



Revistas Culturais Duram Mais¹

Gilmar Adolfo Hermes²
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB)

Resumo

Dentro de uma pesquisa sobre o design gráfico de revistas culturais, observa-se semioticamente uma edição da revista *ffw >> mag!*, identificando-se elementos da sua retórica visual que podem se repetir ou não em outras publicações do gênero. Observa-se o caráter de maior durabilidade desse tipo de publicação jornalística e seus atributos estéticos em comparação às demais formas editoriais da área de revistas.

Palavras-chave: Revistas culturais; design gráfico; retórica visual.

Em um estudo que busca identificar elementos distintivos do design gráfico nas revistas culturais, incluiu-se no “corpus” da investigação a revista *Fast Forward Magazine* ou *ffw >> mag!*, que se situa nas fronteiras entre o jornalismo cultural e o jornalismo de moda. Neste artigo, será feita uma análise semiótica da edição que levou o título “Viva Tokyo”, publicada em 2008, destacando-se aspectos que caracterizam a retórica visual dessa edição. A publicação foi criada em 2006, em São Paulo, com direção de Paulo Borges. Apresenta-se como uma “revista-conceito”, buscando revelar os elementos que estão por detrás da moda, incluindo literatura e arte.

As revistas culturais são um segmento editorial que, do ponto de vista gráfico, seguem vários padrões que se repetem em outras publicações, com outras propostas editoriais. No entanto, buscando criar empatia com o público que se volta para os diferentes tipos de arte, produzem inovações que podem ou não estar caracterizando a especificidade de um segmento.

O termo revista “cultural” é problemático conceitualmente, na medida em que denomina revistas que, de uma maneira geral, não se propõem a noticiar a “cultura”, e sim a “arte”, uma manifestação específica da cultura. Dessa forma, de acordo com essas duas abrangências, essas publicações podem estar manifestando concepções gráficas que se coadunam com ideias artísticas em voga e também podem buscar uma sintonia de fato com a complexidade cultural de que fazem parte. Como foi desenvolvido em um

¹ Trabalho apresentado no GP Semiótica da Comunicação, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Professor do Curso de Comunicação Social – Jornalismo, da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia.



artigo anterior³, a qualidade da arte pode estar justamente na sua capacidade de refletir a cultura. Essa seria a forma mais adequada de estabelecer uma confluência entre “arte” e “cultura” e dar um sentido mais forte à ideia de um jornalismo cultural.

Do ponto de vista gráfico, o aspecto “artístico” pode ser o grande diferencial das revistas culturais. Todas as revistas tendem a ter os mesmos elementos gráficos, ou seja, a qualidade do papel, o formato, a tipografia, as formatações dos textos verbais, os tipos de fotos, ilustrações, etc. No entanto, a sobreposição que se faz entre “cultura” e “arte”, nesse tipo de jornalismo, faz com que sejam frequentes os tratamentos artísticos à editoração, o que favorece trabalhos mais expressivos em termos, por exemplo, de fotografia e ilustração. Dessa forma, o aspecto estético, que é inerente a toda produção gráfica, no caso das revistas culturais torna-se evidente. A diferenciação das revistas culturais, do ponto de vista gráfico, consiste sobretudo na exarcebação de suas qualidades estéticas.

As revistas, assim como a maioria dos produtos jornalísticos, são demarcadas pela efemeridade, sobretudo por estarem ligadas à prestação de informações que perdem rapidamente a sua validade pelo próprio transcorrer dos fatos. Perto de um jornal diário, a duração de uma revista tende a corresponder à periodicidade em que ela ocorre, buscando assim manter-se como foco de interesse pelo prazo de uma semana, de um mês, etc. Elementos gráficos como a escolha do papel, a elaboração visual, a economia de uso do espaço gráfico são algumas indicações da durabilidade pretendida. No caso das revistas culturais, essa durabilidade tende a se estender, e isso é resultado de todos os cuidados e ideias gráficas que perpassam a concepção desses produtos.

Tomando como paradigma teórico a semiótica de Charles Sanders Peirce (1974), pode-se ter em consideração a primeira tríade de signos, que corresponde à compreensão do signo em relação a ele mesmo. A concepção de signos de Peirce pensa a ação do signo, a produção de sentido, sempre como uma relação física ou mental entre os seres de forma a produzir sentidos em alguma dimensão, o que, na terminologia peirceana corresponde à semiose.

Um signo, quanto às suas características, pode ser um qualissigno, se apresenta somente qualidades, independente da relação com um objeto, um sinsigno, quando, de alguma maneira, está vinculado a algo, e um legissigno, quando se apresenta a uma

³ O signo “*Jornalismo Cultural*” (HERMES, 2011b)



determinada mente como algum tipo de regra ou convenção, decorrente das diversas manifestações fenomenológicas de um mesmo sentido.

Um qualissigno é a presença do que ainda não é, o ser que se apresenta como qualidade, um elemento plástico independente de qualquer existência necessária. Trata-se de um signo degenerado. Sua apreensão, independente da relação com um ser segundo, funciona sobretudo como uma tendência a produzir semioses, ou seja ações sígnicas, de forma a produzir novos sentidos em termos de possibilidade. É muito importante levar em conta que essa atitude sígnica, própria dos qualissignos, torna-se significativa quando se tratam de ações sígnicas de ordem estética, presentes em toda produção de sentido, mas nem sempre notadas.

Um sinsigno está para algum ser, algum segundo em relação à qualidade primeira, uma ocorrência – algo que é independente de uma concepção generalizada de um objeto. Também é um signo degenerado. O legissigno é o único que corresponde a uma generalização lógica, própria dos signos genuínos, como são, por exemplo, as palavras e os símbolos icônicos.

Utilizando-se conceitos da semiótica idealizada por Charles Sanders Peirce, observa-se primeiramente a revista *ffw>> mag!* do ponto de vista dos seus qualissignos, os signos tomados por suas características intrínsecas, que seriam aqueles que se apresentam diante do leitor mais diretamente, a exemplo da própria materialidade da revista. É uma revista de grande dimensão e pesada. A maioria de suas folhas é brilhante e proporciona uma sensação tátil suave ao ser tocada. A brochura produz uma diferença no próprio ato de portá-la e incluí-la entre os objetos de uso pessoal. Se fosse um produto voltado para o público feminino, faria uma grande diferença no peso a ser carregado na bolsa.

As qualidades em si são difíceis de serem apreendidas na sua especificidade. Elas estão presentes, mas tendem a manifestar-se de forma inconsciente para quem percebe. O objeto retangular já é imediatamente apreendido na cultura contemporânea como uma publicação pertencente a um gênero comunicativo, que é no mínimo reconhecido como um livro, um catálogo ou uma revista. Imediatamente identificamos réplicas de ideias gerais que se sobrepõem aos seus qualissignos, que precisam de uma observação mais atenciosa.

Características como as apontadas anteriormente podem se apresentar de maneira semelhante em outras revistas e funcionarem, possivelmente, como uma regra de produção, ou seja, um legissigno. No entanto, a dimensão de *ffw>> mag!* é



excepcional, o que pode ser percebido visualmente, pelo espaço ocupado pela revista como objeto e pelo próprio peso. Um sentido que se produz para esse tipo de produção editorial é como se não fosse um objeto descartável, é para ser guardado, ao contrário do que acontece com o jornal diário. A brochura lembra mais um livro do que uma revista propriamente. Quando ficamos na dúvida do que se trata em termos de uma ideia geral, nos aproximamos da ordem da secundidade, percebendo aquele objeto como uma ocorrência, algo que se situa em relação a nós como o outro, ser que não sabemos onde exatamente encaixar em relação às nossas experiências anteriores.

Os projetos gráficos se relacionam com todos os projetos gráficos que os diferentes públicos tiveram acesso. Experiências anteriores com catálogos, livros e revistas interferem na percepção que se tem de *ffw>> mag!*, que parece tentar encontrar um lugar muito próprio, muito particular, no segmento editorial.

O segmento das revistas culturais pode ser o signo na ordem simbólica em que se encaixa mais propriamente a ocorrência de *ffw>> mag!* Algumas de suas características são observáveis em outras publicações e tendem a caracterizar as revistas culturais como um legissigno. Ilustrações e fotos que ocupam páginas inteiras e amplos espaços brancos são características marcantes de outras publicações da área, a exemplo das revistas *Bravo!* e *Aplauso*.

A edição de *ffw>> mag!* em análise neste artigo apresenta um total de 337 páginas, sendo 59, com anúncios publicitários, e 278, com conteúdo editorial. A maioria delas conta com fotografias ou desenhos, sendo uma quantidade ínfima, 27 páginas, a que conta apenas com tipografia, ou seja, apenas texto verbal, embora a própria tipografia possa ser tratada como um qualissigno, além sua dimensão simbólica ou de legissigno.

Tanto nos anúncios como no conteúdo editorial, o material fotográfico é fundamental. Além de estabelecer um vínculo físico com os temas tratados, como é próprio dos signos quando têm algum tipo de relação física com seus objetos, coloca o plano de leitura icônico em muita evidência, sendo que é possível fazer uma primeira leitura rápida de todo o conteúdo e dos assuntos específicos através da materialidade própria desse tipo de signo, que torna visualmente presente os temas através de signos com relações de semelhança com as figuras humanas, objetos e ambientes geográficos em questão.

Quando se fala da “era da imagem”, seria semioticamente adequado falar de era dos “signos icônicos” que nos colocam em contato com objetos através de relações de



semelhança com aspectos qualitativos desses objetos, como a cor, a forma, o brilho, etc. Essa experiência qualitativa oferecida por representações sígnicas nos aproxima dos objetos de maneira parecida ao que ocorre na experiência direta que já tivemos com outros objetos semelhantes. O desenvolvimento das tecnologias de captação, reprodução e manipulação de aspectos qualitativos das coisas é um dos aspectos mais intrigantes da produção de signos do nosso tempo, que permite a produção de textos cada vez mais complexos com signos icônicos, cada vez mais manipuláveis, de maneira semelhante com o que ocorre com as palavras. Essa revista é uma publicação que tenta estar atualizada com o tipo de consciência possível através do consumo desse tipo de signo. A impressão em lâminas de papel dá uma concretude para a imagem, um luxo que se tornou uma das marcas dessa era em que vivemos.

Entre as imagens publicadas, na capa da revista, com o título “Viva Tokyo”, vemos uma modelo com um tipo físico ocidental, mas adornada com adereços que lembram formatos simbólicos da cultura japonesa, correspondentes sobretudo à vestimenta tradicional do tipo quimono. No lugar de escolher uma modelo japonesa com a sua vestimenta tradicional, a produção da revista optou por evocar as relações do Japão com o mundo global. É uma espécie de colagem, claramente artificial, mas que, pode passar despercebidamente como se fosse somente uma reparaçãõ do ícone feminino japonês. Signos de culturas diferentes coexistem como parte do mundo global, como se houvesse uma cultura alternativa no plano internacional que permitisse o encontro de tipos de vida historicamente separados.

Renato Ortiz (2000), em seu livro *Mundialização e Cultura*, evidenciou a necessidade de identificar e refletir sobre os vários processos de produção e consumo que constituem a cultura contemporânea. Chamou atenção para o desenvolvimento de uma indústria cultural que busca transcender as diferenças culturais, produzindo para um público internacional.

Afirmar a existência de uma memória internacional popular é reconhecer que no interior da sociedade de consumo são forjadas referências culturais mundializadas. Os personagens, imagens, situações, veiculadas pela publicidade, histórias em quadrinhos, televisão, cinema constituem-se em substratos desta memória. (ORTIZ, 2000, p.126)

A capa pode indicar que se trata de uma revista que pretende plenamente discutir a cultura e as formas de identidade cultural, e, nesse sentido, a publicação faria justiça mais apropriadamente à expressão “jornalismo cultural”.

As primeiras 30 páginas trazem anúncios muito bem produzidos, coloridos, e, na sua maioria, com um bom material fotográfico. Esse tipo de abertura – voltado para a área comercial - é comum entre publicações que buscam angariar anunciantes da indústria da moda e consumo, relacionadas a cuidados pessoais, como ocorre, por exemplo, com a revista *Caras*. Isso levaria a se perceber essa publicação como aquela que se encaixa na ordem simbólica em que se identifica sobretudo a cultura do consumo, característica da sociedade global. O que a manteria dentro da ideia de “revista cultural” seria a forma diferente como se inclui dentro dessa sociedade de consumo, de uma forma mais reflexiva, o que seria próprio do que caracteriza o ponto de encontro entre os conceitos de “cultura” e “arte”.

O sumário se estende em três páginas ilustradas com imagens de uma exposição sobre desenhos animados e mangás da dupla de criadores Takahata e Miyazaki, que ocorreu no Museu de Arte Contemporânea de Tóquio (MOT). Através dessas reproduções, como evidenciou Walter Benjamin (1994), temos a oportunidade de vivenciar algo da mostra, e ter um registro muito próximo de algo que ocorreu do outro lado do mundo.

Benjamin (1994), em seu texto, mostrou como as obras de arte eram valorizadas pela dificuldade de acesso que o público tinha em relação às obras de arte, historicamente vinculadas às religiões e ao seu valor de culto. Com a fotografia e o cinema, as artes reprodutíveis, surgidas no contexto industrial, a relação com a arte mudou. O caráter artístico da indústria cultural só poderia ser promovido e compreendido com outras lógicas, como a necessidade de acesso da população à arte e não somente o acesso de um grupo de privilegiados. “Fazer as coisas ‘ficarem mais próximas’ é uma preocupação tão apaixonada das massas modernas como sua tendência a superar o caráter único de todos os fatos através de sua reprodutibilidade.” (BENJAMIN, 1994, p.170). O autor evocava assim novos paradigmas de produção e crítica, o que consiste verdadeiramente numa revolução nunca realizada ou falsamente concretizada na indústria cultural.

Propostas editoriais como a desta revista se aproximam dos prognósticos de linha marxista de Benjamin, sobretudo pela reprodutibilidade e por promover uma forma de relação com a arte possibilitada pelos novos meios técnicos. O custo dessa revista não é dos mais acessíveis, mas ninguém pode ser dono de uma exposição, de uma fotografia de um autor prestigiado, da mesma forma como pode adquirir o seu exemplar em uma banca de revistas. Na pós-modernidade, o que eram antes as



perspectivas proletárias e burguesas, estão embaralhadas, mas isso não diminui a validade do pensamento de Benjamin e nem o significado que essa proposta editorial pode ter em relação ao jornalismo cultural.

As qualidades gráficas da revista estão muito próximas daquela que constituem os catálogos e publicações sobre arte, que podem ser considerados um legíssimo. Neste sentido, a obra é preservada e tornada acessível no tempo extenso em que essa qualidade de impressão garante.

Na edição há claramente uma preocupação em usar referências visuais, icônicas, de elementos presentes atualmente na cultura japonesa. O padrão de um tecido é usado como forma de textura para o fundo do sumário e de várias seções. Contribui para a produção de um sentido de unidade em todo o conjunto.

O material editorial corresponde a três reportagens sobre “Arte”, cinco sobre “Cultura”, cinco sobre “Comportamento”, sete sobre “Moda” e seis sobre “Ideias & Urbanidades”. Ao final da revista, conta-se com a tradução de algumas matérias para as línguas inglesa e japonesa.

O autor Sérgio Luiz Gadini (2009), em seu livro *Interesses Cruzados*, aborda o jornalismo cultural no Brasil e as diferentes concepções que perpassam essa prática profissional no país. Chama atenção para o aspecto questionável da cultura como entretenimento, que coloca em tensão a concepção paradigmática mais aceita do jornalismo cultural, que seria sobretudo aquela voltada para as artes, que teriam um papel de atuação crítica diante do contexto social.

Expressão identitária, informação, potencial forma de lazer/entretenimento, dimensão pedagógica e espaço possível ao exercício da cidadania são dimensões da cultura que, em maior ou menor grau, podem estar presentes em determinada produção simbólica. No caso do jornalismo cultural, ao que tudo indica, o problema residiria, portanto, na tentativa – na maioria das vezes, por iniciativa de grandes corporações ou indústrias que operam pela lógica operacional do consumo – de reduzir essas mais diversas dimensões a um único aspecto: a espetacularização ou a centralidade da lógica do entretenimento. (GADINI, 2009, p. 272.)

Nessa revista em questão, o “jornalismo cultural” se aproxima muito do “jornalismo de moda”, colocando em crise mais uma vez a concepção de jornalismo cultural, desta vez em tensão com a moda. Cabe destacar que é frequente o aparecimento de pautas que tratam do assunto da moda nos cadernos de cultura dos jornais diários, como observa Gadini (2009) em seu estudo.



A vantagem da concepção desta revista ligada à moda é que ela alarga a concepção de cultura para além do âmbito das artes. Dessa forma, conta com matérias de comportamento, por exemplo, que podem ser incluídas dentro de uma concepção bem mais ampla de cultura do que ocorre com o jornalismo voltado para as artes. Também revela uma concepção de moda como um fenômeno que se insere dentro de um processo cultural, em que se inter-relacionam aspectos locais e globais.

A diretora de criação Graziela Peres (2008) informou em entrevista que a revista surgiu ligada às edições da São Paulo Fashion Week, sendo que as duas primeiras edições, em 2006, tiveram como tema a África e a Bahia, acompanhando as propostas desse evento de moda. Em 2007, quatro edições trataram dos temas da sustentabilidade e natureza. Em 2008, dentro do ciclo em que está a revista analisada, passou a tratar de grandes cidades com influência global. Além de Tóquio, houve edições sobre São Paulo, Berlim e Londres.

Questionada sobre se seria uma revista de moda ou cultura, ela comentou que o próprio vínculo com o São Paulo Fashion Week levou a uma abordagem mais ampla. “Eles sempre trouxeram discussões, sempre tentaram mostrar a moda como parte da cultura do país.” (PERES, 2008)

Algo que nem sempre recebe tanta atenção nas publicações é a evidência daqueles que trabalham na sua produção. Em quatro páginas são apresentados com fotos e currículos vários fotógrafos e autores dos textos. Falta ali o nome dos ilustradores e de quem fez a edição editorial e gráfica, no entanto, ao observar os nomes constantes no expediente, que vem na página logo a seguir, percebe-se que isso se deve à intenção de mostrar quem participa especialmente daquela edição, como se fosse um convidado. Os colaboradores são na sua maioria diretamente ligados ao tema da edição, a cultura japonesa.

O editorial, assinado pelo diretor responsável Paulo Borges, não é apresentado como tal, mas leva o título “Made in Tokio”. “Preferimos apostar em abordagens que valorizassem o experimental, o novo, o risco”, escreve, dando assim o tom que norteia toda a publicação. Essa ideia, que pode ser vista como um legissigno corresponde à aproximação entre jornalismo e arte, jornalismo e literatura, que ocorreu em projetos como o da revista *Realidade*, publicada de 1966 a 1976 (SCALZO, 2004, p.31). Isso se confirma nos textos que, em alguns casos, são escritos na primeira pessoa, e revelam pontos de vistas ou subjetividades explícitas sobre os temas tratados. A parte gráfica contribui não só com o uso de amplas ilustrações muito expressivas, mas também com

fotos que se voltam para a “revelação” de identidades e suas relações com o atual contexto cultural japonês, ou mais especificamente, da cidade de Tóquio.

Cada uma das seções editoriais é aberta com um padrão gráfico semelhante, um desenho de duas páginas, em que o preto dos traços ao mesmo tempo salienta a brancura da folha de papel. A logotipia límpida do título da seção “Arte”, sem serifas, contrasta com o desenho e também com a escrita manual e os ideogramas japoneses, que aparecem também na cor vermelha, como se fossem um carimbo, uma marca tradicional.

A primeira reportagem a aparecer, “Cidade Maravilhosa, Cheia de Encantos Mil” é assinada por Eduardo Logullo, com fotos de Cristiano Mascaro. Abre com uma foto preta e branca, como serão todas as demais da reportagem, mas, dessa vez, ocupando duas páginas e mostrando os arranha-céus de Tóquio. As fotografias, que revelam o cotidiano da megacidade, são valorizadas pelo espaço branco das páginas, como se fossem quadros nas paredes brancas de uma exposição, e também pelo formato, reprodução e distribuição diversificadas. A repartição das páginas joga com o feitiço horizontal e retangular no topo da página, o formato vertical ocupando toda a página e o formato horizontal ocupando duas páginas. No lugar de uma monótona repetição, o texto constitui-se visualmente numa variação harmônica. As legendas foram colocadas com um corpo de letra pequeno, em itálico, recuadas junto ao centro da revista, embaixo das fotos ou em negativo no canto, quando se tratam das fotos que ocupam a página inteira.

O fato de essa matéria estar na seção “Arte” demonstra que as revistas culturais hoje não são somente um local para a divulgação de eventos artísticos, mas uma espécie de lugar aberto à realização desses eventos artísticos, devido à sua alta qualidade técnica em termos de produção, reprodução e difusão de imagens. Propiciam uma relação com as imagens diferente da que ocorre nas salas de exposições, bastante significativa, o que pode se tornar um aspecto central a ser estudado no âmbito das revistas culturais.

As possibilidades técnicas do nosso tempo são bem melhores daquelas da época em que viveu Walter Benjamin (1994) que escreveu o texto clássico “A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica”, em 1936.

Para as fotografias, especialmente, as reportagens das revistas culturais podem funcionar como uma sala de exposição, que não só tornam acessível a obra dos artistas em termos de visibilidade, mas também constituem um objeto material a que temos acesso e propriedade. Nos museus e galerias, a tendência é que os artistas explorem as

grandes dimensões das reproduções fotográficas, pois a reprodutibilidade técnica permite a que tenhamos acesso a excelentes trabalhos em materiais editoriais.

A editora de criação, Graziela Peres (2008), comentou em entrevista que a concepção diferenciada da publicação partiu do diretor Paulo Borges, que ao definir o projeto gráfico falou “quero generosidade”. De acordo com a editora, “essa palavra foi fundamental” e norteou o design gráfico. “As matérias são grandes, elas têm espaço não só para quem está escrevendo se expressar, mas para quem está fotografando também se expressar”. Os espaços brancos têm a ver com essa “generosidade”. “Eles ajudam a valorizar a imagem, eles ajudam a valorizar o texto.”

A outra reportagem, “O Homem do Século”, fala da exposição “XXIST CENTURY MAN”. Mais uma vez o pequeno texto divide o espaço com amplas fotos das obras de diferentes artistas, arejadas pelos espaços brancos. As legendas são colocadas em negativo sobre o canto das fotos que, nessa reportagem, são coloridas.

Em uma matéria sobre tatuagens, “O Corpo Fala”, mais vez a atração especial são as fotos. A textura dos desenhos sobre a pele dá um sabor especial às páginas, motivando reproduções que ocupam as páginas inteiras em preto e branco, sem margens de espécie alguma, em combinação com outras em que o texto verbal, destaques gráficos brancos e fotos, coloridas ou não, estabelecem o jogo de diferenças. A monumentalidade das imagens compartilha plenamente nesse momento da dimensão da revista, idealizada como um objeto artístico.

Na seção “Cultura”, o primeiro texto é escrito pelo ator Carlos Takeshi, paulistano e descendente de japoneses. “Sushi or Not Sushi”, descrito em primeira pessoa, revela as dificuldades vividas pelos atores com traços orientais no Brasil. Apesar do tom altamente subjetivo, a matéria é ilustrada com fotos de vários outros atores que passam por dilemas semelhantes. Ao lado do texto de caráter íntimo e confessional, a edição objetivou o tema, mostrando outros personagens reais que vivenciam um drama semelhante. As fotos foram produzidas de forma a mostrar diferentes identidades de homens e mulheres ao lidar com o mesmo problema. Em preto e branco, com jogos de luzes e sombras, sobreposições, reflexos, zonas de clareza e obscuridade, cenários urbanos, as imagens jogam com os legissignos visuais, que lembram as cenas dramáticas ou felizes de filmes. Pelo fato dos retratados serem atores profissionais, a produção provavelmente foi favorecida pela disponibilidade a esse tipo de produção fotográfica.



Uma das matérias mais coloridas da revista é “Igualdade Fraternidade e Liberdade”, que trata do megaevento “Design Festa”, ocorrido no Tokyo Bight Sight. Fotos em cores de objetos de arte e design favorecem a reportagem em páginas arejadas por amplas áreas brancas.

Um dos pontos em que a revista mais se aproxima da literatura é no texto “Liberdade do Olhar”, com trechos do roteiro do longa-metragem *Estação Liberdade*. Os desenhos ilustrativos em preto e branco, do storyboard de Ricardo Troula, contribuem para acentuar o caráter artístico dessa seção, especialmente por sua expressividade. As duas últimas matérias são as que têm textos mais longos na seção e mais uma vez jogam com a alternância de imagens muito coloridas, múltiplas em pequena dimensão, na primeira delas, e única e ocupando uma página inteira, na segunda delas. A primeira fala sobre as tendências da música pop japonesa e a segunda sobre a família imperial, com a foto do príncipe Akihito e da princesa Michiko.

A seção “Comportamento” apresenta um dos trabalhos mais interessantes “Se Meu Apartamento Falasse”, com um ensaio fotográfico que revela a identidade de moradores de kitinetes, ao serem fotografados em seus apartamentos. Fotos em preto e branco, coloridas, ocupando duas páginas ou o topo da página cercadas por espaços brancos constituem outra interessante exposição de arte no espaço gráfico da revista. O material é de outra revista, a *Tokyo Graffiti*, que tem como proposta mostrar o cotidiano de Tóquio. Vidas excêntricas em espaços exíguos, erotismo, prostituição e consumo são temas de outras reportagens da editoria, com excelentes materiais fotográficos.

A parte de “Moda” dá continuidade à ousadia visual da seção anterior que preparou o leitor para o espírito conceitual que norteia toda a revista. Mais uma vez, um excelente material fotográfico muito bem explorado graficamente contribui para uma concepção de revista a ser guardada como um objeto colecionável, da mesma forma que ocorre com as obras de arte. E aí que vai aparecer a modelo da capa em um dos ensaios que buscam evidenciar ideias sobre moda que também problematizam a cultura nos processos de globalização.

Ao analisar este exemplar da revista *ffw >> mag!*, configuram-se questões para dar continuidade à pesquisa, problematizando o conceito de jornalismo cultural e procurando identificar elementos a serem observados em outros exemplares dessa mesma revista e demais publicações a serem estudadas. A maneira como a concepção editorial desse veículo se situa, entre o jornalismo de moda e de cultura, acaba favorecendo uma concepção mais ampla de jornalismo cultural, que não se restringe à



arte, e atinge uma dimensão mais complexa, redefinindo o jornalismo cultural como legissigno. O uso de signos icônicos, no entanto, tende a estabelecer um vínculo com as expressões artísticas, dando ao aspecto estético um peso maior na publicação, que se apresenta como um signo icônico, marcado fortemente pela presença de qualissignos, percebidos muitas vezes inconscientemente. Nessa etapa, pode-se afirmar que o diferencial das revistas culturais é justamente a prioridade dada a signos que estão mais próximos da ordem estética, característica da arte, que são os qualissignos.

Referências bibliográficas

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica. Primeira versão. In: BENJAMIN, Walter. **Obras escolhidas: Magia e Técnica, Arte e Política**. São Paulo: Brasiliense, 1994, p. 165-196.

GADINI, Sérgio Luiz. **Interesses Cruzados: A produção de cultura no jornalismo brasileiro**. São Paulo: Paulus, 2009.

HERMES, Gilmar Adolfo. **Elementos do Design Gráfico**. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-1121-1.pdf>>. Acesso em 17 abr. 2011.

HERMES, Gilmar Adolfo. **O signo “Jornalismo Cultural”** <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-0645-1.pdf>>. Acesso em 15 jul. 2011.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e Cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2000.

PERES, Graziela. **O design gráfico da revista *ffw>> mag!***. São Paulo, 24 jun. 2008. Entrevista concedida a Gilmar Adolfo Hermes.

PEIRCE, Charles Sanders. **Os Pensadores**. São Paulo: Abril Cultural, 1974.

PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. São Paulo, Contexto, 2003.

SANTAELLA, Lucia. **A Teoria Geral dos Signos: Como as linguagens significam as coisas**. São Paulo: Guazzelli, 2000.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. São Paulo: Contexto, 2004.

VIVA Tokyo. **ffw>> mag!** São Paulo: Lumi 05 Marketing e Propaganda, n. 09, 2008.