A exposição como critério de visibilidade das artes visuais no jornalismo: uma análise das matérias da revista *Bravo!* (2011-2012)[1]

Everton CARDOSO[2]
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS
Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS

RESUMO

O jornalismo cultural está situado na interseção dos campos jornalístico e da produção cultural, e, por isso, sujeito às lógicas de ambos. A partir dessa ideia, o presente trabalho pretende problematizar a abordagem usada pela revista *Bravo!* Ao tratar de pautas referentes às artes visuais. Por meio da análise de conteúdo de reportagens de doze edições da revista, foi possível perceber o quanto o evento expositivo tem importância como acontecimento gerador de visibilidade, sobretudo os que ocorrem no centro do país, manifestando a dinâmica da relação centro-periferia no cenário nacional. Além disso, percebe-se que, preponderantemente, os artistas e suas biografias são tematizados no texto, e que agentes legitimados servem como fontes para afiançar o discurso veiculado.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo cultural; campo artístico; revista *Bravo!*; artes visuais; visibilidade.

1 Introdução

O jornalismo é frequentemente descrito como o discurso da realidade, um modo de conhecimento ancorado na imediaticidade do real e no senso comum (MEDITSCH, 1997). A partir disso, o jornalismo cultural posiciona-se como espaço de mediação e guia de consumo e deixa transparecer um retrato da movimentação do campo da produção cultural que traduz os critérios de seleção e traços típicos do fazer jornalístico (GOLIN; CARDOSO, 2010). Nesse lugar de interseção entre os campos do jornalismo e da produção cultural, a visibilidade advinda do poder de nomear e silenciar do discurso jornalístico

[1] Trabalho apresentado no GP Jornalismo Impresso do XIII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

[2] Jornalista, repórter do *Jornal da Universidade* (Secretaria de Comunicação Social/UFRGS). Doutorando e mestre em Comunicação e Informação (PPGCOM/UFRGS). Docente nos cursos de Comunicação Social da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos)., email: cardoso.everton@hotmail.com.

(BERGER, 2003) torna-se meio de obtenção de capital simbólico e, portanto, objeto de disputas entre os agentes de ambos os campos.

Se considerado que, a partir da consolidação da indústria cultural no Brasil e da consequente instrumentalização da cultura na década de 1970 (ORTIZ, 1994; SPRICIGO, 2011), a capacidade de circulação e a obsolescência passam a ser valores necessários à produção cultural, a divulgação de um produto ou bem dessa natureza é mecanismo necessário à sua existência. Por essa razão, boa parte do que se cria e se produz em termos de cultura prevê, desde o início, estratégias para levar a público o produto e o pensamento do criador – sujeito que personifica a obra e mobiliza capital simbólico ao redor da assinatura (BOURDIEU, 1983) –, sobretudo para assegurar que, em algum momento, o produto cultural chegue à fruição, ao consumo.

No cobiçado espaço do jornalismo cultural, portanto, é possível vislumbrar acontecimentos e produtos cuja proeminência corresponde, simultaneamente, ao que o campo da produção cultural permite ver e ao que o jornalismo hierarquiza como merecedor de espaço. Entre lançamentos, estreias, premières, premiações, festivais e inaugurações, a exposição – bem como os eventos e produtos ligados a ela ou dela decorrentes – tornam-se a garantia de visibilidade – e, portanto, de capital simbólico – para artistas e outros agentes do campo artístico. Se toda obra de arte é "uma afirmação que só se revela quando abandona o isolamento do ateliê e se apresenta diante de outro sujeito" (CASTILLO, 2008, p. 25), a exposição não só é necessária ao processo de produção artística, como também se torna protagonista dentro da lógica de consagração do sujeito-artista e seu trabalho. Ela cumpre, então, uma função dentro do sistema artístico-cultural ao mesmo tempo que busca obter visibilidade na mídia. Nesse sentido, é um acontecimento intencional e planejado; é um pseudoacontecimento (GOMIS, 1991), que serve de gancho aos textos de cobertura da movimentação desse segmento, já que é também a principal forma de acesso à produção artística.

Tendo esses pressupostos em vista, o presente trabalho pretende problematizar a abordagem que a revista *Bravo!* utiliza ao tratar das pautas referentes às artes visuais – por meio da cobertura jornalística de seu principal acontecimento, a exposição. A partir da discussão desses traços da publicação, também se procura, de forma mais ampla, perceber como está organizada a relação entre o campo artístico e o jornalismo.

2 *Bravo!*: cultura para classes médias urbanas

O cenário editorial brasileiro vive, hoje, um momento de profusão de publicações periódicas que podem ser enquadradas dentro do que comumente se identifica como jornalismo cultural. Nessa zona especializada, mas heterogênea de meios, temas e gêneros (RIVERA, 1995), enquadram-se revistas – em sua maioria de circulação mensal – que às vezes assim são classificadas simplesmente pela abordagem que dão aos temas – como é o caso da revista *Piauí*, caracterizada por abordar assuntos diversos por meio de textos tidos como jornalismo literário.

O mais comum, no entanto, é que nesse grupo sejam incluídas as publicações que, de alguma maneira, abordem temáticas que se situam entre os conceitos de cultura herdados dos ideais iluminista franco-inglês – a formação do indivíduo pelo acúmulo de saberes diversos – e romântico alemão – a elevação do espírito por meio das artes, letras, humanidades e filosofia. Seriam, portanto, leituras para o tempo livre do sujeito tido como culto, ainda que permeadas, em diferentes medidas, pela lógica do entretenimento, do lazer e do consumo (CARDOSO; GOLIN, 2009). Nessa categoria, há, também em função da polissemia do adjetivo que delimita esse fazer específico, casos tão diversos como o das revistas *Cult*, que pretende dar conta do pensamento de uma maneira mais ampla – sobretudo aquele produzido pela filosofia e pelas ciências sociais e humanas –, e da *Rolling Stone*, publicação multinacional voltada principalmente para a produção musical e cultura *pop* – ainda que traga reportagens sobre política e outros temas da atualidade. Dentro desse cenário, as artes visuais recebem relevo em publicações mais específicas, como *DasArtes*, ou em outras de caráter mais abrangente. A essa última categoria é que pertence *Bravo!*.

Publicação mensal da editora Abril que circula desde 1997[3], a revista possui cinco editorias: Música, Cinema, Livros, Teatro e Dança, e Artes Visuais[4]. Cada uma dessas normalmente tem de duas a três reportagens principais, uma página de crítica e uma página dupla em que estão – conforme expresso na cartola que identifica essa seção – os melhores discos, filmes, livros, espetáculos, exposições e outros produtos e eventos recomendados por *Bravo!*. Além disso, ocasionalmente a revista traz textos literários inéditos, crônicas e matérias sobre assuntos culturais que não se enquadram nas editorias, como moda e arquitetura.

[3] Até 2004, *Bravo!* era publicada pela editora D´Ávila.
[4] A revista tem passado por algumas modificações editoriais e gráficas em suas últimas edições. Por exemplo, duas das seções tinham outros nomes: Artes Plásticas (até julho de 2011, na edição 167); e Literatura (até fevereiro de 2012, edição 174). A partir da edição 176, a seção Primeira Fila, que antes abria a revista com perfis de artistas e textos breves sobre espetáculos e variedades da produção cultural deixou de ser publicada, segundo anunciado na Carta da Redação (editorial assinado pelo redator-chefe Armando Antenore).

De acordo com o site da editora Abril destinado aos seus anunciantes (www.publiabril.com.br), o periódico cultural tem atualmente tiragem de 34.153 exemplares – a menor entre todas as publicações do grupo editorial –, sendo 17.939 destinados a assinantes e 5.624 vendidos de forma avulsa em bancas[5]. Em pesquisa realizada pela EGM Estudos Marplan e divulgada no mesmo site, o público da revista está equilibradamente dividido entre mulheres (58%) e homens (42%); pertence predominantemente à classe B (64%); tem entre 20 e 44 anos (76%); e está concentrado na região Sudeste (57%).

Pela organização de seu projeto editorial, é possível apreender que a publicação pretende chegar a um público que lê sobre e consome cultura, mas, pelo menos aparentemente, sem a pretensão de ser um veículo demasiado hermético e destinado a um público restrito. A publicação parece querer, tal como propõe Meditsch (1997), traduzir o código das expressões culturais para um auditório mais amplo ao tornar mais acessível um discurso que é – e que é visto como – esotérico e especializado.

3 Representação da exposição

A partir da análise das reportagens principais da editoria dedicada às artes visuais publicadas da edição 167 (julho de 2011) à 178 (junho de 2012)[6], efetuou-se a análise de conteúdo de uma amostra de dez textos[7] que se constituiu em três etapas. A primeira foi o registro de algumas informações a respeito do texto em si – este tomado como primeira unidade de registro: título; nome e qualificação do autor do texto; nome, cidade, local e data das exposições abordadas; identificação dos artistas nessas exposições (nome, nacionalidade e estilo; quando fosse mais de um artista, usou-se a categoria "vários"); e as imagens que acompanham o texto. A seguir, foram categorizadas as fontes de informação explícitas nas matérias, ou seja, aqueles sujeitos cujas falas foram reproduzidas. Foram registrados os nomes e as designações profissionais ou funções exercidas no campo artístico. Finalmente, tomando-se como unidade de registro os parágrafos dos textos,

[5] Dados obtidos, conforme o site, pelo Instituto Verificador de Circulação em março de 2013.
[6] A editoria de Artes Visuais da revista, além de uma página de crítica e de um quadro-síntese da agenda de exposições em cartaz, a cada mês habitualmente traz uma reportagem ancorada em imagens e outra cujo predomínio é de texto. Esta última é que foi usada para a análise. A edição de novembro de 2011 é a única que não possui esse tipo de matéria. Na edição de dezembro de 2011, como havia duas matérias desse tipo e com as mesmas dimensões, considerou-se a ordem em que aparecem como indício de hierarquização. Por essa razão, a primeira foi escolhida.
[7] A edição 171 (novembro de 2011) não tinha matéria na editoria de artes, a não ser a matéria com predominância de imagens, que não se enquadra no *corpus* escolhido para este trabalho. E a edição 172 (dezembro de 2011) apresentou uma matéria sobre o lançamento do livro *Vidas dos Artistas*, de Giorgio Vasari, e outra sobre arquitetura japonesa, temas alheios ao recorte proposto para este artigo.

categorizou-se o tema predominante em cada um deles, o que possibilitou, a seguir, estabelecer uma aproximação à forma como a exposição é abordada e quais aspectos ganham mais relevo em cada matéria.

4 A exposição como garantia de visibilidade para a produção artística

Primeiramente, é importante ressaltar a predominância das exposições[8] – foco deste estudo – como tema das reportagens que compõem *corpus*[9]. O evento síntese do sistema de arte, para onde convergem e onde se aglutinam o mercado, as instituições, os produtores, a mediação, o público, as obras, os artistas, a crítica, enfim, os agentes e instâncias que compõem o campo (VÁLIO, 2008), é, então, o que, em termos editoriais, merece maior visibilidade. Já que é o meio pelo qual os artistas geralmente se inserem no circuito, a exposição torna-se lugar de disputas. Sendo assim, quando um evento desse tipo recebe espaço de destaque no jornalismo, isso representa ganho simbólico. Se, como propõe Válio (2008), a exposição é um lugar de visibilidade, disseminação e validação, quanto mais espaço esse tipo de evento ganhar nos meios jornalísticos de prestígio, maior será seu reconhecimento. No caso de *Bravo!*, a particularidade é que a revista não pretende atingir somente o público especializado, mas, sim, um público amplo e consumidor de produtos culturais. Ser nomeado por ela e ganhar destaque é, por isso, possibilidade de consagração para além dos pares produtores e demais agentes do campo.

Entre os eventos destacados, a predominância é daqueles realizados na cidade de São Paulo (em nove dos textos). Além da capital paulista, o Rio de Janeiro teve duas exposições contempladas, sendo que uma delas foi abordada em conjunto com um evento realizado em SP. Porto Alegre e Curitiba compartilharam a matéria publicada na edição de setembro de 2011, época em que realizavam duas de suas exposições de maior repercussão, ambas bienais, do Mercosul e VentoSul, respectivamente.

É possível, então, a partir desse levantamento, perceber que, para *Bravo!*, o que acontece em São Paulo tem maior relevância, já que certamente há exposições acontecendo em outras partes do país. Basta uma rápida olhada na seção de página dupla em que a revista recomenda mostras, por exemplo, para perceber que outros lugares do Brasil ganham visibilidade, mas muito menor. Evidencia-se, então, dentro do contexto brasileiro, a

[8] A SP-Arte, tema da matéria da edição de maio de 2012, apesar de ser uma feira, foi aqui enquadrada na categoria exposição por ser um evento do campo artístico que ganha visibilidade no jornalismo de forma muito semelhante à dada às exposições.
[9] O total de exposições abordadas foi doze porque duas das matérias tratavam de dois eventos cada uma.

mesma relação centro-periferia apontada por Spricigo (2011) em termos mundiais em sua análise da Bienal de São Paulo. Essa preponderância da capital paulista tem-se acentuado desde meados do século XX, quando a cidade tomou a frente do circuito artístico-cultural brasileiro por meio da internacionalização e da institucionalização da produção que por lá circula. Eventos promovidos em cidades fora do eixo principal do Sudeste – neste caso, Porto Alegre e Curitiba – podem ganhar visibilidade somente quando têm grande magnitude e incluem artistas estrangeiros, o que amplifica seus alcances ao mesmo tempo que busca aproximá-los de países centrais. A partir disso, é possível inferir que o jornalismo cultural de *Bravo!* visa o leitor jovem de classe média do centro do país (GOLIN; CARDOSO, 2010) – traço esse comprovado pelos números de circulação da revista.

5 O internacional como centro

Percebe-se, ainda, um critério de valoração que, novamente, aponta para essa mesma relação entre centro e periferia, mas em escala mundial: a revista dá ênfase e espaço à instalação que o brasileiro Carlito Carvalhosa estava preparando, em 2011, para o "concorrido átrio do Museu de Arte Moderna de Nova York", o MoMA, conforme está explicitado na linha de apoio da matéria. Sendo este um recurso editorial-gráfico de bastante destaque na composição de uma página jornalística impressa, mais ainda fica evidente o quanto o fato de um artista brasileiro estar ganhando visibilidade em um espaço internacional de consagração se constitui em valor para a publicação.

Essa proeminência do reconhecimento internacional como valor para a seleção é perceptível, também, na lista de artistas cujas exposições ganharam destaque: predominam os estrangeiros (em seis delas), além das duas bienais e da SP-Arte, eventos que tinham abrangência internacional. Aos artistas brasileiros, de forma específica, restaram três matérias, sendo que um deles – Carlito Carvalhosa – tinha sua exposição realizada no exterior.

Essa relação traz, no que se refere à organização do campo da produção artística no Brasil e à dinâmica estabelecida pelo jornalismo de circulação nacional, uma relação semelhante àquela que Janssen, Kuipers e Verboord (2008) detectaram em periódicos internacionais. No estudo por eles conduzido em quatro países diferentes, foi possível perceber o quanto a posição que uma nação ocupa no campo da produção cultural influencia na cobertura jornalística recebida em países que se encontrem em posição

secundária. Quanto mais central a posição, maior atenção recebe a produção de um país em outros lugares. No caso de *Bravo!*, isso é bastante notório e reflete a posição secundária do Brasil no cenário das artes visuais em nível mundial. Na revista brasileira, no entanto, há uma tendência a privilegiar temas ligados à produção internacional, mas a partir da ancoragem de exposições que acontecem no país.

6 Exposição como catalisadora de capital simbólico

Entre as instituições que abrigam exposições, as que receberam maior destaque são o Instituto Tomie Ohtake, a Fundação Bienal e a Pinacoteca do Estado, todas situadas na cidade de São Paulo e presentes em dois textos cada uma. Os Museus de Arte Moderna de São Paulo, Rio de Janeiro e Nova York aparecem cada um em um texto. A única galeria que recebeu espaço foi Luciana Brito, de SP. Entre os centros culturais, o SESC, na mesma cidade. As exposições de Porto Alegre e Curitiba foram identificadas como sendo realizadas em vários espaços, o que não permitiu classificá-las em relação ao espaço de realização das mostras.

De acordo com García Blanco (1999), a exposição é uma forma de valorizar os objetos que a integram e, também, de formar uma imagem para a instituição que abriga o evento. Se ser nomeado em lugares e por agentes consagrados é, entre outras, uma forma de objetivação da autoridade artística dos sujeitos e instituições (HEINICH, 2008), na relação com o jornalismo, esses processos adquirem maior amplitude. Assim, interessa à instituição ter exposições de grande repercussão, da mesma forma que, aos artistas – consagrados ou em processo – interessa-lhes ocupar espaços de prestígio. Ao jornalismo, simultaneamente, apresentam-se duas possibilidades: a primeira delas é a de reforço de consensos, quando instituições e artistas notórios – notoriedade sendo um valor-notícia de seleção bastante importante para o jornalismo (TRAQUINA, 2008) – recebem espaço; a outra, muito mais arriscada diante de seu público, seria a de abrir espaços para a consagração do novo. Neste último caso, porém, pode ser que a publicação perca oportunidades de obter ela também capital simbólico ao associar-se a criadores que – tal como estes fazem ao assinar suas obras – mobilizam capital simbólico significativo ao redor de seus nomes, bem como às instituições que abrigam exposições de suas obras.

Lugares de consagração e nos quais se dá o confronto entre artista, obra e público, e onde muitas vezes inclusive acontece a atividade artística, os espaços expositivos e

instituições passam a ter um papel que, de alguma forma, adquire nova função. Em tempos de *happenings*, *site specifics*, performances e outras manifestações da arte contemporânea, esses lugares passam a abrigar pontuais e constantes acontecimentos cuja dispersão no intervalo de tempo da exposição podem gerar novas possibilidades de aparição na mídia. Como *Bravo!* tem circulação mensal, portanto sujeita a um ciclo produtivo e de renovação a cada trinta dias, a revista acaba menos sujeita a essas manifestações e atém-se mais às datas de abertura e encerramento das exposições como forma de marcar temporalmente o acontecimento.

Essa questão da temporalidade como critério de seleção de pautas jornalísticas fica evidente sobretudo pela informação das datas das exposições no *box* que contém dados de serviço (local e endereço, datas e horário para visitação). Como, neste trabalho, o intuito é, também, perceber a relação do jornalismo com as exposições de arte como acontecimentos geradores de pautas, foram cruzados os períodos de realização das mostras com o mês de publicação das matérias. O resultado foi a predominância da divulgação de exposições no mês de suas aberturas, caso de cinco delas. Três foram temas de matérias no decorrer de seu acontecimento, e duas nos meses de encerramento. A exceção foi a SP-Arte, que, por sua curta duração, foi abordada no mês em que foi integralmente realizada. Reitera-se, assim, a submissão da seleção de acontecimentos e pautas ao agendamento e ao gancho jornalístico, ainda que essa tendência pareça minimizada pelo ciclo produtivo mais longo que o das publicações diárias e semanais. Sobressai-se, assim, a lógica antecipatória típica do jornalismo cultural contemporâneo, o que ressalta uma visão de jornalismo cultural intimamente ligada à possibilidade do consumo: no caso das pautas de artes visuais, isso se traduz na perspectiva da visitação ao evento expositivo.

7 O artista como forma de personalização

No que se refere aos conteúdos abordados, é possível se perceber uma predominância de abordagens sobre artistas e obras. Dentre os 82 parágrafos tomados como unidades de registro, 43 deles (52%) tratavam primordialmente desses temas. Neles, ficam evidenciados tanto a preferência pela personalização típica do jornalismo (TRAQUINA, 2008) quanto a necessidade de vinculação da obra a um artista – uma das condições para que um objeto adquira esse caráter (HEINICH, 2008). Entre os temas tratados estavam a história pessoal e mesmo familiar do artista; características de sua obra, inclusive estilo e técnicas usadas; narrativas a respeito de seus modos de produção; exposições e eventos dos

quais participou; e, ainda, sua inserção no sistema artístico. Entre todos os artistas apresentados, a grande maioria é de contemporâneos. Apenas Alberto Giacometti – expressionista – é que não se encaixa na categoria. Isso se deva, provavelmente, a dois fatores principais: a preferência do jornalismo pelo atual; e à menor incidência de eventos envolvendo arte mais histórica no Brasil. Se feita uma análise mais abrangente das edições, extrapolando o *corpus* escolhido para este estudo, é possível perceber o quanto a presença de nomes proeminentes da arte canônica internacional ganha visibilidade. Caso notório foi na edição de agosto de 2012, quando a revista lança duas capas, uma a respeito de uma exposição de arte impressionista de grandes dimensões e outra com um acervo de nove pinturas de Caravaggio, ambas em São Paulo.

Os aspectos relativos aos eventos expositivos em si foram predominantes em 29 dos parágrafos (35%), e dez deles (12%) propunham discussões mais amplas sobre o campo e o mercado de arte. Se tomados os temas abordados nos parágrafos de cada texto, é possível perceber que, na maioria dos textos, predominam aqueles cujo enfoque recai sobre artistas e suas obras. As exceções são o texto "O mercado virou curador", que trata da SP-Arte e dá ênfase ao evento e sua preparação, e "Os 7 mandamentos da arte", cujo predomínio é a dinâmica do campo artístico contemporâneo, discutida a partir de dois eventos realizados em SP em outubro de 2011.

No caso de *Bravo!*, pouco há de descrição da mostra em si, de aspectos referentes à expografia e das reações do público. Isso, certamente, porque a revista segue a lógica típica do jornalismo cultural: antecipar os acontecimentos, de anunciá-los para que, depois, o público possa desfrutá-los. Novamente, a temporalidade se mostra um fator decisivo na definição de como um acontecimento – neste caso as exposições – vai ser abordado. Talvez, inclusive, seja por essa razão que dois dos agentes mais diretamente envolvidos ganham maior relevo e voz no texto jornalístico em uma revista mensal: artistas e curadores.

8 Fontes interessadas e valoração: autoridade e reconhecimento

Entre as fontes de informação cujas falas foram selecionadas pelos jornalistas para aparecerem nos textos, os mais frequentes são os artistas cujas obras estão expostas, 22% (10) do total de 46 fontes mapeadas. Em igualdade de participação, 15% cada um (sete, em número absoluto), aparecem os curadores responsáveis por essas mostras, representantes de instituições museais e galeristas. Cinco críticos de arte (11%) e três jornalistas (7%) também ganham voz nos textos. Do total de fontes, oito foram citadas de forma indireta, ou

seja, as falas não foram obtidas diretamente em conversas com elas, caso este que foi predominante, 38 do total (83%). A maioria dos textos apresentava quatro ou menos fontes. Novamente, as exceções foram os textos "O mercado virou curador", com 13 fontes, e "Os 7 mandamentos da arte", com 11.

Percebe-se, nesse breve levantamento, uma variedade de vozes advindas, sobretudo do interior do campo artístico, que provavelmente detêm alguma autoridade artística e que, por essa razão, têm certo poder de nomear e qualificar o que provém dessa instância da sociedade. Similarmente ao que acontece com a assinatura do artista, elemento e ato mobilizador de capital simbólico, a fala do especialista, ela mesma portadora desse tipo de valor, concede prestígio ao seu objeto de fala. No caso dos textos selecionados para esta análise, críticos, dirigentes de instituições artísticas e mesmo artistas são chamados a analisar e valorar – ao mesmo tempo que valorizam pelo simples ato de nomear – produtores, produtos e eventos artísticos.

Além disso, fica evidente nas fontes escolhidas para figurarem nos textos as hierarquias internas do próprio sistema artístico: o crítico e curador Moacir dos Anjos apareceu em três matérias; e o diretor do MAC-USP, Tadeu Chiarelli, em duas. Esses são sujeitos cuja fala é, também, fator distintivo para o jornalismo, que se ancora em fontes qualificadas – essa uma estratégia para dar objetividade ao texto, conforme Tuchman (1993) – também para ganhar prestígio ao dar credibilidade ao discurso veiculado pela publicação. Da mesma maneira, essas e outras fontes advindas do campo artístico – em geral interessadas na visibilidade dada pela amplificação de suas palavras por meio da abrangência e da circulação de uma publicação como *Bravo!* – veem ali um espaço de consagração.

9 Considerações finais

Tendo em vista as particularidades do fazer jornalístico, sobretudo aquelas da especializada área cultural, este artigo se propôs a discutir os critérios de seleção usados pela revista *Bravo!* ao realizar a cobertura jornalística do principal acontecimento do campo artístico tipicamente tomado com pauta, a exposição. Por meio da análise das reportagens sobre essa temática de maior dimensão e relevância em doze edições, foi possível perceber que, tal como ocorre no interior do sistema artístico, a exposição é para o jornalismo um elemento que merece destaque. Isso se deve provavelmente ao fato de que esse evento corresponde à necessidade do fazer jornalístico: acontecimento que mereça relevo por suas

dimensões, por seu caráter pontual ou mesmo pela relevância dos nomes a ela atrelados, sejam eles de artistas, curadores, críticos ou mesmo de instituições.

Além disso, *Bravo!* acaba por reforçar a relação existente entre centro e periferia, evidenciando o quanto o contexto nacional brasileiro organizado ao redor de São Paulo – e secundariamente do Rio de Janeiro – reproduz uma lógica que se assemelha àquela existente em nível mundial, com o centro colocado sobre alguns pontos do quadrante norte-ocidental do globo. O mesmo ocorre na seleção dos artistas cujas exposições são abordadas: estrangeiros no Brasil e brasileiros no exterior parecem ser os sujeitos e as circunstâncias que atraem mais atenção. Esses temas publicizados e que ganham repercussão representam de forma objetivada uma parte significativa das dinâmicas do campo artístico.

Se tomada a ideia de Eagleton (2005, p. 81) de que "o que importa não são as obras em si, mas a maneira como são coletivamente interpretadas", poder-se-ia, inclusive dizer que, em boa medida, o mapa das artes visuais traçado por *Bravo!* reproduz a lógica da movimentação do campo artístico em nível nacional no que concerne às exposições de arte. Acontecimentos relatados, narrados por meio do discurso jornalístico, são a imagem que uma boa parte do público interessado em arte vai tomar como guia para orientar sua relação com esse tipo de eventos e, portanto, como mediação para aproximar-se da produção que se dá a ver.

Referências

BERGER, Christa. **Campos em confronto**: a terra e o texto. 2. ed. Porto Alegre: UFRGS, 2003.

BOURDIEU, Pierre. Mas quem criou os criadores? In: _____. **Questões de Sociologia**. Rio de Janeiro : Marco Zero, 1983.

_____. **The field of cultural production**. Nova York: Columbia University Press, 1993.

CARDOSO, Everton; GOLIN, Cida. Enciclopédia para formar leitores: a cultura na gênese do *Caderno de Sábado* do *Correio do Povo* (Porto Alegre, 1967-1969). **Galáxia**, São Paulo, n. 18, p. 137-151, dez. 2009.

CASTILLO, Sonia Salcedo del. **Cenário da arquitetura da arte**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

EAGLETON, Terry. **A ideia de cultura**. São Paulo: Unesp, 2005.

GARCÍA BLANCO, Ángela. **La exposición, um médio de comunicación**. Madri: Akal, 1999.

GOLIN, Cida; CARDOSO, Everton. Jornalismo e a representação do sistema de produção cultural: mediação e visibilidade. In: BOLAÑO, C.; GOLIN, C.; BRITTOS, V. (orgs.). **Economia da arte e da cultura**. São Paulo: Itaú Cultural; São Leopoldo: Cepos/Unisinos; Porto Alegre: PPGCOM/UFRGS; São Cristóvão: Obscom, 2010. p. 184-203.

_____ *et al*. Jornalismo e sistema cultural: a identidade das fontes na cobertura de cultura do jornal Diário do Sul (Porto Alegre, 1986-1988). **Comunicação & Sociedade**, São Paulo, ano 32, n. 54, p. 127-147, jul./dez. 2010.

GOMIS, Lorenzo. **Teoría del periodismo**. Barcelona: Paidós, 1991.

HEINICH, Nathalie. **A sociologia da arte**. Bauru: Edusc, 2008.

JANSSEN, Susanne; KUIPERS, Giselinde; VERBOORD; Marc. Cultural globalization and arts journalism: the international orientation of arts and culture coverage in Dutch, French, German, and U.S. newspapers, 1955 to 2005. **American Sociological Review**, Washington, v. 73, p. 719-740, out. 2008.

JANUÁRIO, Marcelo. **O olhar superficial**: as transformações no jornalismo cultural em São Paulo na passagem para o século XXI. 2005. Dissertação (Mestrado em Ciência da Comunicação) Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Universidade de são Paulo, São Paulo, 2005.

MEDITSCH, Eduardo. O jornalismo é uma forma de conhecimento? **Biblioteca Online de Ciências da Comunicação**, 1997. Disponível em: < http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-jornalismo-conhecimento.pdf>. Acesso em: 12 jul. 2012.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**: cultura brasileira e indústria cultural. 5. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

RIVERA, Jorge. **El periodismo cultural**. Buenos Aires: Paidós, 1995.

SPRICIGO, Vinicius. **Modos de representação da Bienal de São Paulo**: a passagem do internacionalismo à globalização cultural. São Paulo: Hedra, 2011.

TUCHMAN, Gaye. A objetividade como ritual estratégico. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo**: teorias, questões e 'estórias'. Lisboa: Vega, 1993. p. 74-90.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: volume 2: A tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2008.

VÁLIO, Luciana B. M. **Mapeando a complexidade da exposição de arte**: é possível avaliá-la? 2008. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.