

indivíduo. A arte não é feita para provocar o silêncio, há sempre uma linguagem a seu lado que objetiva legitimar uma crítica, teoria ou reflexão. “A reflexão crítica parece ser uma necessidade de esclarecer nossa abordagem da obra, isto é, de nos questionarmos, além das opiniões e dos clichês, sobre a obra, sobre nossa relação com ela e sobre nós mesmos” (*idem*, p. 263). A recepção não se dá de maneira imediata, embora as mediações nem sempre sejam notadas.

O autor identifica três tipos de manifestações da linguagem diante da fotografia: “o discurso do teórico, que analisa conceitualmente a obra; a fábula do fotógrafo, ou seja, o dizer que às vezes o artista adota para apresentar sua obra; a fala do poeta ou do texto do escritor, que ou recriam a partir da imagem fotográfica [...] ou criam uma obra com a própria foto” (*idem*, p. 264). De uma análise sobre as relações fotografia-literatura, Soulages enumera três tipos de produção cocriativa: a união é realizada por alguém que não é fotógrafo e nem escritor – neste caso, os textos e fotos reunidos não foram concebidos, *a priori*, para aquele propósito –; o fotógrafo faz fotos a partir do texto, ou vice-versa – aqui, existe o perigo em cair-se na ilustração ou na simples redundância –; dois artistas decidem criar uma obra juntos – eles criam, em conjunto, uma nova obra que une e confunde as artes de ambos.

A transferência decorre da movimentação de uma foto para uma realidade classificada (então) como artística, como uma pintura ou outra foto. Um exemplo de transferência de fora do campo da fotografia é a série de *ready-mades* – objetos não artísticos aos quais foram atribuídos o *status* de arte – do artista Marcel Duchamp. Para Soulages, o sentido adquirido na transferência está diretamente ligado à noção de fotograficidade. Nas palavras do autor,

o conceito de transferência designa o deslocamento de uma ou de várias fotos de um primeiro espaço proveniente ou do sem-arte – como as fotos de jornal, os cartazes, etc. – ou da arte, para um segundo espaço classificando como objeto artístico – como um quadro, uma escultura, uma outra foto, etc. Mudando de lugar, a foto pode mudar de natureza e mudar a natureza do novo lugar: metamorfose da arte (2010, p. 279).

Esta definição não é, no entanto, engessada. A transferência pode tanto ser uma utilização da foto como material para outra obra, como chegar através da própria fotografia, ou seja, a fotografia gera um

questionamento radical de uma prática artística. Desta maneira, a transferência fotográfica pode ser compreendida a partir de uma das três práticas fundamentais: a atividade crítica, reflexiva e conceitual em arte, a reflexão filosófica ou o questionamento sobre a transferência analisada no momento.

São destacadas como possibilidades de desenvolvimento da problemática da transferência as ligações da fotografia com a técnica, o inacabável e o irreversível. Não se trata, inclusive, apenas do deslocamento. A seleção e a escolha que o fotógrafo faz de suas imagens também são atos de transferência que, neste sentido, articula-se a um questionamento sobre a arte – tendo em vista que há imagens fotográficas que não passam pela ‘filtragem’ do fotógrafo, não passam pela transferência e permanecem no sem-arte. Neste sentido, “a transferência abre [...] imediatamente para a cocriação e para as outras artes plásticas” (*idem*, p. 282). Sobre a dimensão trágica da transferência, Soulages acrescenta:

Com os fotógrafos do irreversível, como, por exemplo, Denis Roche, o ato fotográfico pode ser vivido imaginariamente como uma transferência da imagem visual de alguma coisa. A transferência então assume uma dimensão trágica: não é apenas a retirada da imagem, mas, sobretudo, a tentativa de retirada do tempo irreversível. O fotógrafo procede, por meio de sua obra, a uma transplantação: enraíza a imagem em uma outra terra, a da obra e da arte. Mas então a própria natureza da imagem se metamorfoseia: de visual torna-se fotográfica; de efêmera e móvel, torna-se definitiva e imóvel; de cambiante, torna-se irreversível (*ibidem*).

A transferência remete, então, primordialmente à fotografia e desempenha um papel importante na arte contemporânea por possibilitar o enriquecimento das relações da arte fotográfica e das artes plásticas, permitindo um movimento da história da pintura.

A referência se manifesta, de maneira geral, em duas direções: a fotografia enquanto referência para as outras artes e estas como referência para a fotografia. Segundo o autor, “uma referência pode servir de norma, de modelo ou ser apenas a oportunidade de uma busca ou de uma criação; pode ser – explícita ou implicitamente – citada ou desviada, e mesmo utilizada para ser desconstruída; pode gerar um fechamento ou então permitir uma abertura. Suas funções e usos são múltiplos” (2010, p. 293).

Quanto à fotografia como referência, o questionamento que move a análise feita por Soulages remete às modalidades e razões por quais a fotografia se configura como uma referência a ser aproveitada, explorada, desviada ou imitada pelas outras artes. Ele atenta também para o fato de que, na maioria das vezes, é a fotografia sem-arte, ou até mesmo a simples possibilidade técnica da fotografia em geral, que é a referência. Isto situa a problemática da referência no deslocamento do sem-arte para a arte.

Tomando como base os aspectos históricos da fotografia, uma das possíveis manifestações da referência se encontra na questão do realismo – por exemplo, pintores passaram a utilizar a fotografia como uma maneira de organizar, visualizar e rascunhar suas futuras obras. A outra possibilidade evidencia o que Soulages chama de “estética do ponto de vista”. Esta é uma questão correlativa: “Toda foto é foto de um ponto de vista particular ao mesmo tempo no tempo, no espaço e na maneira de envolver o objeto a ser fotografado. Desse modo, uma foto nos fala ao menos tanto sobre o ponto de vista do que fotografa quanto sobre o objeto a ser fotografado” (*idem*, p. 302). A aplicação de uma teoria do ponto de vista na fotografia promove a exclusão do ponto de vista fixo, noção que fundamenta a doutrina da fotografia realista, condenada ao longo de *Estética da fotografia*.

Soulages recorre ao filósofo alemão Leibniz para explicar o problema do ponto de vista:

Assim como uma mesma cidade parece outra e se multiplica perspectivamente sendo olhada de diversos lados, o mesmo sucede quando, pela infinita quantidade de substâncias simples, parece haver outros tantos universos diferentes que, no entanto, são apenas as perspectivas de um só, segundo os diferentes pontos de vista de cada Mônada²³ [...] (*apud* SOULAGES, 2010, p. 303).

As perspectivas criam, assim, várias cidades. É possível que duas fotos de uma mesma cidade sejam desprovidas de índices comuns que permitam o reconhecimento de ambas como representações do mesmo lugar. Cada olhar, cada ponto de vista, cria um universo diferente, uma visão de mundo única. Desta maneira, o ponto de vista artístico cria o

²³ No livro *A Monadologia*, Leibniz define “mônada” como “uma substância simples, que entra nos compostos. Simples, quer dizer, sem partes”. O conceito pertence às contribuições do filósofo na área da metafísica. Embora o tema fuja ao escopo deste trabalho, optou-se por manter a referência que Soulages faz a Leibniz considerando sua relevância no raciocínio que abarca a estética do ponto de vista.

universo do artista. No ponto de vista do artista, a cidade passa aos universos visuais, que passam aos universos fotográficos, que podem passar a obras fotográficas. Soulages retorna a Leibniz para concluir o raciocínio: “Cada substância simples tem relações que exprimem todas as outras, [...] ela é, portanto, um espelho vivo e perpétuo do universo” (*ibidem*). Para nosso autor, é isto o que mostra a fotografia em funcionamento.

Considerando a fotografia sem arte, a referência é um recurso usado por outros artistas para a estruturação e produção de seus projetos. Cineastas, pintores, desenhistas, escultores etc. podem apropriar-se da fotografia em favor de sua própria arte. Quanto às referências buscadas pela fotografia nas outras artes, há uma gama de possibilidades, tais quais a construção de fábulas (literatura), a utilização de filtros coloridos que interferem na temperatura e na textura da foto, o desenho sobre o negativo, a colagem, a sobreposição (artes plásticas) etc.

O registro, por fim, “é o que mais simplesmente caracteriza toda prática fotográfica e, ao mesmo tempo, o que é utilizado e questionado da forma mais fecunda pela arte contemporânea e pela fotografia mais rica; o registro não é apenas um meio, torna-se um fim em si. Através dele, a fotografia tem uma posição central na arte contemporânea” (SOULAGES, 2010, p. 315). Sob a perspectiva do meio, a fotografia é reconhecida como um instrumento de reprodução das outras manifestações artísticas. A partir daí, é desenvolvido o raciocínio de André Malraux de que a reprodução cria obras fictícias – tais obras são as peças que constroem o museu imaginário que, por sua vez, torna possível uma “estética da arte ao quadrado”.

Concebida como um fim em si, a fotografia se destina a registrar vestígios do efêmero, permitindo a conservação de momentos que parecem insignificantes, mas podem se deslocar para uma posição de importância, por exemplo, fotos do processo de concepção de uma obra, de uma obra sendo terminada, de encontros causais entre artistas, das peculiaridades de um processo produtivo etc. Em relação à fotografia com a finalidade da produção de arte contemporânea, o autor manifesta:

A prática do registro fotográfico desempenha um papel totalmente diferente para a *não arte* e a não obra. A noção de não arte pode reunir um grande número de práticas artísticas – da arte conceitual à performance, passando pela land art, pela arte povera, etc. Essa noção permite, às vezes, seja recuperar o que aparece em sua essência como

rebelde à ordem artística e, desse modo, desarticular a revolta, seja excluir tais práticas; contudo, graças a ela as inúteis querelas de classificação desaparecem – como, por exemplo, a questão de saber se uma pertence à esfera do happening ou à do conceitual [...] (*idem*, p. 321, grifo do autor).

O registro é uma relação privilegiada entre a fotografia e as outras artes. É através dele que podemos observar as transformações da arte e as metamorfoses que desencadearam o que hoje é denominado como arte contemporânea. O registro aponta o essencial nas relações entre a fotografia atual e as demais artes, e ainda determina um momento essencial da atividade fotográfica. “Fotografar é registrar irreversivelmente o irreversível, trata-se de uma das duas dimensões principais da fotograficidade” (*idem*, p. 326). Através do registro, a fotografia comunica o que tem de mais rico, aprofundando o que tem de mais simples – sua essência.

Nos capítulos seguintes, desenvolve-se uma apreciação direcionada a uma imagem de cada uma das matérias selecionadas a partir de uma série de etapas, tal qual a desenvolvida por Soulages (2.1): a *confrontação*, a partir de questões suscitadas pela relação sensível com cada imagem – às vezes feita em primeira pessoa –; a *avaliação crítica*, com base nas informações adquiridas do contato com o texto e as outras imagens correspondentes a cada matéria; e *formulação de hipóteses* sobre a manifestação da arte nessas imagens, a partir dos elementos detectados e dos modos propostos pelo autor.

As leituras foram segmentadas de maneira que cada publicação seja contemplada separadamente, seguindo uma ordenação alfabética dos títulos: a estética da fotografia em *Bravo!* (capítulo 3), a estética da fotografia em *Cult* (capítulo 4) e a estética da fotografia em *Rolling Stone Brasil* (capítulo 5). Identifico, nessa segmentação, a possibilidade de identificar os atributos de cada revista, a fim de compará-los em seguida. Cada capítulo é encerrado com uma síntese dos aspectos encontrados durante a apreciação de suas imagens.

O passeio pelas fotos segue, além da ordem alfabética das publicações, a ordem temporal dos meses das edições que as contém. Desta maneira, tem-se: na *Bravo!* as matérias *Mistério no museu*, (março de 2012), *A Tropicália segundo Tom Zé* (julho de 2012) e *“Eu não existiria sem Gonzagão”* (dezembro de 2012); na *Cult*, as matérias *“Não sou um grande ator”* (março de 2012), *Congresso CULT reuniu Gay*

Talese, Art Spiegelman e Gonçalo Tavares em SP (julho de 2012) e *Tudo a dizer* (dezembro de 2012); e, na *Rolling Stone Brasil*, as matérias *Rainha da Sucata* (março de 2012), *O Xingu sem celuloide* (julho de 2012) e *Paz no caos* (dezembro de 2012).

3. A ESTÉTICA DA FOTOGRAFIA EM *BRAVO!*

Neste capítulo, inicia-se o processo de apreciação da fotografia nas três publicações culturais analisadas, a partir das etapas e procedimentos descritos acima (2.3). Me direciono, então, à porção do *corpus* correspondente à revista *Bravo!*, cujas três imagens selecionadas fazem parte de matérias destacadas nas capas de cada uma das edições. É notável, desde o primeiro contato, que o investimento em conteúdo gráfico e visual da revista – referido no capítulo 1 – se reflete na produção dos ensaios fotográficos e da diagramação final das matérias.

Desta maneira, na *Bravo!* são contempladas as matérias *Mistério no museu* (março de 2012), sobre a mostra coletiva *O Retorno da Coleção Tamagni: até as estrelas por caminhos difíceis*, na época em cartaz no Museu de Arte Moderna de São Paulo (MAM), e a obra *Palhaço com Buzina Reta – Monte de Irônicos*, idealizada pela artista plástica mineira Laura Lima e componente da mostra; *A Tropicália segundo Tom Zé* (julho de 2012), que aborda o lançamento do álbum *Tropicália Lixo Lógico*, do qual participam outros artistas com Rodrigo Amarante, Mallu Magalhães, Pélico e Emicida; e “*Eu não existiria sem Gonzagão*” (dezembro de 2012), uma homenagem ao centenário de Luiz Gonzaga centrada nas relações do músico com o cantor Gilberto Gil.

3.1. Leitura 1 – *Mistério no Museu*

De frente para a imagem formada nas duas páginas que abrem a reportagem *Mistério no museu* (Figura 1), surgem muitas perguntas e poucas certezas: vejo que se trata de um palhaço incomum, cuja expressão provoca a angústia em vez do sorriso; e as informações contidas no olho da matéria, por sua vez, o localizam no tempo e no espaço: “Uma estranha figura, criada pela artista mineira Laura Lima, confunde o público e vira atração numa mostra coletiva em São Paulo”. O personagem está, então, envolto em uma atmosfera de mistério, é uma obra de arte que provoca variadas reações nos visitantes da mostra onde é exposta.

No lado direito da imagem, uma composição tipográfica aparece sobreposta à foto, onde se lê as seguintes frases: “Você não tem graça nenhuma”, “Ô vida de rei, ficar dormindo aí o dia inteiro!”, “Nossa! É uma pessoa de verdade mesmo, mas será que é paralítico?”, “Dá vontade de dar uma muqueta nessa cabeça de gesso”, “Parabéns pela paciência, hein?” e “Não faz nada, só isso?”. Do outro lado, a legenda da foto rotula a obra e confirma a suspeita de que tais frases são reproduções das reações do público da mostra: “*Palhaço com Buzina Reta – Monte de Irônicos*,

idealizado por Laura Lima em 2007. Ao lado, frases que o público do MAM diz quando se depara com a obra”.



Figura 1: imagem de abertura da reportagem *Mistério no museu* (páginas 20 e 21)

A iluminação privilegia o personagem, deixando a cabeça do palhaço em evidência e projeta sombras na parede ao fundo, que adquire uma aparência fria e contrastante em relação às cores quentes da gola das vestes do palhaço e da pintura de seu rosto. A sensação de angústia vem, principalmente, dos olhos e da boca, que destoam da representação lúdica que se tem do palhaço. A sobreposição de pinceladas sobre a cabeça sugere as transformações do personagem ao longo de sua existência. As frases ditas por quem visitou a mostra, dispostas em diagonais que apontam para um mesmo ponto e posicionadas ao lado de uma das orelhas do palhaço, criam uma impressão de sonoridade, como se o palhaço impresso na imagem pudesse ouvir aquelas expressões de espanto. Enquanto isso, a estrutura rígida da cabeça do personagem, unida aos furos que aparecem na região dos olhos e da boca, passa uma sensação claustrofóbica.

A reportagem é assinada pela jornalista Gisele Kato, que na época era editora de *Bravo!*. As fotos do palhaço – a explorada acima e as demais que aparecem na matéria – são do fotógrafo Nuno Andrés. É também uma foto do *Palhaço com Buzina Reta* que estampa a capa desta edição de *Bravo!*. No contato com a capa, que é também o primeiro com o personagem, temos uma percepção completa de sua aparência: suas pernas são muito compridas – desproporcionais ao resto do corpo –, as

vestes são características do ofício de palhaço e, como indica o título da obra, ele segura uma buzina.



Figura 2: capa de *Bravo!* em março de 2012

Na imagem da capa, o palhaço aparece sentado e encostado em uma parede do MAM. A foto é uma representação do cotidiano da exposição. Assim como na Figura 1, o jogo de iluminação utilizado pelo fotógrafo incide uma sensação melancólica, de solidão. A chamada, posicionada no lado esquerdo da imagem, anuncia: “E o palhaço o que é? Uma estranha figura criada pela artista Laura Lima confunde o público e vira atração no Museu de Arte Moderna de São Paulo”.

De volta à reportagem, a virada da página apresenta o início do texto. No espaço de duas páginas, a leitura aborda a obra e as decorrências de sua exposição naquela mostra específica. Temos, também, acesso a outras cinco fotos do personagem (Figura 3). À esquerda, uma foto mostra as longas pernas do palhaço, os sapatos grandes de bicos arredondados e a roupa bege e azul feita com um tecido de padrão circular e simétrico – o poá. Nas paredes, é possível observar algumas das outras obras da mostra *O Retorno da Coleção Tamagni: Até as Estrelas por Caminhos Difíceis* e, ao fundo, uma das portas do museu. Na foto menor, logo ao lado, o enquadramento detalhado mostra a buzina de perto, aparentemente, sobre o colo do palhaço. À direita, em duas fotos pequenas na parte inferior da página, vemos o personagem despindo-se de sua fantasia. Acima, numa foto maior – que ocupa aproximadamente meia página – o palhaço aparece em sua posição estática e uma técnica aplicada pelo fotógrafo cria um efeito de movimento nas pessoas que passam pela obra.



Figura 3: continuação da reportagem *Mistério no museu* – início do texto e outras fotos do palhaço (páginas 22 e 23)

O texto revela que a pessoa que veste a fantasia não faz parte da obra diretamente, são voluntários que tem a função de ficarem parados a maior quantidade de tempo possível e tocar a buzina quando os visitantes não estiverem olhando. No caso dessa mostra, em específico, dois voluntários se revezavam entre jornadas de quatro horas diárias, com intervalos de 15 minutos por hora e, devido às pernas postiças da fantasia, saíam e entravam no personagem na frente do público. A legenda que descreve as quatro fotos posicionadas na parte inferior das duas páginas – *Cenas de um palhaço no museu. “Ele desconcerta os espectadores. De repente, tem uma coisa ali que não se encaixa”*, diz o curador Felipe Chaimovich – aponta as diferentes reações do público.

Em seguida, outras cinco páginas completam a reportagem que, então, se volta a discorrer sobre o estilo e as obras da artista plástica Laura Lima, que tem como uma de suas principais características o fato de conceber o ser humano como um material, tal qual a tinta, o tecido ou o papel; são meios para um fim, o fim é a obra. Na última página, há ainda uma pequena lista, assinada pelo jornalista e artista plástico Bruno Moreschi, que dialoga com o texto de Gisele Kato ao elencar obras de outros artistas que também usaram pessoas em suas composições a partir de um conceito similar ao de Laura Lima. São eles: Cildo Meireles, Santiago Sierra e Damien Hirst (ver ANEXO 6).

Refletindo sobre a reportagem – com o foco direcionado à sua imagem de abertura (Figura 1) – a partir dos modos de representação artística em fotografia apresentados por Soulages (2010), percebemos a corriação presente deste a composição da foto e dos elementos tipográficos (título, retranca, legenda e frases do público) se relacionando

de maneira harmoniosa nas duas páginas. Ao isolarmos o palhaço e as frases do público dispostas como estão, identificamos a cocriação por outro ponto de vista: as frases dialogam diretamente com a expressão do palhaço e tirá-las dali tiraria também parte do sentido expresso pela foto. Por meio da transferência, a peça artística tridimensional – o palhaço – é deslocada para uma imagem bidimensional que, recortada do seu ambiente original, provoca uma série de sensações distintas. Tais sensações, somadas às informações do texto possibilitam ao leitor o acesso a uma remontagem das experiências vividas por quem visitou a mostra, criando-lhe uma experiência própria.

A respeito da referência, nota-se que a iluminação que expõe o palhaço às lentes do fotógrafo, bem como o processo de pós-produção, deixam transparecer as pinceladas e manchas de tinta sobre a cabeça de papel machê do palhaço, aproximando a foto da estética da pintura. Na área do registro, a característica de destaque é o uso da fotografia para a reprodução de obras artísticas, colocando em ação uma estética da arte ao quadrado (*idem*, p. 327).

3.2. Leitura 2 – *A Tropicália segundo Tom Zé*

A imagem que introduz a reportagem *A Tropicália segundo Tom Zé* mostra o músico – ícone do movimento musical retratado – acompanhado dos cantores Rodrigo Amarante, Mallu Magalhães e Emicida (Figura 4). Os quatro são fotografados de cima, “plantando bananeira” enquanto rodeados por cachos de banana. Emicida, que aparece na extremidade direita da imagem, parece não ter conseguido sustentar a posição até o momento do clique do fotógrafo Gabriel Rinaldi e se diverte com a situação. O olho da reportagem revela o motivo da reunião dos artistas: “O compositor de 75 anos se une a jovens cantores para lançar disco sobre o movimento que revolucionou a música brasileira na década de 60. Entre os convidados, estão Mallu Magalhães, Rodrigo Amarante, Péllico e o rapper Emicida”.



Figura 4: imagem de abertura da reportagem *A Tropicália segundo Tom Zé* (páginas 14 e 15)

Sabendo que os músicos que acompanham Tom Zé na foto estão ali porque participaram de seu novo álbum, reconheço na composição da imagem algumas características do tropicalista: Tom Zé é um artista conhecido por suas peculiaridades, por desafiar o cotidiano. Na ocasião do lançamento de *Tropicália Lixo Lógico*, em julho de 2012, o padrão de “chamar a atenção” foi mantido. As informações contidas nos elementos tipográficos da imagem sugerem uma habilidade de Tom Zé e sua obra em dialogar com a música brasileira da atualidade. A foto, por sua vez, apresenta esta relação de maneira descontraída, uma brincadeira, uma “macaqueira”.

A legenda revela a ideia central do álbum: “Da esq. para a dir., Rodrigo Amarante, Tom Zé, Mallu Magalhães e Emicida. De acordo com o cantor baiano, o tropicalismo é fruto do ‘lixo lógico’”. Percebe-se que o músico veterano é o destaque da reportagem no título, noção enfatizada, na composição tipográfica, pelo tamanho das palavras “Tom Zé” e pela cor vermelha – uma cor quente que contrasta com o fundo “frio” da foto. Além disso, Tom Zé é o único personagem da foto a aparecer vestido com uma camiseta branca – novamente, o contraste entra em ação, atraindo o olhar para a mancha mais clara, que destoa das tonalidades escuras das roupas dos demais.

A foto chama a atenção por transmitir uma jovialidade característica da personalidade de Tom Zé, mostrado como um senhor de 75 anos reverenciado por sua recusa a envelhecer. Vestido com um casaco de couro e acompanhado por artistas que representam a nova geração da música popular brasileira, o músico está pronto para voltar ao passado e

reinventar o tropicalismo; ele traz a Tropicália para a contemporaneidade e a coloca em diálogo com os músicos de hoje. A reportagem é de Armando Antenore – redator-chefe de *Bravo!* – e a produção das fotos tem as assinaturas do já mencionado Gabriel Rinaldi e do maquiador Ninho Marchini.

Outras fotos ousadas compõem toda a reportagem, que se desenvolve nas nove páginas seguintes. No entanto, a foto mais “aventureira” é a que “vende” a edição de julho de 2012 de *Bravo!* (Figura 5):



Figura 5: capa de *Bravo!* em julho de 2012

A capa traz uma foto de Tom Zé, sugestivamente, nu – a sobreposição de seu nome da região genital garante que a imagem seja apropriada para o público da revista. O músico aparece vestido apenas em um par de meias pretas, enquanto joga a camiseta – que acabara de tirar – em direção à câmera. O título da reportagem também aparece na capa, com uma chamada similar à que encontramos dentro da revista: “O compositor de 75 anos se une a jovens cantores, como Mallu Magalhães e Rodrigo Amarante, para lançar disco sobre o movimento que modernizou a música brasileira na década de 1960”. Desta maneira, a foto da capa convida para uma reportagem divertida e “despudorada”.

Voltando ao conteúdo da matéria, nas páginas sucessoras, são encontradas outras nove fotos. Tratam-se de fotos de Tom Zé e dos outros artistas sozinhos, além de uma outra, na qual o músico é segurado por Rodrigo Amarante e Mallu Magalhães, (Figura 6):



Figura 6: continuação da reportagem *A Tropicália segundo Tom Zé* (páginas 16-24)

Tais fotos retomam o ensaio que originara a foto da capa e a foto que abre a matéria. Na sequência, aparecem Mallu Magalhães, Rodrigo Amarante, Pélico e Emicida. Todos eles participaram do álbum *Tropicália Lixo Lógico*. Ao lado da imagem de cada artista, todos posicionados à esquerda nas páginas pares, um depoimento sobre o que Tom Zé representa para cada um. Nas páginas ímpares, testemunhamos um Tom Zé que vai se despindo a cada página, rodeado de bananas e sobreposto pela letra de uma das canções de seu novo álbum. Na última página, há uma imagem do músico sendo carregado por Mallu e Amarante, que encerra a apreciação da matéria reiterando o ambiente de descontração do ensaio.

De volta à foto sobre a qual se atem esta leitura (Figura 4), destaco alguns detalhes e interpretações que se revelam após o encontro com o texto – uma prosa (quase) de uma voz só, que suprime a fala questionadora do repórter durante uma visita ao estúdio de Tom Zé para a entrevista. O artista segue em monólogo pelas páginas da revista, enquanto sua avidez por dar as respostas se transforma nas perguntas que conduzem a narrativa. A voz de Tom Zé só se cala vez ou outra quando sua esposa, Neusa, interfere para ajudá-lo com suas teorizações. Na conversa, Tom Zé explica que o nome do álbum remete à sua interpretação de como surgiu a Tropicália. Para ele, o “lixo lógico” é formado pelas informações que foram guardadas no hipotálamo

nordestino (periférico), retiradas do córtex frontal pelas adversidades interioranas, e ressurgidas mais tarde –, mas agora em diálogo com a tecnologia, a guitarra elétrica e o rock.

Desta maneira, a partir das categorias pré-estabelecidas, a cocriação é uma constante na imagem observada. Isso porque a fotografia capta os movimentos dos artistas, ou seja, conversa com suas linguagens corporais. Além disso, a sobreposição de objetos sobre o título é uma indicação, sob o ponto de vista do conjunto, de uma unidade compositiva entre texto e imagem. A transferência se manifesta no segundo plano, no fundo infinito do estúdio que se torna suporte para o texto – isso ocorre ao longo de toda a reportagem. A referência, por outro lado, remete a uma volta ao passado que o mostra cada vez mais presente. Fala-se do Tom Zé e de seu trabalho dos anos 1960 para chegar-se à contemporaneidade; mostrando como sua obra continua atual e serve de inspiração para os músicos de agora. Vejo a imagem de um Tom Zé jovial, que não entende o significado do termo “limitações” e continua a ser um ícone da música brasileira, reinventando constantemente a sua própria Tropicália. Já o registro se manifesta na conservação de um registro do efêmero. Mesmo se tratando de um ensaio fotográfico, programado e agendado entre os artistas, é notável que, em uma segunda camada, trata-se de um encontro entre amigos, ou ainda, entre mestre e aprendizes.

3.3. Leitura 3 – “*Eu não existiria sem Gonzagão*”

Em dezembro de 2012, o Brasil celebrava o centenário de Luiz Gonzaga, tema que foi tratado recorrentemente pela imprensa – inclusive pela edição da *Rolling Stone Brasil* daquele mesmo mês, que publicou uma matéria em tributo ao músico. Na *Bravo!*, Gonzagão foi homenageado em uma matéria de destaque que trouxe uma entrevista com Gilberto Gil sobre sua relação com o Rei do Baião. Nesta matéria, no entanto, a imagem de apresentação é uma fotomontagem (SOULAGES, 2010, p. 280) dos dois personagens. Estão dispostas na imagem em questão oito fotos saídas de dois ensaios fotográficos – um com Gilberto Gil, outro com o sanfoneiro homenageado – separadas por 58 anos. As fotos se intercalam formando dois zigue-zagues – um de cada artista (Figura 7):



Figura 7: imagem de abertura da reportagem “*Eu não existiria sem Gonzagão*” (páginas 24 e 25)

Gil e Gonzagão parecem interagir ao longo de quatro situações, seguindo-se o padrão de leitura ocidental – da esquerda para a direita, de cima para baixo. Nas duas fotos iniciais, Gonzaga observa Gil pelos cantos dos olhos, um olhar protetor, recíproco do semblante calmo expressado pelo aprendiz, que repousa as mãos sobre o rosto com um meio-sorriso. Em seguida, outras duas fotos simulam uma conversa descontraída entre os dois. De volta ao lado esquerdo, ambos aparecem engajados em passos de dança. Por fim, nas fotos finais, cada um empunha um acordeão, marca de Gonzagão e instrumento que introduziu Gilberto Gil no mundo da música.

Uma faixa preta atravessa o centro da imagem. Em branco, a frase que intitula a matéria, “*Eu não existiria sem Gonzagão*”, sobrepõe a faixa horizontal. No olho jornalístico confirma-se a relação mestre e aprendiz: “No mês em que se festeja o centenário do sanfoneiro, Gilberto Gil explica por que nunca deixou de tê-lo como referência”. A matéria é assinada por Armando Antenore e as fotos de Gil são do fotógrafo Daryan Dornelles. Neste caso, como as oito fotos se articulam em conjunto, formando uma unidade, as observo a partir da noção de fotomontagem. Trata-se, portanto, de uma montagem fotográfica na qual o passado dialoga com o presente. A música de Luiz Gonzaga é referência na música de Gilberto Gil e a sequencialidade das fotos sugere a existência desse diálogo ao encenar uma interação visual entre ambos. A legenda da página reforça a noção do respeito do segundo em relação ao primeiro: “Gilberto Gil em 2012 e Luiz Gonzaga em 1954. ‘Ele foi meu primeiro ídolo’, diz o cantor baiano”.

Novamente, a reportagem contida no *corpus* da pesquisa é referida na capa da revista. Na foto de capa, Gilberto Gil aparece em um plano frontal e fechado, as duas mãos estão sobre o rosto, escondendo a boca e o nariz. É a primeira imagem com a qual o receptor tem contato:



Figura 8: capa de *Bravo!* de dezembro de 2012

O fundo escuro se junta ao tom da camiseta, deixando o corpo em evidência. A experiência profissional do músico é enfatizada pela imagem de suas mãos: a esquerda com as unhas corroídas pelas cordas no braço do violão, a direita com as unhas compridas para tirar o som do instrumento. O jogo de luz incide da direita para a esquerda, criando uma sombra no lado esquerdo da foto e reforçando as rugas do personagem. No canto inferior esquerdo, novamente se encontra a fala que intitula a reportagem, acompanhada da chamada: “No mês em que se festeja o centenário de Luiz Gonzaga, o cantor baiano explica porque nunca deixou de tê-lo como referência. ‘Ele foi meu primeiro ídolo’”.

Adentrando o texto, uma reportagem que desemboca em uma entrevista, ficam claras as relações que unem Gilberto Gil a Luiz Gonzaga. Nas palavras do jornalista, a história que insere O Rei do Baião no contexto do tropicalismo de Caetano e Gil toma forma: em 1971, Luiz Gonzaga passava por um momento complicado, pois a ascensão da bossa nova tachara os artistas regionais de regressivos. Paralelamente, a Tropicália despontava e Caetano Veloso e Gilberto Gil, dois dos pioneiros do tropicalismo, reverenciavam Gonzagão, que em 1976 conseguiria retomar a carreira. Descubro no texto que não se trata somente de uma questão de respeito de Gil para com Luiz Gonzaga; trata-se, também, de uma relação de amizade vivida pelos dois.

Na entrevista, Gil revela que começou a estudar música por insistência de sua mãe, que era professora e o incentivou por perceber o quanto o menino admirava o sanfoneiro. Ele conta que Luiz Gonzaga foi seu primeiro ídolo e que, apesar de ter parado de estudar o acordeão para se dedicar ao violão, ainda na adolescência, continua a guardar o instrumento no qual aprendeu a tocar, que ganhou de sua mãe. A conversa caminha pela história de Gilberto Gil na música e retorna a Gonzagão quando o jornalista pergunta como os dois se conheceram. Algumas perguntas e repostas depois, o texto encerra com Gil afirmando que não existiria sem Gonzaga.



Figura 9: continuação da matéria “*Eu não existiria sem Gonzagão*” (páginas 26-33)

No interior da matéria, outras 11 imagens contam a história iniciada na fotomontagem (Figura 9). As três primeiras mostram Luiz Gonzaga e seu pai, Januário; o cantor se apresentando nos anos 50, com os músicos Zequinha e Catamilho; e depois, já idoso, em 1973. Em seguida, Gonzaga aparece orgulhoso dentro de uma caminhonete na entrada da fazenda que tinha no interior do Rio de Janeiro. Esta foto também foi feita nos anos 50, auge de sua carreira. As quatro imagens seguintes ilustram os trabalhos que Gonzagão fazia como garoto-propaganda.

Nas fotos que integram as páginas correspondentes à entrevista, Gonzaga e Gil dividem o protagonismo. Apesar de aparecer em apenas uma foto, O Rei do Baião está presente nas outras duas imagens, representado em alguns símbolos: na primeira, os dois aparecem conversando sentados em um sofá, em 1987; logo abaixo, Gil é fotografado se apresentando com Dominginhos – sanfoneiro discípulo de Gonzagão – em 2010; na página oposta, uma foto de Gil e Caetano em

1968, época expressiva do tropicalismo, traz Gil ornamentado com o chapéu típico do cangaço e, conseqüentemente, do baião.

A última foto, que se estende por uma página inteira, é um retorno ao ensaio de Daryan Dornelles, com Gilberto Gil tocando seu acordeão. A legenda – “O cantor com o acordeão que ganhou da mãe quando menino. Foi o primeiro instrumento que aprendeu a tocar” – retoma o texto e revela a origem do instrumento que aparecera lá atrás, na última foto da fotomontagem.

Na fotomontagem de Gilberto Gil e Luiz Gonzaga (Figura 7), a cocriação é detectada pela justaposição de fotos, que conversam por meio da linguagem corporal dos seus personagens. Não somos informados da origem das fotos de Luiz Gonzaga, mas é perceptível que o ensaio fotográfico feito com Gilberto Gil foi planejado para que o efeito descrito fosse criado – trata-se de uma encenação. A transferência é reconhecida na fotomontagem em si. Segundo Soulages (2010), a fotomontagem desempenhou um papel importante na arte da primeira metade do século XX, começou a ser usada com propósitos cômicos e pode ser designada por obras constituídas inteiramente ou parcialmente por fotos reunidas como elementos de uma colagem. “Além disso, a publicação das fotomontagens em jornais, livros, cartazes ou panfletos reforça a natureza potencialmente múltipla da fotografia” (*idem*, p. 280). No caso, a montagem entre as fotos de Luiz Gonzaga e o ensaio de Gilberto Gil transfere o significado das primeiras para o ambiente artístico. Não é sabido se na ocasião na qual tais fotos foram tiradas existiam pretensões artísticas. É possível que não. No entanto, a atribuição artística que elas recebem nesta matéria jornalística certamente não é a mesma que se tinha em mente em 1954.

A fotomontagem não deixa de ser também uma referência – as fotos justapostas criam uma narrativa que remete à colagem já citada e, numa perspectiva mais atual, se conecta às bases das histórias em quadrinhos, dos *storyboards* do cinema e da fotonovela. Em outra perspectiva, Luiz Gonzaga é uma referência musical para Gilberto Gil, assim como suas fotos são uma referência para o ensaio fotográfico. O registro, por fim, se manifesta quando a fotografia – num jogo entre passado e presente – coloca em uma posição central da arte contemporânea (SOULAGES, 2010, p. 319) a música de Luiz Gonzaga e as influências que ainda hoje ecoam no cenário musical brasileiro.

3.4. Primeiros resultados

A partir dessas leituras, foram identificadas algumas características recorrentes e outras individuais na estética da fotografia de *Bravo!*. Fazendo uso das duas primeiras páginas de cada matéria para explorar a fotografia em consonância com o título e o olho, a revista investe bastante espaço e recursos na construção de sua linguagem visual. Foram identificadas, nas três leituras realizadas, composições que integram as fotos às tipografias, formando-se imagens particulares de cada tema.

Esse diálogo entre as fotos e os elementos tipográficos é um dos recursos cocriativos mais utilizados na revista, figurando nas três ocasiões averiguadas. Além disso, observa-se ainda a fotografia como uma forma de captação do movimento dos objetos. Na maioria dos casos, os objetos fotografados são artistas o que propicia um acesso do leitor às suas linguagens corporais (3.2 e 3.3). Outra manifestação artística proveniente da cocriação é a produção de uma obra por um artista como complementação ou ressignificação de outra obra, também de outro artista (3.3). Como recursos de transferência, detectamos: o movimento da noção de profundidade para a planura (3.1); a apropriação de uma parte da fotografia para a disposição do texto (3.2); e o deslocamento do sentido original de fotos antigas na composição de uma nova obra (3.3).

Quanto à referência, observamos uma atenção à estética da pintura (3.1), o resgate de um movimento musical em favor de uma abordagem contemporânea da obra de um artista (3.2 e 3.3) e a busca por expressões artísticas que possibilitem uma melhor abordagem da narrativa imagética (3.3). Por fim, a fotografia em *Bravo!* se configura como uma forma de registro da arte ao quadrado – ou seja, uma arte da arte – (3.1), de conservação do cotidiano (3.2) e de centralização da arte contemporânea (3.3).

4. A ESTÉTICA DA FOTOGRAFIA EM *CULT*

Como constatado no primeiro capítulo, a estrutura de *Cult* privilegia um conteúdo mais voltado para a academia do que para o jornalismo em si. Tanto que poucos textos publicados pela revista são assinados por jornalistas, mantendo-se o foco na produção de especialistas e teóricos acadêmicos. No entanto, diante do fato de que esta investigação se volta para a revista de cultura enquanto um produto jornalístico, as análises direcionam-se a este tipo de produção. Este recorte limitou consideravelmente o universo do qual foram retiradas as peças passíveis da leitura sistematizada desenvolvida.

O critério que aponta a necessidade de pelo menos uma imagem que tenha sido produzida diretamente para uma matéria delimitou ainda mais as possibilidades de recorte da *Cult*. A aplicação do critério revelou, portanto, as três matérias elencadas neste capítulo. Uma observação a ser destacada é que, diferentemente da *Bravo!*, na *Cult* nenhuma das matérias submetidas à análise estética da fotografia aparecem em destaque nas capas de suas edições. É seguida, na apreciação da fotografia em *Cult*, a mesma série de etapas aplicada no capítulo anterior.

Neste capítulo, são contempladas três matérias publicadas pela *Cult*: “*Eu não sou um grande ator*”, uma entrevista com o ator Matheus Nachtergaele à época da gravação do filme *Trinta*, no qual interpretava o carnavalesco Joãozinho Trinta (março de 2012); *Congresso CULT reuniu Gay Talese, Art Spiegelman e Gonçalo Tavares em SP*, uma matéria de cobertura da quarta edição do evento promovido pela *Cult* (julho de 2012) e *Tudo a dizer*, uma entrevista com o poeta Manoel de Barros (dezembro de 2012).

4.1. Leitura 1 – “*Não sou um grande ator*”

A matéria que inicia as leituras das imagens em *Cult* é uma entrevista com o ator Matheus Nachtergaele. Atenho-me à foto que integra a imagem que abre a matéria: o ator aparece em primeiro plano, caminhando sorridente em direção à câmera, numa localidade externa, que parece ser um parque. Ele passeia por uma passarela de concreto, envolta pela flora do ambiente, que apesar de não ser o destaque, aparece vívida ao fundo. As roupas comuns – calça jeans, tênis *All Star* e a camiseta de mangas compridas e arregaçadas – sugerem que ele seja uma pessoa simples e expressa uma humildade de quem não se considera um grande ator. A aparência dos cabelos, a barba por fazer e o cigarro aceso na mão esquerda são outras indicações da personalidade do ator.

Ele não caminha no centro da passarela, está posicionado um pouco à sua própria esquerda, o que provoca uma leve sensação de assimetria, contornada pelo posicionamento da foto nas páginas da revista – posicionada mais à direita do receptor, o equilíbrio se dá pela presença dos elementos tipográficos à esquerda. A passarela, em perspectiva devido ao posicionamento da fotógrafa e de sua câmera, indica o caminho percorrido pelo ator (Figura 10):



Figura 10: início da matéria “*Não sou um grande ator*” (páginas 58 e 59)

Quem assina a entrevista é a jornalista de cultura Marília Kodice e as fotos são da designer gráfica da *Cult* e fotógrafa Paula Prado. O olho da matéria complementa seu título e informa alguns tópicos da entrevista: “Prestes a interpretar no cinema o carnavalesco Joãozinho Trinta, Matheus Nachtergaele diz que a fama precoce o fez esquecer das pessoas e confessa ser um leitor regular da Bíblia”. O conteúdo sugere que a conversa ultrapassa a camada profissional e adentra questões pessoais da vida do ator.

A jornalista descreve um Matheus rouco e soluçante no encontro onde realizara a entrevista. Esta informação logo atribui sentido ao cigarro empunhado pelo ator na foto selecionada e, também, nas outras duas que integram a matéria (Figura 11). Na segunda foto da matéria, é possível observar um isqueiro e uma carteira de cigarros, repousando no canto esquerdo da imagem; os objetos aparecem repartidos pela divisão das páginas. A entrevista abarca os projetos nos quais o ator trabalhava – à época, estava prestes a começar a gravar o filme no qual interpretou Joãozinho Trinta (a cinebiografia *Trinta* estreou nos cinemas em outubro de 2013) e estava em fase de captação para a produção de um filme sobre

Zé do Caixão –; sua experiência como diretor no filme *A festa da menina morta*, de 2008; seu interesse em registrar a história da reserva indígena de Dourados (MG) – que tem o maior índice de suicídio *per capita* do mundo –; sua aversão à aceleração tecnológica; sua infância e juventude; seus personagens socialmente marginalizados; a produção cinematográfica e televisiva no Brasil; seus ídolos e a revelação de um novo projeto.



Figura 11: continuação da matéria “Eu não sou um grande ator” (páginas 60-63)

Com as informações contidas no texto, pode-se conhecer um pouco da personalidade do artista. Sabemos que gosta de Dostoiévski, Guimarães Rosa, Aluísio Azevedo, Ingmar Bergman, Elia Kazan e lê a Bíblia como um livro, não um guia espiritual – costumava se dizer ateu, mas agora defende que acreditar em Deus é matar Deus. “Você não tem que acreditar no que existe. O que é é. Ponto. [...] Acredito no milagre, mas sem um Deus específico. É como se ele percorresse tudo, o tempo todo. Na maravilha e no terror”. Nachtergaele perdeu a mãe aos três meses de vida, abandonou o curso de artes plásticas pelo teatro, foi dito que não era ator, mudou-se para a Europa e se tornou cantor da noite, acredita que seus personagens são uma camada de si mesmo, celebra o momento de afirmação do cinema nacional – mas teme que os cineastas parem de se arriscar em suas produções –, diz ter muito tempo ocioso e usá-lo para se retirar em lugares com muita natureza e pouca gente para escrever.

O ator revela não gostar de dar entrevistas. Não costuma dar muitas e se engaja nelas cada vez menos por achar que não tem tanto a dizer: “O que tenho a dizer deveria estar dito nos personagens, no corpo, na carne deles, nas interjeições, nos projetos escolhidos. Tudo isso é um discurso. Dizer simplesmente me parece cada vez mais inútil e constrangedor”. A última pergunta feita pela jornalista é simples e direta (“Tem algum projeto?”). A resposta surpreende. “Tenho. Talvez não interesse a ninguém, mas aconteceu comigo uma coisa interessante: eu, muito rápido,

fui elevado à categoria de grande ator. Durante muito tempo, fiquei focado no meu trabalho. Esqueci das pessoas. Quero aprender a amar”.

Este conjunto de informações insere novos elementos que, de certa forma, completam as lacunas existentes nas fotos, o que leva a uma confrontação das hipóteses formuladas no primeiro contato. Volto para o centro da análise (Figura 10) com outro olhar, à procura do que não havia identificado antes. De repente, o ator posicionado à direita na passarela é alguém que tenta recuperar o equilíbrio entre a vida profissional e a pessoal. Um solitário que caminha, com sorriso e coração abertos, esperançoso de que pode aprender a amar. A projeção da sombra que incide sobre o rosto do ator esconde seus olhos, pista de uma aparente entrega ao desconhecido.

A foto teatraliza o cotidiano de Matheus Nachtergaele. Os elementos identificados no texto dialogam com a fotografia, criando uma relação de codependência entre ambos, no sentido de que um completa o outro – o texto deixa transparecer a significação da foto, enquanto a foto atribui sensibilidade ao texto por mostrar a vulnerabilidade do ator, que não ficara tão clara nas palavras escritas. Esta teatralização insere na imagem o modo artístico da cocriação, sendo o sentido da foto uma mistura do texto, das expressões do ator – que neste caso é o “objeto a ser fotografado” – e da fotografia em si. A transferência se manifesta no sentido do irreversível, de que a foto transita do regime informativo para o artístico por captar um momento único da existência do objeto, um momento que parece efêmero, mas deixa transparecer as emoções de um espaço temporal específico da vida do artista.

A referência se configura na “estética do ponto de vista” da qual fala Soulages (2010, p. 302). Como receptores, seguimos o ponto de vista do “eu” da fotógrafa. No campo conotativo, o que vejo é uma representação do que a fotógrafa viu no momento do clique – relaciono estas sensações às informações que me chegam pelo texto e crio um ponto de vista que é meu. No sentido denotativo, vejo a impressão das características físicas do ator (-objeto) e o ambiente que proporciona aquela cena. Uma foto fala sobre o ponto de vista assim como a fotografia sobre o objeto (*ibidem*).

É provável que o referencial ao qual Paula Prado teve acesso na ocasião em que fez tal foto incluía as informações encontradas no texto, ou pelo menos parte delas. Não tenho certeza disso, mas é uma possível dedução, levando-se em consideração algumas características do processo produtivo da reportagem de temporalidade espaçada. Esta relação se mostra, por conseguinte, como outra manifestação da transferência – a imagem que tenho perante meus olhos é uma referência do olhar da

fotógrafa que, por sua vez, se referenciou nas informações que lhe foram passadas na pauta e em seu próprio vocabulário imagético, inevitavelmente. O que ocorre é uma transferência de referenciais, proporcionada pela simplicidade da produção da foto em questão, cuja significação se sustenta primordialmente pelo ponto de vista da fotógrafa sobre a expressividade de seu objeto. Os outros elementos ao redor são coadjuvantes e seus significados estão diretamente ligados ao protagonista da cena.

Por fim, o registro remete ao momento essencial capturado pelo clique da fotógrafa; ele define a natureza e o *status* da imagem: é uma foto feita para o propósito jornalístico, que tem valor artístico em sua capacidade ambígua de contemplar tanto a essência do objeto – a pessoa que é Matheus Nachtergaele e sua posição no mundo – quanto as características de seu ofício: a encenação.

4.2. Leitura 2 – Congresso Cult reuniu Gay Talese, Art Spiegelman e Gonçalo Tavares em SP

É sabido nesse ponto da pesquisa que o apego às questões visuais e uma dedicação específica à fotografia não figura entre as principais características da *Cult*, que preza pela excelência do conteúdo textual. Sendo assim, a reportagem intitulada *Congresso CULT reuniu Gay Talese, Art Spiegelman e Gonçalo Tavares em SP* chama a atenção por sair do padrão dos textos que compuseram o *corpus* até agora. É certo que se trata de uma matéria que contempla a cobertura de um evento promovido pela própria revista, uma espécie de autopromoção. Este fator não se antepõe, no entanto, ao critério de recorte adotado, que privilegia fotografias produzidas em situações específicas para os temas abordados pela reportagem que as contém.

A reportagem em questão apresenta alguns elementos básicos que logo a diferenciam das demais averiguadas anteriormente: não é atribuída a um jornalista ou teórico específico – na assinatura, consta a indicação “da redação” – e o crédito das fotos, que pertence ao fotógrafo Renato dos Anjos, é referido na margem de uma delas, sem que haja qualquer tipo de destaque. Outra diferença relacionada a esta matéria é a escolha da foto sobre a qual a apreciação é desenvolvida. Pela primeira vez, o foco não se volta à fotografia de abertura da matéria, direcionando-se ao interior da peça jornalística.

A foto em questão tem como protagonista o cartunista, ilustrador e criador de histórias em quadrinhos Art Spiegelman. A imagem é composta por duas camadas: na primeira, Spiegelman aparece sentado na

bancada do Congresso CULT durante sua palestra no evento, olhando para um computador; na segunda, o telão posicionado atrás do cartunista mostra em escala expandida, uma projeção do que acredito ser o que palestrante observa na tela computador, à qual não tenho acesso.

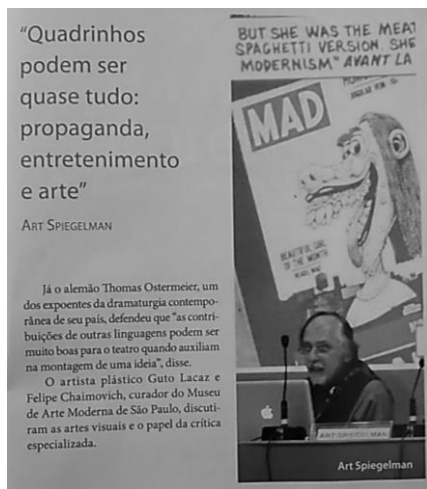


Figura 12: Art Spiegelman no Congresso CULT de Jornalismo Cultural (página 65)

A tela ao fundo é uma maneira de mostrar ao leitor um pouco do que Spiegelman apresentou em sua palestra no Congresso CULT, ao mesmo tempo em que mostra um outro conteúdo imagético que, na foto, se funde ao objeto central – o cartunista –, atribuindo-lhe um novo sentido. Projetadas na tela ao fundo estão: a capa de uma edição da revista *MAD* e parte de um texto inserido em um balão, como os das histórias em quadrinhos. É possível observar, no balão, a seguinte sequência de palavras: “But she was the meat spaghetti version. She modernism ‘avant la’”. Nota-se que as frases perdem parte de seu significado devido ao recorte da fotografia, que suprime algumas palavras.

Numa perspectiva pessoal, os elementos conotativos da imagem do cartunista remetem ao livro *Maus – a história de um sobrevivente*, um *graphic novel* escrito/desenhado por Spiegelman que retrata a Alemanha nazista e o Holocausto por meio de uma associação entre as ‘raças’ e espécies de animais. Na história, cada grupo que configurava aquele momento histórico é substituído por uma espécie diferente – judeus são ratos, poloneses são porcos, alemães são gatos, franceses são sapos, estadunidenses são cachorros, suíços são renas, russos são ursos e

britânicos são peixes. Em *Maus*, Art Spiegelman conta a luta de seu próprio pai, um judeu polonês, para sobreviver ao Holocausto. Ao longo do livro, conhecemos o relacionamento conturbado mantido entre ele e seu pai e vemos como os efeitos da guerra afetaram várias gerações de sua família.

Olhando especificamente para a imagem impressa na página 65 da edição de julho de 2012 de *Cult*, tenho uma sensação de conforto. Como já conhecia o livro, mas nunca tinha visto o rosto de seu autor, a foto dá uma face ao nome. Ele olha para a tela do computador, não para a lente do fotógrafo e, naquele momento, provavelmente a história de *Maus* nem lhe passava pela cabeça. Sua expressão facial, no entanto, me provoca alívio. Art Spiegelman deixa de ser o nome numa capa de livro e passa a ser, também, um sobrevivente; assim como seu pai. No instante do primeiro contato com aquela foto (Figura 12), Spiegelman não é mais uma representação pelo ratinho sob proteção de seu pai na capa do livro (Figura 13), é uma pessoa.



Figura 13: Capa da edição brasileira do livro *Maus*

De volta à imagem central desta leitura, o olho posicionado no canto superior esquerdo da página (Figura 12) é um indicador da versatilidade dos quadrinhos e das possibilidades interpretativas que a projeção ao fundo adiciona à imagem: “Quadrinhos podem ser quase tudo: propaganda, entretenimento e arte”. Partindo para o texto, percebo que o conteúdo das páginas contempla exclusivamente os acontecimentos do Congresso CULT; os palestrantes são mencionados, trechos de suas falas durante o evento são reproduzidas, mas não há sinais de entrevistas feitas com nenhuma das personalidades citadas ou intenções de aprofundamento em algum tópico apresentado. O texto se revela noticioso e pouco reflexivo. Em consequência, seu conteúdo é quase em sua

totalidade factual. Não há ali muitas informações sobre Art Spiegelman, que é referido em apenas um parágrafo: “Exemplo da fusão entre a alta e a baixa culturas, as *graphic novels* estiveram representadas por um dos maiores nomes do gênero em todo o mundo, o quadrinista americano Art Spiegelman. ‘Percebi que quadrinhos podiam ser quase tudo: propaganda, entretenimento e até mesmo arte’, confessou o autor do premiado *Maus*”.

Nota-se nas outras fotos que compõem a matéria (Figura 14) a mesma questão – fotos de personalidades que estiveram no Congresso CULT e uma breve referência, no texto, às suas falas durante o evento.



Figura 14: reportagem *Congresso CULT reuniu Gay Talese, Art Spiegelman e Gonçalo Tavares em SP* (páginas 62-65)

Me volto, então, às informações guardadas na imagem projetada. O primeiro passo para sua interpretação foi encontrar a capa da revista *MAD*, projetada atrás de Spiegelman. Trata-se da edição de número 11 da revista, que à época era uma *comic book* intitulada *Tales Calculated to Drive You Mad* (em tradução livre, “contos para te levar à loucura”), publicada em maio de 1954 (Figura 15).

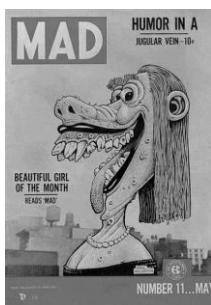


Figura 15: capa da revista *MAD* número 11, de maio de 1954

MAD é uma revista de humor satírico fundada em 1952, nos Estados Unidos, pelo empresário William Gaines e pelo editor Harvey Kurtzman. A publicação mensal é conhecida por satirizar todos os

aspectos da cultura popular americana. Em seus primeiros anos, era vendida como um livro bimestral ilustrado, a 10 centavos de dólar. A arte sempre foi a maior preocupação da revista, embora seu conteúdo seja focado em um humor irreverente e agressivo, ainda que carregado de crítica social. Na edição vista na foto, nota-se o *slogan* “humor in a jugular vein”, ou “humor na veia jugular”, que escancara o caráter satírico da revista. A capa traz a caricatura de uma personagem feminina de perfil, em primeiro plano, e uma cidade – há prédios ao fundo. A chamada diz: “Beautiful girl of the month reads ‘MAD’”.

Em uma resenha do livro *The Art of Harvey Kurtzman*, descubro que se trata de uma obra do cartunista Basil Wolverton, chamada Lena the Hyena, criada para um concurso de tiras do jornal L’il Abner, em 1946, com a pretensão de retratar a “mulher mais feia do mundo”. A reprodução da personagem na edição da *MAD* é uma crítica ao formato das capas da revista *Life* (ver ANEXO 5), concebida como uma revista de fotojornalismo e fundada, em 1936, por Henry Luce, que também fundou a revista *Time* (HILL, 2010). *Life* foi extinta no ano 2000.

Desta maneira, destaca-se na foto apreciada (Figura 12) a intenção do cartunista em resgatar os primórdios da revista, assumindo o desenho gráfico e a sátira como manifestações da arte. A cocriação pode ser observada na composição, que junta em uma mesma imagem o cartunista Art Spiegelman e sua projeção – constituída de uma arte gráfica. Assim, a fotografia se junta ao desenho para criar uma imagem de sentido único. A transferência é representada pela articulação entre o pictórico (projeção) e o fotográfico (Art Spiegelman palestrando no Congresso CULT). A referência remete ao olhar do fotógrafo, que buscou suporte na apresentação feita pelo palestrante para solidificar o aspecto sensível daquele instante. Por fim, no âmbito do registro, observa-se com mais clareza uma relação entre a fotografia e o desenho – ambos se mostram, neste caso, como representações do real –, e a fotografia figura também como um instrumento de reprodução do desenho, é a arte reproduzindo a arte.

4.3. Leitura 3 – *Tudo a dizer*

Finalizo a apreciação de *Cult* com a entrevista *Tudo a dizer*, na qual as fotos chamam a atenção, principalmente, pelo fato de serem fotos amadoras. Direciono a investigação às três fotos em meio plano que têm o poeta Manoel de Barros como protagonista. Tais fotos foram feitas pelo também poeta Douglas Diegues – condutor da entrevista. Pela primeira vez em nosso estudo, nos deparamos com uma pauta que sabemos não ter

sido escrita ou fotografada por profissionais dessas áreas. As fotos encontram-se na primeira das sete páginas que compõem a peça jornalística. A legenda, posicionada ao lado da terceira foto, indica que Manoel de Barros foi fotografado em sua casa: “Em sua casa, em Campo Grande, o poeta diz que todo dia escreve sobre o que lhe interessa: ninharias” (Figura 16).

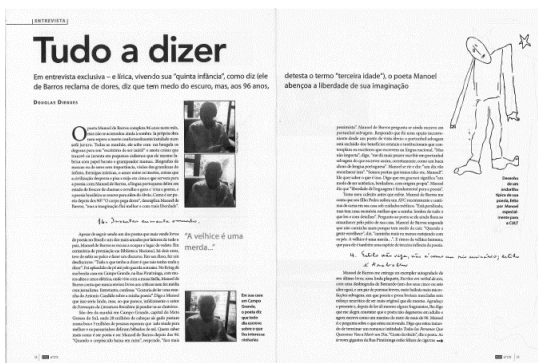


Figura 16: páginas iniciais da matéria *Tudo a dizer* (páginas 12 e 13)

As três fotos ocupam um espaço pequeno da página, o branco é contrastado por colunas centrais de texto, pelo título e pelo olho, e manuscritos do poeta entrevistado, incluindo o desenho de um andarilho, segundo a legenda, típico de sua poesia e feito por Manoel especialmente para a *Cult*. *Tudo a dizer* é o título, que segue acompanhado do olho: “Em entrevista exclusiva – e lírica, vivendo sua ‘quinta infância’, como diz (ele detesta o termo ‘terceira idade’), o poeta Manoel de Barros reclama de dores, diz que tem medo do escuro, mas, aos 96 anos, abençoa a liberdade de sua imaginação”. Opto por considerar as três fotos na leitura das imagens da matéria em razão da similaridade existente entre elas. Seguindo as etapas estabelecidas até agora, reorganizo as fotos de maneira que o foco da análise possa ser mantido, por enquanto, apenas sobre elas (Figura 17):

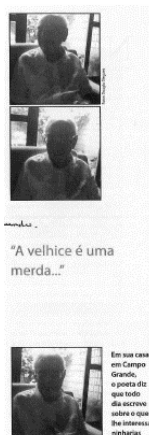


Figura 17: versão expandida das fotos de Manoel de Barros

Noto nessas fotos o amadorismo do poeta que faz as vezes de fotógrafo. Um amadorismo que não deixa de ser poético. Provavelmente tratava-se de uma câmera compacta, a iluminação não é trabalhada em nenhum momento – a luz é ambiente e não segue nenhuma angulação que favoreça sua incidência sobre o objeto –, mas posso ver que é dia. A ausência de uma luz direcionada a Manoel de Barros – o objeto a ser fotografado – o deixa escuro, escondido, atribuindo-lhe uma aura de mistério. A camisa de cor clara rebate a iluminação minguada que vem de fora, revelando timidamente algumas expressões. As fotos parecem espontâneas, tiradas durante a conversa, sem aviso prévio. O fotógrafo-poeta também não utiliza o *flash* da câmera.

Manoel de Barros é o protagonista das três imagens. A pouca luz esconde as rugas de seus 96 anos, mas alguns sorrisos – ainda que pouco nítidos – escapam à escuridão. A claridade que entra pela porta e incide sobre a cabeça do poeta, forma uma espécie de auréola, dando-lhe um sentido angelical, de que é uma pessoa iluminada. As linhas formadas pelo muro – que saem da porta em direção à pequena folhagem localizada ao fundo em diagonais – criam uma perspectiva de grandeza em torno do poeta-objeto. Um olho inserido entre as fotos revela uma das falas de Manoel de Barros durante a entrevista: “A velhice é uma merda...”, o que confirma sua recusa em envelhecer, referida no olho que acompanha o título. Um verso – reprodução da escrita do próprio Manoel de Barros – dá uma amostra de sua poesia, “16. Inventar aumenta o mundo”.

O contato com o texto revela outras três imagens, um poema feito para Douglas Diegues e a identidade do andarilho que desenhara para o

poeta-entrevistador (Figura 18). Uma foto é do arquivo pessoal de Manoel de Barros e o mostra mais novo, autografando a primeira edição de um de seus livros, o *Livro das Ignorâncias*, em seu escritório. A imagem seguinte, retirada do documentário *Só Dez Por Cento é Mentira*, é um plano-detalhe de um lápis usado pelo poeta posicionado sobre um de seus desenhos. O objeto de madeira fora talhado e transformado em poesia, ostentando o verso “poesia é voar fora da asa”. A última imagem ‘fotográfica’ da matéria também tem origem no documentário, e capta uma pilha de livros da bibliografia de Manoel de Barros.



Figura 18: continuação da entrevista *Tudo a dizer* (páginas 14-18)

As reproduções dos rabiscos e poesias feitas em punho pelo poeta se espalham pelas páginas, preenchendo as lacunas. Uma parte do andarilho, numa versão ampliada, aparece na mesma página em que estão as duas primeiras fotos. No lado oposto, um “poema-presente”, lembrança da visita que o poeta-repórter divide com seus leitores. Nas páginas seguintes, o retorno do andarilho, desta vez pequeno, porém acompanhado de uma etiqueta – “estrela encosta quase em sua boca descalça”. Na última página, o final da entrevista e uma seleção de livros de Manoel de Barros.

O texto, definido no olho como uma entrevista lírica, corresponde às expectativas que tal rótulo coloca sobre si. De fato, trata-se de uma entrevista lírica, uma conversa entre poetas – um mais experiente, mas que se recusa a ser velho e passivo, o outro mais jovem, porém, atrevido. Diegues começa o texto com uma prosa lírica, já cheia de questionamentos, e, quando passa para o esquema de perguntas e respostas, o que muda é apenas a estrutura: a prosa poética continua. Conhecedor da obra e dos personagens de Manoel de Barros, o poeta-entrevistador dirige perguntas intimamente conectadas ao imaginário do poeta-entrevistado, de onde este tira suas histórias, suas verdades e seus versos.

No caso dessas fotos, o contato com o texto revela a função das imagens em representar a atmosfera lírica que envolve a entrevista. Nas palavras de Douglas Diegues, é possível acessar o universo de Manoel de

Barros, e as fotos reforçam o tom poético característico da matéria. A sensação que permanece é a da estética do insignificante que menciona Soulages (2010), representada nas fotos amadoras e no registro do efêmero. *Tudo a dizer* é, assim, um exemplo de fruição estética rico em sua simplicidade e sutileza, sendo capaz de acessar o museu imaginário do leitor tão ou mais intensamente do que fotos produzidas, planejadas e dirigidas. Soulages, inclusive, reitera em *Estética da fotografia* que é importante considerar e averiguar o que chama de “fotografias decepcionantes” com o mesmo empenho projetado nas fotografias interessantes, pensadas antes da execução.

Desta maneira, a página que contém as três fotos de Manoel de Barros, carrega em si as quatro categorias de manifestação da arte fotográfica: cocriação, na fusão das fotos e da poesia de próprio punho reproduzida sobre o branco; transferência, no deslocamento de fotografia amadora à arte fotográfica – parte da colagem cocriada; referência, na estética do ponto de vista – as fotos mostram o “eu” do fotógrafo, uma representação do significado que o poeta-objeto tem para o poeta-fotógrafo; e registro, que redefine o *status* da fotografia, a estabelecendo como arte.

4.4. Primeiros resultados

Na leitura da revista *Cult*, confirma-se o estilo minimalista das composições visuais da revista. No entanto, é percebido que, apesar de um menor investimento em produção fotográfica e efeitos gráficos, as relações estéticas entre a fotografia e o texto se fazem presentes e contribuem com a experiência de quem lê a revista.

Entre os recursos da cocriação, observou-se a teatralização do objeto (4.1), o uso do desenho gráfico na composição da foto (4.2) e a junção de fotografia e poesia na composição do sentido da imagem (4.3). No caso da transferência, elenca-se a captura irreversível do efêmero (4.1), a articulação entre o pictórico e o fotográfico (4.2) e o deslocamento da fotografia amadora à condição de arte fotográfica (4.3).

Quanto à referência, identifica-se nos três casos a aplicação de uma “estética do ponto de vista”, na qual a percepção dos fotógrafos é primordial para a composição das imagens, em se tratando dos poucos recursos na produção e das poucas oportunidades de planejamento para a execução das fotos. O registro se configura na captura do momento essencial encenado (4.1), na tentativa de reprodução do real (4.2), na “estética da arte ao quadrado” (4.2 e 4.3) e na redefinição do *status* da fotografia (4.3).

5. A ESTÉTICA DA FOTOGRAFIA EM *ROLLING STONE BRASIL*

Assim como no caso da *Cult*, o recorte da *Rolling Stone Brasil* também foi influenciado diretamente por um critério específico. Depois da seleção das matérias jornalísticas com produção fotográfica própria, foi aplicado um novo recorte que excluiu das possibilidades de escolha para o *corpus* as traduções de conteúdo produzido na matriz estadunidense. Desta maneira, privilegia-se a produção nacional da revista e o objetivo de refletir sobre a estética da fotografia em revistas culturais no Brasil é contemplado. Neste capítulo, assim como no anterior, não há ocorrências de fotos do *corpus* nas capas de suas edições.

Na *Rolling Stone Brasil* me atenho às seguintes reportagens: *Rainha da Sucata*, sobre o rápido reconhecimento da grande mídia à cantora Gaby Amarantos (março de 2012); *O Xingu sem celuloide*, sobre as etnias indígenas da região do Parque Nacional do Xingu, a partir do lançamento do filme *Xingu* (julho de 2012); e, *Paz no caos*, um perfil do cantor Otto centrado no lançamento de seu novo álbum *The Moon 1111* (dezembro de 2012).

5.1. Leitura 1 – *Rainha da Sucata*

Início as leituras de imagem na *Rolling Stone Brasil* pela matéria *Rainha da Sucata*, que apresenta a cantora Gaby Amarantos e integra o *Especial Mulher*, uma série que homenageou o mês da mulher, em março de 2012. A foto que abre a reportagem, assinada pelo fotógrafo Christian Gaul, mostra um recorte em primeiro plano da artista, vestida em uma jaqueta de couro preta ornamentada com penas artificiais. Há um jogo construído com o foco e a profundidade de campo que embaça algumas das penas, transformando-as em manchas. O cabelo penteado para cima impõe certa classe, assim como a postura da cantora. A maquiagem dos olhos transita do azul para o verde; enquanto o batom vai de vermelho, no lábio superior, a alaranjado, no inferior. O fundo é neutro, destacando os fios de cabelo amarelos. Brinco e colar dourados completam os ornamentos.

O olho da reportagem revela: “Diva improvável, Gaby Amarantos aproveita a atual onda de sucesso e garante que está só começando”. A legenda, no canto superior da página esquerda, por sua vez, traz uma declaração da cantora, seguida da retranca “Novo feminismo”: “A questão de a mulher deixar de ser mulher me incomoda”. A expressão

“diva improvável” reforça o título, indicando que a artista não é o tipo de pessoa que naturalmente seria reconhecida como “rainha” (Figura 19).



Figura 19: início da reportagem *Rainha da Sucata* (páginas 76 e 77)

Trata-se de uma foto de estúdio inspirada em editoriais de moda – a composição é focada na postura do objeto e numa ousadia do figurino e da maquiagem que sugerem tal conclusão; confirmada no nicho do fotógrafo, cuja especialidade é a fotografia de moda. A palavra-chave do resultado final da imagem – foto e tipografia – é “diva”, referenciada no olho da matéria e confirmada na expressão do rosto da cantora. Seu olhar aparece imponente e o ângulo da cabeça fortalece a sensação de confiança – ela olha de cima para baixo, assumindo uma “postura de realeza”. A incidência da luz, que privilegia um lado do rosto da cantora, reforça as impressões tidas ao olhar a expressão de seu rosto.

Gaby Amarantos ganhou projeção nacional quando foi apelidada de “Beyoncé do Pará” e cantava uma versão do *hit* da cantora estadunidense “Single Ladies”, intitulada “Tô Solteira”. Ela aproveitou o sucesso repentino para mostrar suas composições autorais e divulgar o tecnobrega paraense. Uma consequência desta curta trajetória, na qual surgiu para o Brasil como uma sátira, lhe rendeu um reconhecimento que a posicionou como referência no cenário *underground* e chamou a atenção da grande mídia. Desta maneira, a cantora começou a atrair holofotes: a parecer em programas de televisão, fazer shows em todo o país, colecionar fãs e ser reconhecida como “diva”; *status* evidente na leitura da imagem.

Outras quatro imagens compõem o todo da reportagem: três vindas do arquivo pessoal da cantora e outra do ensaio fotográfico registrado por Christian Gaul (Figura 20). As fotos cedidas pela artista remetem ao seu

passado e sua vida pessoal – em uma aparece com o filho, Davi, na época com três anos; em outra, está no palco e a data impressa na legenda indica que se trata do seu momento de transição, do anonimato à fama; na última, está com 10 anos, no bairro onde cresceu, em Belém. A derradeira foto corresponde a uma parte da reportagem na qual são retratados aspectos da sua vida profissional e onde compartilha algumas de suas visões políticas e culturais.



Figura 20: continuação da reportagem *Rainha da Sucata* (páginas 78-79)

O texto é uma narrativa da jornalista Bruna Veloso sobre os momentos que passou com Gaby Amarantos durante a execução da pauta. Primeiro, num show em uma casa noturna em São Paulo; e, depois, durante dois dias em que a acompanha em seus compromissos com a imprensa paulistana, finalizados com a realização do ensaio do qual resultaram as fotos publicadas na reportagem. A descrição dos ambientes e das reações da cantora é o fio condutor da estrutura textual, intercalada com falas da artista e impressões da repórter sobre as atitudes e as respostas dadas por sua entrevistada.

Quando a matéria traz o assunto feminismo, destacado na legenda da foto apreciada, tenho acesso ao contexto que esclarece o significado da frase reproduzida, que antes parecia fora do contexto da reportagem. Gaby Amarantos defende um feminismo que não abre mão da feminilidade, que permita à mulher se lisonjear com os galanteios masculinos. Outro assunto de destaque na reportagem é referenciado no olho que se encontra abaixo da segunda imagem trazida do ensaio fotográfico – “Eu tive que fazer as pessoas me perceberem. Pensei: ‘Só vão me notar a partir do momento em que não conseguirem mais me ignorar’”. A passagem sugere que o espalhafato é uma característica

marcante da persona Gaby Amarantos que sobe aos palcos. Noção confirmada pelo *glamour* presente nas fotos de Christian Gaul.

Nessa primeira foto, identifica-se os quatro modos de manifestação da arte fotográfica propostos por Soulages (2010) convergindo na mesma configuração de sentido. A cocriação se manifesta na complementaridade entre o texto da jornalista e a produção das fotos – focada nos editoriais de moda. Além disso, os ornamentos usados pela cantora – objeto a ser fotografado – são uma representação do título. Ela seria a “rainha da sucata” por ter uma origem humilde e ter conseguido o respeito da crítica musical sem abandonar o ritmo popular paraense que lhe projetara como uma sátira do *pop* de Beyoncé. Busca-se, então, uma composição que expresse *glamour*, mas que não omita as origens simples, da periferia paraense, que caracterizam o estilo musical da cantora.

No caso da transferência, a foto é deslocada de uma posição de expressão da beleza – fotografia de moda – para uma condição informativa, complementando a narrativa da jornalista. Mesmo que a foto tenha sido produzida para a revista, as características do fotógrafo especializado em moda são sobressalentes na mensagem da foto. Em outra perspectiva, mais impressionista, a transição da artista de “subcelebridade” a “diva”, aparece representada na composição da imagem a partir do efeito criado pela maquiagem, que muda de olho para olho, de lábio para lábio.

A referência também se manifesta na relação entre o título e a produção da imagem. *Rainha da Sucata* referencia a cultura popular brasileira, que tem como uma de suas características o apego às novelas. Fica clara, portanto, uma comparação entre a trajetória profissional de Gaby Amarantos e a personagem título da novela *Rainha da Sucata*, exibida pela Rede Globo em 1990, que passa por uma transição de “sucateira” a “rainha”. A foto é uma referência ao final da transição – à posição de rainha –, enquanto o texto revela a origem “sucateira” da artista. Curiosamente, naquele momento, uma música de Gaby Amarantos, “Ex Mai Love” havia acabado de ser selecionada para tocar na abertura da novela *Cheias de Charme*, exibida pela Rede Globo entre abril e setembro daquele ano.

O registro, por fim, se manifesta no sentido de que o trabalho executado pelo fotógrafo, além de ser uma representação artística por captar um momento de transição na história da cantora, reforça a atmosfera sobressalente no texto. Desta maneira, a fotografia apresenta um sentido definido por sua origem – fotografia de moda –, mas também recebe a função de registrar a especificidade do momento retratado no texto jornalístico.

5.2. Leitura 2 – *O Xingu sem celuloide*

A segunda foto selecionada para análise na *Rolling Stone Brasil* integra uma reportagem que trata de um assunto só visto, dentre as 35 edições coletadas, uma vez: a cultura indígena²⁴. *Xingu sem celuloide* é uma peça composta por nove páginas, 14 fotografias e seis boxes informativos. A foto que abre a reportagem – cujo texto e fotos são assinados pelo jornalista argentino Edgardo Martolio – captura um momento específico do Kwarup, uma festa característica das etnias que habitam a região do Xingu. De um ponto de vista pessoal, por já ter tido contato com alguns grupos xiguanos no passado, a foto chama a atenção por ser uma representação *in loco* de uma manifestação cultural à qual tive acesso em outros contextos e outros lugares; eram encenações da encenação original impressa nas páginas da reportagem. Nesse sentido, a foto me representa o desejo em presenciar o ritual ao vivo, dentro do contexto que justifica sua existência.

A imagem mostra o pátio central de uma aldeia xinguana (Figura 21) e é possível avistar, ao fundo e desfocada, a base de uma oca. A foto toma quase todo o espaço de duas páginas justapostas, sendo que parte do título se sobrepõe a ela, assim como a retranca que indica o nome da seção, *Conexão Brasilis*. Os homens do grupo formam uma linha reta, diagonalizada pela perspectiva escolhida pelo jornalista-fotógrafo. Dos pés às cabeças de cada um há reafirmações simbólicas da cultura da região: pinturas corporais feitas com tinta de jenipapo; amarrações com linhas de algodão nos braços, pernas e cinturas; ornamentos e a tinta vermelha do urucum nas cabeças.

Os braços levantados à meia-altura indicam o movimento de algum ritual ou dança que componha a festa – uma característica marcante dos rituais xiguanos é a força da batida de pé dos homens do grupo. Os chinelos nos pés de alguns índios dão um sinal do contato com o ambiente externo ao Parque Nacional do Xingu. Na verdade, esse contato vai para muito além dos chinelos de borracha – o olho da reportagem indica o lançamento do filme *Xingu*, uma das motivações da pauta.

²⁴ Na entrevista “*Eu não sou um grande ator*”, trabalhada no tópico 4.1 deste estudo, há uma breve referência à vontade do ator Matheus Nachtergaele em produzir um registro da reserva indígena de Dourados (MG), cujas estatísticas apontam um alto índice de suicídio. No entanto, no caso dessa entrevista, a cultura indígena não é a temática desenvolvida no texto, tampouco nas fotos.

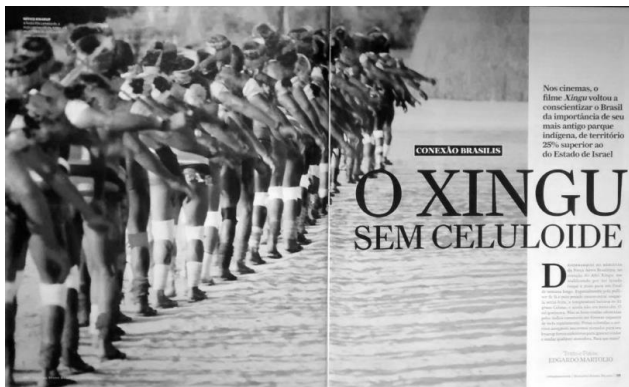


Figura 21: abertura da reportagem *O Xingu sem celuloide* (páginas 98 e 99)

O título da matéria indica uma abordagem que vai além da mostrada no filme, noção reforçada no olho da reportagem: “Nos cinemas, o filme *Xingu* voltou a conscientizar o Brasil da importância de seu mais antigo parque indígena, de território 25% superior ao do Estado de Israel”. A legenda da foto, em branco no canto superior esquerdo da imagem, localiza o leitor: “Mítico Kwarup – A festa dos camaiurás, a mais conhecida do Xingu, vai muito além da dança e das lutas cerimoniais”. De volta ao título, celuloide é a classe de compostos químicos utilizados na fabricação de filmes fotográficos e películas cinematográficas. O “Xingu sem celuloide” seria, portanto, o verdadeiro Xingu e não a representação mostrada no filme.

A partir das tipografias, sabemos que se trata de uma das maiores festas xinguanas e que a etnia fotografada é a Camaiurá. Fica claro, também, que o lançamento filme *Xingu*, é o evento que desencadeia a formação da mensagem da reportagem. A produção conta a história dos irmãos Villas-Bôas no período da Expedição Roncador-Xingu que, nos anos 1940, foi um marco da exploração do Brasil Central e da Marcha para o Oeste e que daria origem ao Parque Nacional Indígena do Xingu, atualmente chamado de Parque Indígena do Xingu, localizado no Estado do Mato Grosso.

Percebe-se na foto outra maneira de registrar a cultura daquela região: o registro fotográfico. De uma perspectiva pessoal, marcada por contatos anteriores com etnias xinguanas, reconheço na imagem um povo que luta junto para manter a sua cultura. O movimento coordenado demonstra o quanto os rituais estão inseridos no cotidiano daqueles indivíduos; e as linhas formadas no chão, a partir das sombras resultantes da incidência da luz do sol, são uma indicação de que a manutenção

desses costumes é uma necessidade que se estende além dos limites do corpo de cada um, é algo que se alastra no ambiente de maneira natural.

As demais fotos representam o olhar testemunho de Martolio sobre a experiência que relata no texto – passar os dias do Kwarup, a festa que celebra os mortos e reúne as etnias do Ato Xingu, na aldeia, coletando informações e tendo a oportunidade de compreender o cotidiano da região (Figura 22). Os boxes colocam em destaque algumas informações importantes que fogem à narrativa do texto: a quantidade de etnias, as sete línguas faladas na região, a diferenciação entre Alto e Baixo Xingu, as particularidades de cada etnia, a diferença entre o rio Xingu e o Parque Indígena de mesmo nome, a luta das aldeias pela manutenção da cultura e os simbolismos presentes no cotidiano dos grupos.



Figura 22: continuação da reportagem *O Xingu sem celuloide* (páginas 100-106)

A reportagem é uma narrativa não linear, ora contempla a descrição da visita do jornalista à aldeia, ora busca referência no cinema e na história para traçar um raciocínio compreensivo da experiência. As fotos acompanham tal narrativa, mostrando o cotidiano da aldeia: a mãe que dá banho no filho, as crianças que brincam, as mulheres preparando seus ornamentos para a festa, os homens pintando seus corpos e praticando o huka-huka, uma luta praticada em festas e rituais das etnias do Alto Xingu, e o enclausuramento das meninas, que após a primeira menstruação ficam um ano isoladas – tendo acesso ao mundo externo à oca por uma pequena janela. Novamente, o contato com o texto adiciona informações que complementam a leitura da imagem que abre a reportagem. Nota-se que essa complementaridade se mostra mais palpável nesta reportagem, considerando-se que o texto e as fotos foram produzidos pelo mesmo indivíduo, um jornalista que assume também o papel de repórter fotográfico.

No caso dessa leitura de imagem, são percebidas duas manifestações da cocriação: numa primeira camada, a reportagem é uma resultante da narrativa explorada no filme *Xingu* e da experiência do jornalista durante sua visita à aldeia; numa segunda camada, a cocriação remete principalmente à exploração da linha – elemento básico da comunicação visual – como fator gerador de sentido. O fotógrafo busca na composição geométrica uma maneira de representar o ritual xinguan, atribuindo-lhe profundidade e movimento. Nesse sentido também se desenvolve a transferência – de documentação do cotidiano a obra fotográfica. Além disso, percebe-se o deslocamento da narrativa do texto, que busca no lançamento do filme uma maneira de chamar a atenção do leitor. Dessa maneira, a agenda cultural que insere *Xingu* no circuito dos cinemas configura como um caminho de acesso ao museu imaginário do receptor.

A referência, por sua vez, também perpassa o atrelamento da reportagem ao lançamento do filme, se estendendo a outras questões, tal qual uma comparação de extensões territoriais entre o parque indígena e o Estado de Israel e a História do Brasil, na ocasião da Marcha Para o Oeste que localiza o tempo e o espaço que marcam o início da narrativa de *Xingu* e são apropriados pelo jornalista. O registro, por fim, remete à captura do cotidiano da aldeia Camaiurá. Desenvolve-se, portanto, uma estética voltada ao registro do efêmero a partir da referência trazida por outra manifestação artística – o filme *Xingu*.

5.3. Leitura 3 – Paz no caos

A última imagem do *corpus* desta pesquisa corresponde à reportagem *Paz no caos*, publicada na *Rolling Stone Brasil* de dezembro de 2012. O personagem é o cantor pernambucano Otto. Sobrevivente do *Manguebeat* – movimento encabeçado por Chico Science na década de 90, caracterizado pela mistura do rock e do samba aos ritmos nordestinos –, o músico lançou seu primeiro álbum solo, *Samba pra burro*, em 1998, e, desde então, mantém uma carreira sólida marcada pela evolução de seu estilo, que canta um romantismo despudorado, que não mede palavras e não faz questão de ser bonito; um romantismo cru e sincero.

A imagem à qual dedico a leitura é assinada por Luiz Maximiano, fotógrafo especializado em retratos, fotojornalismo e fotografia publicitária, e mostra Otto com um olhar sereno em frente a uma parede com prateleiras nas quais estão dispostos vários objetos, incluindo-se muitos que representam a *cultura pop* (Figura 23). O músico aparece sem camisa. A calça jeans é larga e sustentada por um cinto, largada no corpo

do músico, acentuando uma aura de rebeldia. As duas mãos na cintura transmitem uma sensação de segurança. A mão esquerda segura o gargalo de uma garrafa de cerveja e no canto esquerdo da boca, um cigarro quase finalizado acumula cinzas nas pontas, junto a isso, o cabelo e a barba por fazer são indicações de que Otto está à vontade. No colo, entre o peito e o pescoço, uma tatuagem exibe a palavra “harmony” (harmonia).



Figura 23: O músico Otto na reportagem *Paz no caos* (páginas 84 e 85)

O título da reportagem aponta uma direção na interpretação da foto: o caos é onde Otto encontra sua harmonia. É naquele universo de relógios, quadros, retratos, rádios, bonecos, molduras, malas e desordem que o músico se sente seguro, encontra serenidade. A falta de sequencialidade entre os objetos, de variadas naturezas, representa a (des)organização na qual o músico se sente confortável. O posicionamento do cantor, levemente para o lado esquerdo de quem olha a foto, encontra equilíbrio na sobreposição do título no lado direito da imagem. As imagens identificadas ao fundo moldam uma “estética da arte ao quadrado” (SOULAGES, 2010), formando uma redoma que insere Otto dentro daquela desordem carregada de sentido. Quem conhece a obra do artista logo compreende esse jogo feito pelo fotógrafo no processo de composição. A iluminação artificial incide diretamente sobre o objeto principal – Otto – destacando-o do fundo caótico. O ajuste da profundidade de campo reforça essa característica ao criar um efeito de tridimensionalidade.

O olho que complementa o título reitera seu sentido e o da foto – “Buscando um equilíbrio dentro de sua anarquia pessoal, Otto aproveita nova fase na música para aniquilar fantasmas do passado”. Na legenda, é inserida uma nova informação que dá pistas do sentido que resolve a frase anterior – Contato: “O amor hoje é no Facebook, mensagem de texto. A

gente não sabe se vai ser feliz ou não”. A fala transparece uma crítica do músico ao uso excessivo da tecnologia na validação das relações pessoais, sugerindo que seus fantasmas possivelmente envolvam desilusões amorosas.

As outras três imagens que integram as páginas seguintes mostram outras facetas de Otto (Figura 24). Na primeira página há uma foto do músico segurando sua filha Betina, em 2006, aos dois anos de idade. A autoria é de Ana Otoni e a foto pertence à agência FolhaPress. A foto solitária da página oposta mostra o músico em ação no palco em um show em Curitiba, em 2011, é assinada por Hugo Harada e pertence à mesma agência. A última foto, inserida em um box que elenca as influências do novo álbum do músico, foi feita por Luiz Maximiano na mesma ocasião da foto que abre a reportagem e coloca em evidência as tatuagens das mãos de Otto: na mão direita, ele tem tatuado o título do novo trabalho, *The Moon 1111*. No caso dessa foto, o dorso do músico fica escondido por suas mãos, crescidas em perspectiva. O fundo é um fragmento da mesma parede presente na foto apreciada anteriormente.



Figura 24: continuação da reportagem *Paz no caos* (páginas 86 e 87)

O olho que acompanha a última foto, do músico no palco, revela outro tópico da conversa entre Otto e o jornalista Tiago Agostini: o fato de o músico se definir como um “macho moderno”. “Minha música é hétero, mas um hétero moderno. Ser macho não tem nada a ver com machismo, é gostar de verdade de uma mulher”. No conteúdo escrito da reportagem, o repórter narra três encontros que teve com o cantor, num recorte temporal de aproximadamente um ano. O primeiro encontro narrado acontece no estúdio onde Otto ensaiava com sua banda o show do álbum *The Moon 1111*, lançado naquele mês e “estopim” da pauta. O segundo – a primeira vez que o jornalista o encontrara –, ocorrera cerca

de um ano antes, no escritório de sua empresária. O terceiro se dá no hotel onde o músico está hospedado durante sua temporada em São Paulo, para os ensaios do novo show. Entre o segundo e o terceiro encontros, um interlúdio textual contempla a biografia de Otto, contada pelo jornalista e comentada pelo músico.

De maneira geral, o assunto que perdura durante toda a construção do texto é proveniente de uma comparação entre o novo trabalho do músico e o anterior, *Certa Manhã Acordei de Sonhos Intranquilos*. Lançado em 2009, o álbum é uma referência ao momento pessoal vivido por Otto durante a composição das músicas que o compõem. Na época, o músico terminava seu casamento com a atriz Alessandra Negrini, mãe de sua filha, e perdia a mãe. A angústia e a melancolia do momento percorrem todo o repertório de *Certa Manhã...*, o que leva Otto a se empenhar para que *The Moon 1111* reestabeleça o equilíbrio de sua obra, com músicas mais dançantes e menos pesadas. O fantasma do passado que aniquila é a mágoa daquele momento de rompimento e despedida, devidamente vencido e superado; ainda que revoltado no caos.

De volta à foto central da leitura (Figura 23), constatamos que a expressão serena e segura impressa no rosto de Otto sela sua paz com o passado e com o peso que carrega *Certa Manhã...* O músico se encontra em harmonia com seus fantasmas e sua música. Ele não esconde suas fugas da realidade – sendo adepto confesso das entorpecências do álcool e de outras drogas, assumindo, inclusive, que seu processo produtivo é engatilhado pelo uso da maconha. Otto se mostra capaz de encontrar a paz no universo caótico que se movimenta ininterruptamente em seu cérebro e usa este caos para vencer as adversidades de sua vida.

No caso dessa última imagem, a cocriação se dá na composição da foto: o objeto a ser fotografado – Otto – integra-se ao mosaico de informações caóticas disposto na parede. A totalidade do sentido expresso é o resultado da articulação entre a postura do músico e o que o “caos” exposto na parede representa na obra do artista. O primeiro e o segundo plano são, então, complementares. A manifestação da transferência, por outro lado, desloca a parede de sua efemeridade cotidiana para a função de elemento compositivo da obra. Os objetos dispostos pela parede e suas prateleiras passam de uma coleção aleatória à condição de representações do caos referido no título e no texto.

A composição formada pelos objetos na parede é, portanto, a referência buscada pelo fotógrafo para capturar a essência do objeto central. Em outra perspectiva, uma das características da obra musical de Otto são as referências à *cultura pop*, também representadas. A fotografia figura, assim, como um registro de um momento específico da vida de

Otto, o final de uma transição que o trouxe da melancolia à serenidade. Sob este ponto de vista, “o registro é uma noção que não só aponta algo de essencial nas relações da fotografia atual com as outras artes, mas ainda designa um momento essencial da atividade fotográfica” (SOULAGES, 2010, p. 326). Não se trata somente de registrar o irreversível do momento, mas da percepção da fotografia como uma forma de praticar a arte através do registro.

5.4. Primeiros resultados

Na *Rolling Stone Brasil*, percebe-se um empenho em integralizarem-se as fotos às narrativas do texto, proporcionado uma complementaridade entre as duas estruturas. No caso da cocriação, destacam-se a busca em recursos de outras manifestações fotográficas, tal qual a fotografia de moda, para reforçar o tom da imagem (5.1); a apropriação das técnicas elementares de composição da comunicação visual (5.2); e a integração do objeto central aos secundários como recurso da criação de um sentido próprio (5.3).

A transferência se manifesta no descolamento da fotografia de moda para o ambiente informativo e na apropriação de simbolismos que assumem outros significados na composição da imagem (5.1 e 5.3); na documentação do cotidiano e no uso da agenda cultural como um recurso para mudar a direção da narrativa (5.2 e 5.3); e na transição de objetos secundários à condição de representações do sentido impresso na imagem (5.3). A referência, por sua vez, foi observada, principalmente, na relação entre o título e a produção da imagem (5.1 e 5.3); mas também figura em menções imagéticas à cultura das novelas (5.1), ao cinema e à História do Brasil (5.2) e à *cultura pop* (5.3). O registro integra a captura de momentos de transição na trajetória artística dos objetos – artistas – (5.1 e 5.3) e a composição de uma “estética do efêmero” (5.2).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sendo a estética da fotografia caracterizada pela junção das condições de produção da imagem fotográfica, de seu condicionamento na sociedade e na recepção de quem observa, o exercício realizado partiu da análise desenvolvida por Soulages (2010) em *Estética da fotografia* a fim de compreender as nuances da fotografia no jornalismo cultural veiculado por três publicações brasileiras. A obra do autor é decorrente do contato com trabalhos de vários repórteres, fotógrafos e artistas, e resulta numa noção de arte fotográfica fundamentada pela fotograficidade. Nessa perspectiva, o autor desenvolve uma linha de raciocínio que institui modos de manifestação da arte fotográfica na fotografia de maneira geral, elevando a fotografia originária de um ambiente do sem-arte ao *status* de arte.

À luz do raciocínio de Soulages – considerando, ainda, as características do jornalismo cultural e do jornalismo de revista, além das particularidades das três publicações contempladas –, compreendo o ambiente das revistas de cultura como originário do sem-arte, por ter a premissa inicial da informação, mas imediatamente deslocado à condição artística em decorrência do conteúdo que o integra e das possibilidades de interação de linguagens que podem ser trabalhadas sem que seja ferida a função informativa. A maleabilidade criativa, bem-vinda ao jornalismo cultural e às revistas, me permite assumir o lugar da pesquisa como artístico. A partir disso, desenvolve-se uma apropriação dos modos de manifestação apresentados por Soulages – cocriação, transferência, referência e registro – como categorias norteadoras da leitura que fazemos das nove imagens que compõem o *corpus*.

O exercício de leitura, feito a partir de cada publicação, tem o objetivo de identificar uma estética da fotografia (SOULAGES, 2010) nas particularidades de cada uma. A partir do raciocínio descrito e das informações coletadas ao longo da pesquisa, dispõe-se uma tentativa de comparação entre as estéticas da fotografia em cada revista, verificando-se até que ponto é possível considerar uma estética setorial da fotografia no ambiente das revistas culturais.

Levando em conta as características de cada revista, bem como os dados quantitativos e qualitativos expostos no primeiro capítulo, fica claro que cada uma delas se enquadra nos moldes que as definem como revistas culturais. A *Bravo!*, direcionada a um público jovem/adulto, preza pelas temáticas engatilhadas pela agenda cultural e visa interagir com seus leitores ao apresentar um cardápio variado de opções de programas culturais, tais quais exposições, filmes, shows, peças de teatro,

lançamentos de livros etc. A *Cult*, por outro lado, mantém o foco na literatura, que já era sua especialidade desde os primórdios da revista, para abordar temas mais “eruditos” ou “acadêmicos” como, por exemplo, política, filosofia, sociologia, antropologia e arquitetura. Na *Rolling Stone Brasil*, é notável o empenho em direcionar o conteúdo a um público amplo. A publicação apresenta temáticas variadas que dialogam com os temas culturais mais comuns – música, cinema, teatro, literatura etc. – tais como política, esporte, televisão, vídeo games, tecnologia etc. Fica claro que a conceituação de cultura tida por cada revista vai além das temáticas artísticas. Elas abordam questões políticas e cotidianas que, embora conectadas às manifestações da arte, promovem reflexões que expandem a noção de cultura, tornando-a mais ampla e multifacetada.

Um recurso recorrente nas três publicações é a mescla de duas ou mais temáticas na mesma matéria. Isso possibilita a emersão de uma nova onda criativa que atinge tanto o conteúdo escrito quanto o imagético, considerando-se que cada manifestação artística tem a sua própria estética e, nestes casos, elas são trabalhadas para que dialoguem harmoniosamente na peça jornalística. Também nas três publicações é notável que, em cada edição, a quantidade de imagens é frequentemente maior que o número de páginas jornalísticas (Tabelas 4 e 5), indicando o uso de duas ou mais fotos por página, o que sugere a utilização de recursos como a colagem e a justaposição de imagens.

Vale reiterar que as fotografias apreciadas estão sujeitas, simultaneamente, às variáveis do jornalismo cultural e da revista, e que, em ambos os casos, existe um encorajamento – tanto como gêneros jornalísticos, quanto como suportes de publicação de produtos jornalísticos – à ousadia criativa, à ultrapassagem da camada informativa para uma outra, fundamentalmente sensitiva. Desta maneira, como o tripé da estética da fotografia atua na cobertura cultural dessas revistas?

Por um lado, as condições de possibilidade da fotografia nas revistas culturais propõem um ambiente *a priori* característico do sem-arte, mas que imediatamente se abre para as nuances artísticas. No caso do jornalismo cultural, as temáticas artísticas são responsáveis por essa transição; enquanto, sob a perspectiva da revista, a noção da escrita e do conteúdo imagético como um todo acentua a percepção das imagens veiculadas como obras de arte. Quanto às condições de produção, tem-se que levar em consideração o desenvolvimento da pauta e seu tempo de execução; o orçamento da publicação no que se refere à contratação de fotógrafos, locação de estúdios, etc.; o diálogo com o jornalista que cuida da escrita do texto, entre outros fatores. Por fim, as condições de recepção

remetem tanto ao perfil que cada revista tem de seu público, quanto à questão da experiência, particular a cada leitor.

Durante o processo de apreciação das imagens, pude perceber que as categorias usadas aparecem nas três publicações. No entanto, a manifestação de cada uma aparece em camadas: de um ponto de vista generalizado, a cocriação se manifesta na atividade de unirem-se fotografias e textos em um mesmo ambiente – considerando-se que, juntas, essas duas manifestações produzem um sentido único e diferente do que produziriam individualmente; a transferência, intrinsecamente ligada à cocriação, remete às fotos feitas com pretensão informativa que, na revista, junto ao texto jornalístico, são deslocadas de sua condição de origem para configurar como elemento da cocriação; a referência se manifesta em um movimento de ida e volta, a fotografia traça referências com o texto e o texto, inevitavelmente, traça referências com a fotografia; e o registro, enfim, é percebido como uma maneira de localizar, no tempo e no espaço, representações dos momentos eternizados nos cliques e nas palavras, configurando-se como um fim para a relação entre os meios gráficos e fotográficos.

Em uma segunda camada, focada nos detalhes e particularidades de cada revista, emergem relações mais sutis, embora a noção de arte fotográfica continue manifesta. As manifestações da cocriação nas três revistas configuram-se na criação de um ambiente harmônico entre o conteúdo imagético – fotos e desenhos – e tipográfico – títulos, olhos e o texto jornalístico. Na *Bravo!*, essa harmonização preza a diagramação final de cada matéria, confirmando a preocupação declarada da publicação em constituir um produto bonito, de apreciação visual e intelectual. Na *Cult*, essa manifestação é assumida a partir de uma postura minimalista, de preenchimento do espaço branco que envolve o texto. Nas matérias que integram o *corpus* desta investigação, a *Cult* foi a única publicação a apresentar uma composição feita com fotografias e desenhos. Já na *Rolling Stone Brasil* os padrões de cocriação parecem se repetir de uma edição à outra: as aberturas das reportagens apresentam uma foto grande – que ocupa o espaço de uma página inteira ou de boa parte de duas páginas justapostas – equilibrada por uma faixa branca sobreposta com elementos tipográficos; nas páginas internas das reportagens, focadas no conteúdo escrito, é comum a ocorrência de fotomontagens que remontam o passado ou outras facetas dos personagens retratados.

Entre os pontos de individualização da cocriação em cada revista, tem-se em *Bravo!* o recurso da composição tipográfica como elemento de reforço do sentido da imagem (as frases posicionadas ao lado da cabeça

do palhaço em *Mistério no museu*), a fotografia como forma de expressão de movimento (na composição dos músicos “plantando bananeira” em *A Tropicália segundo Tom Zé* e na imagem do palhaço estático enquanto vultos de pessoas passam por ele em *Mistério no museu*) e a colagem (na justaposição de fotos em “*Eu não existiria sem Gonzagão*”).

Na *Cult*, aparecem os recursos da teatralização do cotidiano (do ator Matheus Nachtergaele, em “*Não sou um grande ator*”), do diálogo entre a expressão transmitida pelo objeto e o conteúdo do texto (na mesma matéria) e do sentido criado a partir da incorporação da tela projetada na foto de Art Spiegelman (em *Congresso CULT reuniu Gay Talese, Art Spiegelman e Gonçalo Tavares em SP*). Na *Rolling Stone Brasil*, sobressai a utilização de simbolismos na criação de uma imagem fotográfica que transmita a atmosfera proposta pelo texto (em *Rainha da Sucata*), a composição a partir dos elementos básicos da comunicação visual – linha – em uma perspectiva geométrica que remete às noções do desenho (em *O Xingu sem celuloide*) e a composição focada em um objeto central cuja interação com os elementos secundários é compreendida a partir do texto (em *Paz no caos*).

Sobre a transferência, nota-se que se trata do modo de manifestação mais diverso a configurar no *corpus*. Em cada uma das matérias observadas, o deslocamento se dá de maneira única, constituindo-se na originalidade de cada obra “jornalístico-artística”. Elencam-se como atributos da transferência os seguintes recursos: na *Bravo!*, o deslocamento do tridimensional para o plano, o enquadramento fechado que desloca o sentido original da obra, a apropriação do fundo fotográfico como suporte para o texto, a fotomontagem que desloca as fotos antigas de seu sentido original e as insere no sentido artístico. Na *Cult*, o deslocamento do efêmero para o irreversível, a articulação entre o pictórico e o fotográfico, a estética do insignificante, a fotografia amadora como expressão artística. Na *Rolling Stone Brasil*, a composição fotográfica representando um momento de transição do objeto, a documentação do cotidiano, a utilização de elementos básicos da comunicação visual e das técnicas do desenho e a elevação de elementos secundários à condição de elemento compositor do sentido da obra.

A questão da referência, por sua vez, é abordada de maneira similar pela *Bravo!* e pela *Rolling Stone Brasil*; enquanto a *Cult* foca em uma “estética do ponto de vista”, observada nas três ocasiões configuradas no *corpus*. Na *Bravo!*, nota-se o uso de referências à pintura (nas texturas e pinceladas que compõem o rosto do palhaço, em *Mistério no museu*), ao Tropicalismo (na relação dialética com o passado que caracteriza a obra de Tom Zé na contemporaneidade, em *A Tropicália segundo Tom Zé*), às

narrativas das histórias em quadrinhos e da fotonovela (na fotomontagem de Luiz Gonzaga e Gilberto Gil, em “*Eu não existiria sem Gonzagão*”) e à influência da obra de Luiz Gonzaga no estilo musical de Gilberto Gil (na mesma matéria). Na *Rolling Stone Brasil*, observamos referências à cultura pop (em *Rainha da Sucata*, é iminente a referência à novela brasileira de mesmo nome na qual a protagonista passa por uma transformação similar à de Gaby Amarantos; e *Paz no caos* apresenta um universo cultural multifacetado exposto na parede numa representação do caos que caracteriza a personalidade e a obra do cantor Otto) e ao cinema (*O Xingu sem celuloide* remete à factualidade do lançamento do filme *Xingu* para discorrer sobre questões territoriais, políticas e históricas da região do Parque Indígena).

Por fim, a questão do registro se manifesta de maneira similar nas três revistas, com algumas particularidades sobressalentes: a questão da estética da arte ao quadrado é observada na *Bravo!* (*Mistério no museu*) e na *Cult* (*Congresso CULT reuniu Gay Talese, Art Spiegelman e Gonçalo Tavares em SP*); e o registro do efêmero é ocorrente na *Bravo!* (*A Tropicália segundo Tom Zé*), na *Cult* (“*Não sou um grande ator*”) e na *Rolling Stone Brasil* (*O Xingu sem celuloide*). Entre as manifestações particularizadas, observa-se o jogo entre passado e presente que centraliza a obra de Luiz Gonzaga na arte contemporânea, fazendo do registro fotográfico uma maneira de estabelecer o *status* da obra do músico (“*Eu não existiria sem Gonzagão*”); e a fotografia como forma de registrar momentos de transição nas carreiras dos artistas Gaby Amarantos e Otto (*Rainha da Sucata* e *Paz no caos*).

Com os dados adquiridos a partir da leitura das imagens, verifica-se que a *Bravo!* apresenta uma estética da fotografia que se fundamenta no investimento em produções gráficas e fotográficas engajadas em garantir uma experiência estética na qual os conteúdos textual e imagético são igualmente importantes e relevantes para a compreensão da imagem. Fica claro que, ao mesmo tempo em que existe uma preocupação voltada à qualidade do texto, o conteúdo imagético também é trabalhado a partir de um “ideal de excelência”, identificado na realização de ensaios fotográficos de estúdio e na utilização de vários recursos da comunicação visual na composição de uma diagramação ousada e representativa. Esta faceta da *Bravo!* se manifesta, também, na composição de suas capas, nos casos analisados, produzidas a partir dos ensaios feitos para as matérias.

A *Cult*, por outro lado, é marcada por uma estética da fotografia minimalista que confirma a premissa da revista em privilegiar o conteúdo textual – em sua maioria produzida por acadêmicos das áreas das artes e das ciências humanas. As fotos publicadas pela revista expressam,

principalmente, a preocupação em se fazer uma boa representação do objeto fotografado e, conseqüentemente, retratado no texto. Nesta perspectiva, é percebido na estética da *Cult* que a fotografia é assumida, primariamente, como uma maneira de complementar o texto, atribuindo-lhe a experiência sensível que não se manifesta nele. Assim, apesar de a fotografia ter uma função definida e relevante, a composição visual da revista demonstra o protagonismo das reflexões elaboradas em seu conteúdo textual.

Já na *Rolling Stone Brasil*, foi observada uma estética da fotografia engajada em gerar sentido através de simbolismos e da localização dos personagens retratados nas matérias em referenciais políticos, históricos e culturais. O conteúdo nacional veiculado pela franquia brasileira da *Rolling Stone* estadunidense apresenta uma composição visual padronizada pela matriz da publicação, mas que, ainda assim, consegue trabalhar as temáticas do Brasil de maneira a ser assimilada por seu público. Para isso, a revista busca referências em questões históricas e políticas – quando tratando de temas voltados à cultura enquanto instituição da identidade de um grupo – e na *cultura pop* – quando retrata a produção cultural do ambiente das artes. Outra característica marcante na *Rolling Stone Brasil* é a preocupação em contextualizar as temáticas abordadas a partir de recursos como a montagem – observada na utilização de fotos de arquivo pessoal dos artistas – e a inserção de infografias que, assim como as fotos, agregam uma nova gama de informações e sensações ao resultado final da fruição do leitor com a imagem.

Dessa maneira, posso constatar que a reflexão acerca de uma estética da fotografia própria das revistas de cultura perpassa a necessidade de conceber este ambiente como artístico, sendo a “obra de arte” uma articulação do conteúdo do texto e da composição das fotos e demais imagens que a integram. O problema decorrente dessa linha de raciocínio é uma possível descaracterização do jornalismo perante a concepção de arte a ser adotada. É percebido, no *corpus* contemplado, que a função jornalística do conteúdo se mantém na formação das imagens, embora haja diferenças na dosagem da intervenção provocada pela incorporação dos modos de manifestação da arte fotográfica.

A investigação realizada, no entanto, apesar de permitir a identificação das diferenças da mistura entre texto e foto, não fundamenta uma mensuração exata das implicações surgidas na constatação dessa interferência. Concluo, a partir da realização da pesquisa, que a fotografia, no ambiente do jornalismo cultural – em revistas –, se apropria de elementos e modos de manifestação artística como recursos para uma

geração de sentido reforçada pela ativação da experiência sensível do receptor. Tais elementos são os atributos que tornam esta apropriação possível.

Então, de que modo estes atributos colaboram na configuração de uma estética da fotografia própria das revistas culturais? A partir do momento em que se torna possível identificar o que essas fotografias apresentam como marcas e como elas registram um momento irreversível, estas marcas passam a integrar a essência dessa estética da fotografia. Os atributos identificados são registros únicos dos momentos decisivos que foram perpetuados pelas revistas e representam, de certa forma, um olhar sobre a construção das formas de arte trabalhadas nas temáticas culturais.

O exercício da pesquisa mostra que os atributos da fotografia são utilizados com a intenção de atingir a sensibilidade do leitor, que não lê a revista com um olhar científico, mas apreciador da arte e da cultura. Nas fotos, observa-se a intenção de destacar as peculiaridades dos personagens – que os torna artísticos – ao mesmo tempo em que suas trivialidades e vulnerabilidades também são exploradas – o que os torna cotidianos. Nos textos, o movimento é parecido, contemplando-se questões pessoais e profissionais dos artistas retratados. Isso confirma a noção de coexistência e complementaridade que existe entre texto e fotografia no ambiente jornalístico.

Por outro lado, o empenho em “casar” texto e imagem com produções mais elaboradas pode custar caro. A *Bravo!*, conhecida por sua atenção minuciosa à composição gráfica e imagética, fechou as portas em agosto de 2013 por não conseguir manter o alto custo da publicação com suas assinaturas e vendas em banca. Neste caso, é pertinente uma comparação com a *Cult*, tendo em vista as similaridades das trajetórias destas revistas. Ambas são produções originalmente brasileiras que chegaram às bancas no final dos anos 90 com o intuito de preencher uma lacuna do mercado. A *Cult*, com seu investimento principal voltado aos honorários dos colaboradores acadêmicos e com a contratação de dois profissionais que cuidam da identidade gráfica e diagramação da revista, continua ativa. As variáveis que levaram ao fechamento de *Bravo!* não se limitam aos gastos com sua composição gráfica. Assim como as variáveis que mantém a *Cult* nas bancas vão além do que este estudo contempla. No entanto, não há como ignorar a pergunta: será que a *Bravo!* ainda existiria se sua produção gráfica e fotográfica fosse mais barata? Talvez. Mas, quais seriam as implicações disso na identidade editorial da revista?

Esta é apenas uma das perguntas que, diante das limitações teóricas e práticas que marcam o percurso elaborado, não são passíveis de uma resposta imediata. Chego, então, ao final desta investigação com novos

questionamentos a respeito do problema de pesquisa: seria possível medir a interferência dos modos de manifestação artística nas imagens do jornalismo cultural? Se sim, como esta mensuração pode ser articulada? Seria a estética da fotografia capaz de “elevantar” o jornalismo a um patamar artístico? Ou seria impossível conceber a ideia da produção jornalística como uma manifestação da arte? De que maneira a estética da fotografia contribui para a concepção do jornalismo cultural enquanto um espaço de produção intelectual? E como articular uma avaliação desta produção intelectual a partir da fotografia?

Tais questionamentos são assuntos para outras investigações. Concluo no momento de finalização deste trabalho, no entanto, que existe uma interação entre jornalismo e arte no ambiente fotográfico das revistas de cultura, que se manifesta de maneiras variadas e se estabelece na construção cotidiana do museu imaginário dos leitores, bem como em sua consequente ativação diante de cada nova leitura ou fruição estética.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANTENORE, Armando. **Por que a revista BRAVO! acabou?**, 2013. Disponível em <<http://www.cartacapital.com.br/blogs/midiatico/ao-despedir-se-de-bravo-redator-chefe-discute-midia-hoje-5430.html>>

AUMONT, Jacques. **A imagem**. Tradução: Estela dos Santos Abreu e Cláudio C. Santoro – Campinas, SP: Papyrus, 1993. – (Coleção Ofício de Arte e Forma).

BARTHES, Roland. **A câmara clara**. [Ed. especial] Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2012.

_____. A mensagem fotográfica. In: LIMA, Luiz Costa (org). **Teoria da Cultura de Massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2000. p. 325-338.

BENETTI, Marcia. Revista e jornalismo: conceitos e particularidades. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges (orgs). **A revista e seu jornalismo**. – Porto Alegre: Penso, 2013, p. 44-57.

BENJAMIN, Walter. **Charles Baudelaire um crítico no auge do capitalismo**. 1 ed. – São Paulo: Brasiliense, 1994. – (Obras escolhidas: v. III).

_____. **Magia e técnica, arte e política**: ensaios sobre a literatura e a história da cultura. 8ª ed. revista – São Paulo: Brasiliense, 2012. – (Obras escolhidas: v. I).

BUITONI, Dulcilia Schroeder. Revista e segmentação: dividir para reunir. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges (orgs). **A revista e seu jornalismo**. – Porto Alegre: Penso, 2013, p. 107-118.

CARELLI, Wagner. **A editora D'Avila e a revista Bravo!**, 2004. Disponível em <[http://www.digestivocultural.com/ensaios/ensaio.asp?codigo=83&titulo=A_editora_DAvila_e_a_revista_Bravo!](http://www.digestivocultural.com/ensaios/ensaio.asp?codigo=83&titulo=A_editora_DAvila_e_a_revista_Bravo!>)>.

CARTIER-BRESSON, Henri. El instante decisivo. In: FONTCUBERTA, Joan (ed). **Estética fotográfica**. – Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2003.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**, 2003. Disponível em <<http://www.ebooksbrasil.org/adobeebook/socespetaculo.pdf>>.

DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico e outros ensaios**. Tradução: Marina Appenzeller. – Campinas, SP: Papirus, 1993. - (Série Ofício de Arte e Forma).

FARO, José Salvador. Nem tudo que reluz é ouro: contribuição para uma reflexão teórica sobre o jornalismo cultural. In: **Comunicação & Sociedade**, ano 28, n. 46, 2006, São Bernardo do Campo. p. 143-163. Disponível em < <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/3871/3384> >.

FIGUEIREDO, Rúbia Medeiros. **Revista Bravo!**: estudo do comportamento do jornalismo cultural frente às pressões do mercado. 2008. (Dissertação de Mestrado). Disponível em <www.metodista.br/poscom/cientifico/publicacoes/discentes/art/artigo-0039>.

FROM, Unni. The reading of cultural and lifestyle journalism. In: **Northern Lights** 8, 2010, p. 157-175.

GADINI, Sérgio Luiz. **Interesses cruzados**: a produção da cultura no jornalismo brasileiro. São Paulo: Paulus, 2009. – (Coleção comunicação).

GOLIN, Cida; CARDOSO, Everton. Cultural journalism in Brazil: Academic research, visibility, mediation and news values. In: **Journalism**, Sage Publications, 2009, v. 10, p. 69-89.

_____. Jornalismo e a representação do sistema de produção cultural: mediação e visibilidade. In: BOLAÑO, César; GOLIN, Cida; BRITTOS, Valério (orgs). **Economia da arte e da cultura**. São Paulo: Itáu Cultural; São Leopoldo: Cepos/Unisinos; Porto Alegre: PPGCOM/UFRGS; São Cristóvão: Obscom/UFS, 2010.

HILL, Adrian. **Kurtzman and the Comics**, 2010. Disponível em < <http://graphicallyinclined.wordpress.com/2010/10/22/kurtzman-and-the-comics/>>.

KRISTENSEN, N. N. The historical transformation of cultural journalism. In: **Northern Lights** 8, 2010, p. 69-92.

OLIVEIRA, Cassiano Francisco Scherner de. **O criticismo do rock brasileiro no jornalismo de revista especializado em som, música e juventude**: da *Rolling Stone* (1972-1973) à *Bizz* (1985-2001). (Tese de

Doutorado). Porto Alegre, 2011. Disponível em: <<http://meriva.pucrs.br:8080/dspace/bitstream/10923/2203/1/000429414-Texto%2BCompleto-0.pdf>>

OLIVEIRA, Daniela A. M. de. **A cultura na imprensa regional**: os casos do litoral e do interior. (Dissertação de Mestrado). Covilhã, 2012.

PASTORIZA, Francisco Rodríguez. **Periodismo cultural**. Madrid: Editorial Síntesis, 2006.

PEREIRA, Carlos Alberto. **O que é contracultura?**. São Paulo: Braziliense, 1983.

RANCIÈRE, Jacques. **A partilha do sensível**: estética e política; tradução de Mônica Costa Netto. São Paulo: EXO experimental org; Editora 34, 2009 (2ª edição).

RIVERA, Jorge B. **El periodismo cultural**. – 1ª ed. 4ª reimp. – Buenos Aires: Paidós, 2006.

ROUILLÉ, André. **A fotografia**: entre documento e arte contemporânea. Editora Senac São Paulo, 2009.

SOARES, Mariana Baierle. **Poesia em revista**: o apagamento do tema nos periódicos *Bravo!* e *Cult*. (Dissertação de Mestrado). 2012. Disponível em <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/39514>>.

SOULAGES, François. **Estética da fotografia**: perda e permanência. São Paulo: Editora Senac, 2010.

_____. Estética e método. Tradução Laurita Salles. In: **Revista ARS** (São Paulo) v. 2, n. 4 (2004) – ECA/USP. São Paulo / Paris, 2004. Disponível em: < <http://www.revistas.usp.br/ars/article/view/2931> > p. 18-41.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media**. Porto, 2006. Disponível em < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-teoria-pequisa-comunicacao-media.pdf> >.

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

TSUTSUI, Ana Lúcia Nishida. **Revista Cult**: canal de expressão pública da produção cultural. (Dissertação de Mestrado). 2006. Disponível em <http://www.livrosgratis.com.br/arquivos_livros/cp065379.pdf>.

VAZ, Tales Gubes. **A cultura da revista *Rolling Stone***: um estudo dos critérios de noticiabilidade e das estratégias narrativas. (Monografia). 2008. Disponível em <https://www.academia.edu/5159673/A_cultura_da_revista_Rolling_Stone_um_estudo_dos_criterios_de_noticiabilidade_e_das_estrategias_narrativas>

VIEIRA, Lígia Chagas. **Trocas e Pilhagens**: a mediação da cultura pelas revistas Bravo! e Cult. (Dissertação de Mestrado). 2011. Disponível em <http://www.biblioteca.pucminas.br/teses/Comunicacao_VieiraLC_1.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1 – CONTEÚDO SECUNDÁRIO À PESQUISA

As tabelas apresentam os números de páginas e imagens cujo conteúdo é secundário em relação aos objetivos da pesquisa, ou seja, estão catalogados neste espaço sessões fixas ou esporádicas que fazem parte da identidade de cada revista analisada, mas que não primordiais para a investigação proposta. Elencamos abaixo as sessões secundárias de cada revista:

- **Bravo!:** Sumário, Carta do Editor, Carta do Leitor, O Leitor, Carta da Redação, Internet, DVDs do Mês, CDs do Mês, As Melhores Exposições, Os Melhores Espetáculos (Música), Os Melhores Espetáculos (Teatro e Dança), Os Melhores Filmes, Os Melhores Lançamentos (Livros) e Prêmio Bravo! (nas edições de outubro, novembro e dezembro).
- **Cult:** Sumário, Cartas do Leitor, Carta da Editora, Cult 15 anos (apenas no mês de julho) e Lançamentos (apenas no mês de novembro).
- **Rolling Stone Brasil:** Sumário, Cartas, Calendário de Shows, Mixmídia, Consumo, Estilo, O Pop do Mês, Randômicas e Guia (lançamentos em CD, Filmes, DVDs, Livros, HQs e Games e Listas).

Tabela 1: páginas

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL
Bravo!	18	17	22	19	18	18	18	18	18	22	24	22	234
Cult	/	3	3	3	3	3	4	2	3	3	7	2	36
Rolling Stone Brasil	22	23	20	27	24	23	25	22	19	19	25	24	273

Tabela 2: imagens

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL
Bravo!	77	77	72	80	73	74	73	78	74	79	82	89	928
Cult	/	4	4	4	4	4	10	2	3	4	20	1	60
Rolling Stone Brasil	108	137	120	117	151	136	152	122	124	115	160	159	1601

ANEXO 2 – TEMAS ABORDADOS PELAS REVISTAS EM CADA MÊS DE 2012

JANEIRO/2012	Bravo!	Cult	Rolling Stone Brasil
Teatro e Dança	5		
Música	2		13
Artes Visuais	2		
Literatura	3		
Artes Visuais	2		
Cinema	4		1
Música + Cinema	2		
Televisão			2
Especial (vários temas)			1
Política			1
Meio Ambiente			1

FEVEREIRO/2012	Bravo!	Cult	Rolling Stone Brasil
Moda	1		
Teatro e Dança	3	1	
Literatura	4	9	
Cinema	5	2	2
Artes Visuais	3	2	
Literatura + Artes Visuais	1		
Música	2	1	14
Política		3	1
Cotidiano		1	1
Literatura + Cinema		2	
Literatura + Política		1	
Filosofia		1	
Cinema + Televisão			1
Meio Ambiente			2

MARÇO/2012	Bravo!	Cult	Rolling Stone Brasil
Música + Artes Visuais	2	1	
Artes Visuais	4	2	
Literatura + Política		1	
Música	4		16
Teatro e Dança	2		
Cinema + Artes Visuais	2		
Cinema	2	3	3
Literatura	4	1	
Política		1	1
Filosofia		1	
Sociologia		6	
Literatura + Sociologia		2	
Literatura + Filosofia		1	
Esporte			1
Meio Ambiente			1

ABRIL/2012	Bravo!	Cult	Rolling Stone Brasil
Teatro e Dança	3		
Artes Visuais	5	2	
Música	5	1	11
Literatura	2	6	1
Cinema	2	1	2
Cotidiano		1	
Literatura + Política		2	
Música + Artes Visuais		1	
Literatura + Cinema		1	
Literatura + Arquitetura		1	
Música + Literatura		1	
Filosofia		1	
Televisão + Moda			1
Política			1
Teatro + Televisão			1

MAIO/2012	Bravo!	Cult	Rolling Stone Brasil
Artes Visuais	4	2	
Música	3	1	11
Literatura	4	3	
Cinema	2	1	2
Cinema + Artes Visuais	1	1	
Teatro e Dança	5	2	
Filosofia		2	
Jornalismo Cultural		5	
Literatura + Política		1	
Música + Artes Visuais			1
Política			1
Cinema + Televisão			1
Televisão			1
Música + Política			1

JUNHO/2012	Bravo!	Cult	Rolling Stone Brasil
Literatura	4	3	
Artes Visuais	4	3	
Artes Visuais + Arquitetura + Meio Ambiente	1		
Teatro e Dança	3	2	
Música	5	2	12
Cinema	3	2	4
Política		8	1
Música + Sociedade		1	
Sociologia		1	
Filosofia		1	
Televisão			1
Esporte			2
Cinema + Moda			1
Meio Ambiente			1

JULHO/2012	Bravo!	Cult	Rolling Stone Brasil
Música	2	3	16
Música + Literatura	1		
Artes Visuais	5	1	
Literatura	3	2	2
Cinema	4		
Teatro e Dança	3	1	
Política + Meio Ambiente		1	
Cinema + Artes Visuais		1	
Literatura + Cinema		1	
Filosofia		5	
Literatura + Política		1	
Sociologia		1	
Jornalismo Cultural		1	
Televisão			3
Tecnologia			1
Televisão + Tecnologia			1
Vídeo Game + Tecnologia			2
Esporte			1
Cultura Indígena			1

AGOSTO/2012	Bravo!	Cult	Rolling Stone Brasil
Artes Visuais	7	2	
Cinema	4	2	7
Literatura	3	1	
Música	2	2	16
Teatro e Dança	4		
Política		6	1
Cinema + Política		1	
Literatura + Filosofia		1	
Sociologia		1	
Filosofia		2	
Televisão			2
Política + Meio Ambiente			1

SETEMBRO/2012

	Bravo!	Cult	Rolling Stone Brasil
Música	4		15
Artes Visuais	4	5	
Literatura	3	4	1
Teatro e Dança	4	2	
Cinema	3		1
Música + Política		3	
Cinema + Política		1	
Filosofia		6	
Literatura + Antropologia		1	
Literatura + Filosofia		1	
Literatura + Política		1	
Teatro + Esporte			1
Cultura Pop + Moda			2
Política			2
Sociedade			1
Esporte			1

OUTUBRO/2012

	Bravo!	Cult	Rolling Stone Brasil
Especial (vários temas)	1		
Artes Visuais	2	3	
Música + Artes Visuais	1		
Música	1	1	12
Literatura	2	4	1
Cinema	2	4	2
Teatro + Dança	3		
Política		3	1
Literatura + Artes Visuais		2	
Filosofia		5	
Artes Visuais + Filosofia		1	
Literatura + Filosofia		1	
Literatura + Sociologia		1	
Televisão			4
Música + Artes Visuais			1
Cinema + Televisão			1
Política + Meio Ambiente			1

NOVEMBRO/2012	Bravo!	Cult	Rolling Stone Brasil
Literatura	6	6	1
Música	3		12
Artes Visuais	3	3	
Teatro e Dança	2	1	
Cinema	4	3	5
Política		1	1
Filosofia		6	
Literatura + Sociologia		1	
Literatura + Artes Visuais		1	
Vídeo Games			1
Televisão			2
Esporte			4
Música + Esporte			1
Cultura Pop + Internet			1
Meio Ambiente			1

DEZEMBRO/2012	Bravo!	Cult	Rolling Stone Brasil
Música	3	1	19
Música + Cinema	1		1
Música + Meio Ambiente	1		
Literatura	2	6	
Artes Visuais	4	3	
Cinema	4	2	3
Música + Teatro e Dança	4	1	1
Filosofia		7	
Literatura + Cinema		1	
Televisão			2
Política			2
Esporte			1
Especial (vários temas)			1
Sociedade			1

ANEXO 3 – ASSUNTOS ABORDADOS POR MAIS DE UMA REVISTA AO MESMO TEMPO

ASSUNTO	MANIFESTAÇÕES	Nº DE APARIÇÕES	REVISTAS	GÊNERO TEXTUAL	NATUREZA DAS FOTOS
CÉU (cantora) [janeiro/2012]	Música	2	Bravo!	Crítica	Renan Costa Lima (Divulgação)
			Rolling Stone Brasil	Reportagem	Renan Costa Lima (Divulgação)
PIXINGUINHA (músico) / EXPOSIÇÃO [março/2012]	Música + Artes Visuais	2	Bravo!	Reportagem ilustrada	Ilustração sobre originais (Bruno Martins)
			Cult	Notícia	Divulgação
PAUL MCCARTNEY (cantor) / KISSES ON THE BOTTOM (album) [março/2012]	Música	2	Bravo!	Crítica	Mary Mccartney
			Rolling Stone Brasil	Reportagem	Nadav Kander / Agências
TUTTO FELLINI (cineasta) / EXPOSIÇÃO [março/2012]	Cinema + Artes Visuais	3	Bravo!	Reportagem Ilustrada	Ilustrações (Coleção Fondazione Federico Fellini, Rimini)
			Bravo!	Crítica	Arquivo (cenas de filmes)
			Cult	Notícia	Divulgação
PINA (filme) / VIN WENDERS (cineasta) [março/2012]	Cinema	2	Bravo!	Crítica	Divulgação (cena do filme)
			Cult	Notícia	Divulgação (cena do filme)
RITA LEE (cantora) [abril/2012]	Música	2	Cult	Crítica	Divulgação
			Rolling Stone Brasil	Reportagem	Divulgação

HERRIET ANDERSSON (atriz) – musa do cineasta Ingmar Bergman – EXPOSIÇÃO / BERGMAN X WELLES (cineastas) – MOSTRA [maio/2012]	Cinema + Artes Visuais	2	Bravo!	Entrevista	Divulgação / Agência
			Cult	Notícia	Divulgação
LUZ NAS TREVAS (filme) [maio/2012]	Cinema	2	Bravo!	Crítica	Gabriel Chiarastelli
			Cult	Entrevista	Divulgação
OSWALDO GOELDI (artista plástico) / EXPOSIÇÃO [junho/2012]	Artes Visuais	2	Bravo!	Reportagem	Ilustrações (Oswaldo Goeldi)
			Cult	Notícia	
JASPER JOHNS (artista plástico) / EXPOSIÇÃO [junho/2012]	Artes Visuais	2	Bravo!	Crítica	Fundação Jasper Johns
			Cult	Notícia	Divulgação
IMPRESSIONISMO: Paris e Modernidade, obras-primas do Museu D'orsay... / EXPOSIÇÃO [agosto/2012]	Artes Visuais	2	Bravo!	Reportagem	Fundações
			Cult	Notícia	Divulgação

360 (filme) FERNANDO MEIRELLES (diretor) [agosto/2012]	Cinema	3	Bravo!	Artigo (por Fernando Meirelles)	Divulgação
			Cult	Entrevista	Cacá Meirelles
			Rolling Stone Brasil	Reportagem	Cacá Meirelles / Acervo Pessoal / Divulgação / Jade Stickel
TULIPA RUIZ* , ANELIS ASSUMPTÃO E TRUPE CHÁ DE BOLDO (músicos) [agosto/2012]	Música	2	Bravo!	Reportagem	Pedro Loes / Renato Dos Anjos / Rogério Montenegro
			Rolling Stone Brasil	Reportagem	Luisa Santosa
30ª BIENAL DE SÃO PAULO (Exposição) / LISBETH REBOLO GONÇALVES (Presidente da Associação Brasileira De Críticos de Arte e Professora da USP) [setembro/2012]	Artes Visuais	2	Bravo!	Reportagem	Autorais (Divulgação)
			Cult	Entrevista	Divulgação
ESPLENDORES DO VATICANO: Uma Jornada Através da Fé e da Arte / MOSTRA [setembro/2012]	Artes Visuais	2	Bravo!	Reportagem	Cittá Del Vaticano
			Cult	Notícia	Divulgação
MARCOS LÓPEZ (fotógrafo argentino) / 8º PARATY EM FOCO (Exposição de Fotografias) [setembro/2012]	Artes Visuais	2	Bravo!	Reportagem Fotográfica	Autorais
			Cult	Nota / Lista	Autorial / Divulgação

**MOSTRA
INTERNACIONAL
DE CINEMA DE SÃO
PAULO (polaroides de
Andrei Tarkóvski -
diretor russo) /
EXPOSIÇÃO
[outubro/2012]**

**1Q84 - HARUKI
MURAKAMI
(livro)
[novembro/2012]**

**GILBERTO GIL E
LUIZ GONZAGA
(músicos) /
LUIZ GONZAGA
(músico)
[dezembro/2012]**

Cinema + Artes Visuais	3	Bravo!	Reportagem Fotográfica	Autorais
		Cult	Notícia	Divulgação
		Cult	Reportagem Fotográfica	Autorais
Literatura	2	Bravo!	Crítica	Divulgação
		Cult	Trecho do livro	Ilustração (Fabio Cobiaco)
Música	2	Bravo!	Reportage m + Entrevista	Daryan Dornelles / Divulgação / Paulo Salomão / Jorge Rosenberg / Marcos Issa / Adhemar Veneziano
		Rolling Stone Brasil	Reportage m	Memorial Luiz Gonzaga E Governo De Pernambuco / Acervo Pessoal / Nazaré Pereira

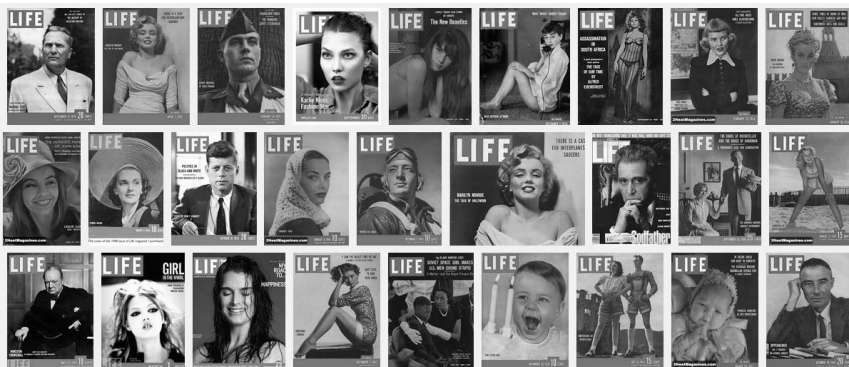
*Apenas a cantora Tulipa Ruiz é assunto na edição de agosto de 2012 da *Rolling Stone Brasil*.

ANEXO 4 – NÚMEROS DA *ROLLING STONE BRASIL* EM 2011



Reprodução do mídiakit da *Rolling Stone Brasil*

ANEXO 5 – EXEMPLOS DE CAPAS DA REVISTA *LIFE*



ANEXO 6 – MÍDIA DIGITAL (CD)

- Capas das 35 edições do primeiro recorte;
- Mídiakit *Bravo!*;
- Mídiakit *Rolling Stone Brasil*;
- Reportagens do *corpus* em alta resolução.