

## A fotografia reconhecida como arte nas páginas das revista *Bravo!*<sup>1</sup>

Gilmar Adolfo Hermes<sup>2</sup>  
Universidade Federal de Pelotas (UFPel)

### Resumo

O artigo dá início ao estudo das edições da editoria de Artes Visuais da revista *Bravo!*, a partir do exemplar de janeiro de 2012, observando como é praticada a noção de jornalismo cultural, em um estudo semiótico. Identifica como é produzido sentido em relação ao assunto das reportagens e como o tema é circunscrito ao âmbito artístico ou estende-se a outras formas de significação. Neste artigo, é analisado um texto jornalístico que trata da valorização da fotografia como manifestação artística.

### Palavras-chave

Jornalismo cultural; semiótica; arte; revista; fotografia.

Este artigo dá início a um estudo sobre jornalismo cultural, tratando especificamente da cobertura na editoria de *Artes Visuais* da revista *Bravo!*, em suas últimas edições produzidas pela editora Abril, de janeiro de 2012 até agosto de 2013. Neste texto, será analisada semioticamente a edição de janeiro de 2012, a primeira a ser considerada nesta pesquisa, lançando assim as bases de uma investigação mais ampla. A valorização da fotografia no plano artístico recebe uma especial atenção neste exemplar.

O conjunto de textos da editoria de *Artes Visuais* será estudado através de uma análise semiótica associada a conceitos práticos e teóricos do jornalismo. Fazendo uso de concepções generalizadas sobre a produção jornalística, busca-se entender criticamente as lógicas de produção, primeiramente, através dos resultados vendidos ao público, na sua composição lógica e estética, podendo estender-se a análise com abordagens relativas aos aspectos culturais e filosóficos inerentes. Coloca-se em questão as lógicas de produção jornalística na área cultural, buscando identificá-las. Compreende-se que a produção de sentido neste veículo ocorre em processo de identificação com o mundo artístico, mais especificamente com o contexto das artes visuais, desprezando a produção de semioses em outros contextos interpretantes.

Conforme texto publicado em um blog da editora Abril, pelo editor-sênior Armando Antenore, no dia 1º de agosto de 2013, a revista *Bravo!* deixou de circular na mesma data

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Semiótica da Comunicação, no XIV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professor do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas (UFPel).

em todas as plataformas. O jornalista registrou que a publicação estava às vésperas de completar 16 anos, sendo produzida pela primeira vez em outubro de 1997 pela editora D'Ávila, migrando para o grupo Abril em janeiro de 2004.

No texto, Antenore (2013) observa que a revista nunca produziu lucros enquanto publicada pela editora Abril, gerando ao contrário prejuízos. Circulando nacionalmente, contava com 20 mil assinantes e 8 mil compradores em bancas, que são números pequenos perto de outras publicações da mesma empresa, caracterizando sobretudo um nicho mercadológico. Seu custo era alto devido ao formato gráfico e o tipo de papel usado, incomuns no mercado. O número de anunciantes era pequeno, já que a publicação não atingia um público consumista. “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.” (ANTENORE, 2014, s/p.) Dessa forma, compreende-se que essa proposta de jornalismo cultural foi sobretudo a tentativa de dar continuidade a um projeto editorial diferenciado, que teve dificuldades mesmo com a infraestrutura oferecida pelo grupo de comunicação a que estava integrado.

Na edição de aniversário de 15 anos da revista, em outubro de 2012, Antenore (2012) registra a proposta editorial original:

Quando nasceu, *Bravo!* pertencia à Editora D'Ávila, hoje extinta. Só migrou para a Abril sete anos depois. Nas 21 linhas da carta que apresentava a edição número um, o publisher Luis Felipe D'Ávila explicou por que resolveu lançá-la: “*Bravo!* vai aproximar o cidadão da cultura. Cultura não é patrimônio de guetos intelectuais, nem o refinamento supérfluo das elites. A cultura transcende barreiras geográficas, políticas, sociais e econômicas”. Desde então, a revista sofreu diversas alterações. Manteve, porém, os princípios anunciados por Luiz Felipe. (ANTENORE, 2012, p.10).

Neste depoimento percebe-se a questão que norteará as observações desta pesquisa. O jornalismo cultural cumpre com a função de tornar acessível a um maior número de leitores a produção cultural, mas, ao mesmo tempo, como ocorre com a produção artística, sofre com a acusação de elitismo, quando tenta realizar essa missão. Ao longo das análises, será observado o quanto a produção de sentido leva a uma elitização, ou seja, a um confinamento a um contexto exclusivo do meio artístico, e o quanto se busca alargar esta semiose para outros contextos.

Na perspectiva lançada pela semiótica de Charles Sanders Peirce, reconhece-se a revista *Bravo!* hoje como um signo na categoria fenomenológica da terceiridade, pois está alçada à generalidade lógica, que ajuda a compreender o que é o jornalismo cultural da forma em que convencionalmente estabeleceu-se. Apesar de cada uma de suas edições

serem signos na ordem da secundidade, por serem atualizações de uma ideia geral que se configurou ao longo do tempo, a partir do estudo de várias destas – que no caso serão os exemplares do último ano de publicação da revista – poderá ser compreendida a ideia geral que define essa publicação.

Cabe destacar aqui que a análise semiótica na perspectiva peirciana começa pelas três categorias fenomenológicas, com os quais o autor elucida as formas de produção de sentido:

[As] verdadeiras categorias da consciência são: primeira, sentimento, a consciência que pode ser compreendida como um instante do tempo, consciência passiva da qualidade, sem reconhecimento ou análise; segunda, consciência de uma interrupção no campo da consciência, sentido de resistência, de um fato externo ou outra coisa; terceira, consciência sintética, reunindo tempo, sentido de aprendizado, pensamento. (PEIRCE, 2000, p.14.)

É necessário situar a revista *Bravo!* no contexto geral do jornalismo cultural, geralmente compreendido como um tipo de jornalismo voltado para a cobertura das artes, embora esse recorte tenha sido modificado pelas práticas jornalísticas. Note-se que, na ordem da terceiridade, existe sobretudo uma ideia de que o jornalismo cultural trata das artes, como a própria configuração editorial da revista da editora Abril anuncia ao escolher como nome, para as principais seções, as seguintes palavras: música, cinema, literatura, artes visuais, teatro e dança. No entanto outro projeto editorial tomado como jornalismo cultural significativo no Brasil é o da revista *Cult*, produzida pela editora paulista Bregantini, que além de dar espaço para as artes, trata frequentemente de temas filosóficos e de outras áreas das Ciências Sociais, dentro de uma concepção mais alargada de “cultura”. Pode-se compreender os dois projetos como objetos que atingem o caráter convencional próprio da terceiridade, como também ocorrências, sinsignos, que ostentam concepções singulares de jornalismo cultural, como acontece com várias outras propostas.

Duas obras que são tomadas aqui como referência (PIZA, 2003; e GADINI, 2009) tratam o jornalismo cultural sobretudo como uma prática do jornalismo impresso. Mas também é necessário levar em conta, na ordem da secundidade, a produção jornalística na área de rádio, com muitas programações voltadas à música por exemplo; na televisão, em programas como *Starte*, da Globo News; e no webjornalismo, em que cada vez são mais frequentes propostas nesta área, incluídas em projetos de informação específicos ou singulares. Dessa forma, percebe-se quão ampla pode ser a compreensão do jornalismo cultural e os múltiplos objetos que podem ser estudados, sendo a revista *Bravo!* uma possibilidade dentro desse amplo leque de opções.

Daniel Piza (2003) reforça a questão do repertório como a principal condição para o exercício da profissão de jornalista cultural, aproximando muito a produção desta área ao jornalismo literário, enfatizando os autores que são exponenciais ao longo da história do jornalismo. Já Gadini (2009) observa como o campo jornalístico constitui a noção de jornalismo cultural em diferentes práticas observadas em jornais diários de todo o Brasil, em vários casos, enfatizando a cultura como “entretenimento”, voltando-se sobretudo à programação televisiva. É importante destacar que o “jornalismo cultural” é produzido dentro da cultura profissional jornalística, que “fornece um *modo de ser/estar*, um *modo de agir*, um *modo de falar*, e um *modo de ver* o mundo” (TRAQUINA, 2004, p.121).

Em um estudo semiótico, tomando como lente de observação a teoria de Charles Sanders Peirce (2000), pode-se notificar aspectos singulares, próprios de uma mídia em particular, ou de caráter mais geral, que são inerentes ao jornalismo cultural como um todo. Cada edição ou cada texto é uma manifestação da cultura profissional jornalística nesta especificidade do jornalismo cultural. Pretende-se em cada análise perceber como essa prática manifesta suas qualificações semióticas.

Para Peirce, um signo...

...ou representâmen, é aquilo que, sob certo aspecto ou modo representa algo para alguém. Dirige-se a alguém, isto, é, cria, na mente dessa pessoa, um signo equivalente, ou talvez um signo mais desenvolvido. Ao signo assim criado denomino interpretante do primeiro signo. O signo representa alguma coisa, seu objeto. Representa esse objeto não em todos os seus aspectos, mas com referência a um tipo de ideia que eu, por vezes, denominei fundamento do representâmen. “Ideia” deve ser aqui entendida num certo sentido platônico, muito comum no falar cotidiano; refiro-me àquele sentido em que dizemos que um homem pegou a ideia de um outro homem; em que, quando um homem relembra o que estava pensando anteriormente, relembra a mesma ideia,... (PEIRCE, 2000, p.46)

Toma-se a revista *Bravo!* primeiramente como um signo que tem como objeto o jornalismo cultural e que gera interpretantes sobre o jornalismo cultural. Como foi observado anteriormente, outros signos, como a revista *Cult* e jornais diários produzem interpretantes diferenciados, a partir da relação que criam com os leitores de acordo como a ideia de “jornalismo cultural” se atualiza nas suas concepções. Peirce definiu os conceitos de objeto dinâmico, para aquilo a que o signo se relaciona, e objeto imediato, para o aspecto desse objeto que se atualiza no fundamento do signo (representamen) de forma a produzir interpretantes.

Peirce, ao longo de seus estudos, buscou elucidar como os signos produzem semioses (ações sígnicas decorrentes das relações entre signos, objetos e interpretantes)

pensando o signo em si mesmo, na sua relação com o objeto e nos interpretantes produzidos. Em uma relação triádica genuína, a partir de algum tipo de relação do signo com o objeto é produzido um interpretante em uma certa mente, que vem a ser um novo signo capaz de produzir interpretantes a partir de uma nova relação com o objeto.

Entre as suas concepções de signo, estão a da sua primeira tricotomia, que corresponde a pensar o signo em relação a si mesmo (qualissigno, sinsigno e legissigno) quanto às categorias fenomenológicas da primeiridade, secundidade e terceiridade. O mesmo ocorre quanto ao signo em relação a seu objeto (ícone, índice e símbolo), e quanto ao seu interpretante (rema, dicente e argumento).

O caráter material da revista *Bravo!*, com seu papel liso de primeira qualidade, repleto de imagens e elementos gráficos coloridos dispostos generosamente entre espaços brancos faz dela um signo com forte presença física, estabelecendo desta forma uma relação na ordem da secundidade com o leitor, além de dar acesso a muitas semioses na ordem da terceiridade, como é próprio dos símbolos. Pensada em termos de qualissignos haveria ali apenas uma possibilidade de “jornalismo cultural”, que se confunde com outras formas de jornalismo que têm a mesma apresentação material, que no mercado editorial ocorre muito com o setor de moda, em que há também muita preocupação com a diferenciação gráfica das revistas.

A medida em que outras propostas editoriais imitam a mesma concepção, de forma que ela seja tratada como um modelo, ela passa a ser um símbolo do jornalismo cultural, com o qual se estabelecem relações de semelhança qualitativa com outros projetos. Já que aqui está sendo ressaltado o caráter material da revista, cabe evidenciar que a edição ainda teria continuidade no site <[www.bravonline.com.br](http://www.bravonline.com.br)>, mas ele encontra-se atualmente desativado.

Na edição de janeiro de 2012, a revista *Bravo!* teve como manchete principal uma notícia da editoria de *Teatro e Dança*, com o título *O Ano Nelson Rodrigues*. A editoria de *Artes Visuais* teve apenas uma chamada de capa, com o título *Fotografia*, com o seguinte texto “Imagens inéditas de Cássio Vasconcellos e outros nomes em alta no circuito de arte” (BRAVO!, 2012). Chamadas de capa e manchetes são signos da produção jornalística, que pensados em relação a si mesmo são legissignos, que correspondem a uma lei ou uma convenção. Na cultura jornalística, convencionalmente escolhe-se o assunto mais importante para a manchete e outros com destaque secundário para as chamadas,

produzindo assim sentido para o conteúdo geral das publicações, em cada uma das suas edições.

Apesar de haver na revista uma seção específica para artes visuais, isto não impede que outras partes também tratem do mesmo tipo de assunto, como ocorre na editoria *Primeira Fila*, que aparece logo após a *Carta do Editor*, nas primeiras páginas da revista. Apresenta uma matéria sobre fotografia, expondo o trabalho da dupla de fotógrafos suíços Ursula Sprecher e Andi Cortellini, que fotografam grupos de aficionados em esportes ou outras atividades. Aqui já se pode observar que o caráter icônico da revista tem muito a se beneficiar com os objetos dinâmicos próprios da produção artística dessa área. As páginas da revista funcionam como uma sala de exposição, dando acesso ao leitor a uma mostra do que possivelmente poderá ser visto nas galerias de arte e nos museus. O papel do texto jornalístico é produzir uma semiose sobre o trabalho do artista, mas já que o trabalho fotográfico dispõe-se na forma reproduzível, há aqui um acesso também à própria ação sígnica proposta pelo artista, embora, fora deste contexto, os ícones originais possam produzir outros sentidos.

A editorialização da revista já produz um sentido. Ao destacar o assunto na seção *Primeira Fila*, a intenção é colocar o tema como algo que está surgindo e que merece a atenção do público. Os outros dois assuntos tratados nas demais páginas da mesma seção são a participação do cenógrafo José Carlos Serroni no projeto internacional *World Scenography*, com previsão de lançar um livro; e a rapper Flora Matos, tomada como um talento emergente no meio musical. Esta seção trata-se de um sinsigno, que produz sentido nesta forma de atualização, no aparecimento deste espaço editorial configurado no contexto específico da revista.

Com o antetítulo a *A Lista de Bravo!*, o título da matéria jornalística aqui em questão vem a ser os nomes dos fotógrafos: Ursula Sprecher e Andi Cortellini. É como se o objeto dinâmico do texto fossem as próprias personalidades, o que é muito comum em textos sobre artes. Em um único parágrafo, o texto trata de conduzir o sentido de forma que o objeto dinâmico passe a ser a obra dos artistas na sua especificidade, sobretudo apresentando o título da série de fotografias, *Freizeitfreund*, traduzido como “Amigos das Horas Vagas”. Conduz o leitor para a observação das fotos: “O trabalho retrata clubes, ligas e outras instituições dedicadas aos mais diversos hobbies. Veja quatro das 50 imagens que o integram...” (A LISTA, 2012, p.16).

As legendas identificam os tipos de associações retratadas. “1. Clube de mergulhadores 2. Clube de fãs de poodles 3. Clube de orquidófilos 4. Clube de cachimbo” (A LISTA, 2012, p.17). Daí para adiante a leitura do texto verbal e visual, confunde-se entre a edição da revista e a obra do artista, propiciando múltiplas leituras, de acordo com o repertório dos leitores, que vêm a ser a “experiência colateral”, que na semiótica peirceana corresponde às possíveis vivências ou concepções que as mentes apresentam sobre os mesmos signos, ao produzir interpretantes.

As imagens mostram um grupo de oito mergulhadores com seus trajes para submersão, espalhados dentro de uma piscina vazia; um grupo de homens e mulheres, alguns com cabelos grisalhos, sentados muito proximamente em uma sala, acompanhados de seus cachorros poodles; um grupo de homens e mulheres segurando vasos de orquídeas em um ambiente verdejante, repleto dessas plantas; e um grupo de homens vistos através de uma vidraça, confinados no interior de um estúdio, com seus cachimbos fumacentos. Há iconicidade na reprodução das próprias fotos (considerando a seção da revista como signo) e iconicidade em relação às imagens (pelo tipo de relação de semelhança que se estabelece nas fotografias em relação aos temas).

A fotografia, como já foi amplamente definido por vários autores, apesar de ser um ícone, tem um forte caráter indicial pelo fato de estabelecer uma relação física com seu objeto dinâmico através da captação dos reflexos luminosos. Neste caso, no entanto, o caráter icônico prevalece, pelo fato de ser uma imagem que se constitui a partir de uma organização particular dos elementos qualitativos. Os fotógrafos não simplesmente se aproximam fisicamente das figuras humanas, mas intervêm na sua realidade de forma a produzir novos sentidos. Vê-se que há uma intervenção dos fotógrafos sobre a situação retratada, pelo aspecto inusitado das cenas, a escolha dos espaços e a disposição das figuras humanas nestes espaços, da mesma forma como faz um pintor. Desta forma, trata-se de um ícone, que corresponde ao contexto produtor de sentido próprio desses artistas fotógrafos, que dão materialidade visual ao seu pensamento sobre os temas tratados.

A revista poderia desenvolver uma das possíveis leituras, gerando novos interpretantes e conduzindo possíveis semioses, como ocorre com uma possível relação com a tradição dos retratos na história da arte. Produziria um outro objeto imediato, relacionando os signos apresentados com os signos produzidos no campo artístico por pintores da época do Barroco, como o holandês Rembrandt, que se destacaram como inovadores na representação de grupos. A revista, no entanto, aqui opta sobretudo por



apresentar a obra do artista aos leitores, deixando as semioses por conta deles. Em entrevistas com os artistas também poderiam ser gerados novos interpretantes. O interpretante produzido nesta concepção é sobretudo um signo dicente, tomado como um signo de existência do projeto fotográfico.

As páginas da editoria *Artes Visuais* são identificadas pela cor magenta em uma barra colorida, assim como as outras editorias são significadas por outras cores. Trata-se de um sinsigno, que produz este sentido nesta edição específica. Um sinsigno ocorre de forma singular, uma única vez, e produz sentido através das suas qualidades, envolvendo dessa forma qualissignos (a cor magenta, o formato retilíneo da borda da página), que se tornam apreensíveis enquanto componentes do sinsigno (a barra colorida na margem das páginas). Já que esta semiose é produzida somente neste contexto, pode ser tomado como um sinsigno. Um dos aspectos mais intrigantes da semiótica peirciana, muito relacionada às questões estéticas é a definição de qualissigno. “Um *Qualissigno* é uma qualidade que é um Signo. Não pode realmente atuar como signo até que se corporifique; mas esta corporificação nada tem a ver com seu caráter como signo.” (PEIRCE, 2000, p.52). Sabe-se da potencialidade sensível dos qualissignos, o que seria a categoria fenomenológica da primeiridade, mas eles só podem ser tratados como uma potencialidade que produz sentido em outros tipos de signos, alçados à secundidade ou terceiridade.

A primeira matéria da editoria de *Artes Visuais* leva o título *Prestígio Dividido*, com autoria do jornalista Rafael Tonon. É o assunto da editoria que teve chamada de capa, que conforme visto acima, foi tratado como um dos temas mais importantes da edição. Entende-se a chamada como legissigno do contexto jornalístico que avalia o conteúdo da própria publicação.

Primeiramente a “fotografia” é o objeto dinâmico do texto. Do ponto de vista do interpretante provavelmente gerado na leitura, trata-se de um argumento, do ponto de vista da sua relação com o objeto, um símbolo, e quanto a si mesmo enquanto signo, um legissigno. Está na ordem da terceiridade, pressupondo uma ideia muito geral de fotografia, ou, em um contexto próprio da revista *Bravo!*, como “fotografia artística”.

O título *Prestígio Dividido* ecoa a ideia geral própria de um signo, de que os leitores devem compartilhar, que vem a ser a “disputa pelo reconhecimento”. Trata-se de um legissigno do mundo artístico, que pode ser compreendido através de argumentos semelhantes entre os interpretantes gerados pelos leitores. Quanto mais proximidade eles



tiverem com esse mundo artístico, mais seus pensamentos estarão próximos desse sentido na ordem da terceiridade.

O parágrafo de abertura anuncia que se “[foi] o tempo em que a pintura reinava soberana nos museus. Agora, as grandes instituições e os colecionadores estão também atrás da fotografia” (TONON, 2012, p.48). O texto aparece sobre uma ampla reprodução fotográfica, que ocupa o espaço de duas páginas da revista. Há também uma legenda que identifica o autor da foto, qUi Mohallen<sup>3</sup>, o local de produção das fotos, “uma fazenda-santuário no estado norte-americano do Tennessee”, e o comentário do artista entre aspas, dizendo que prefere não comentar suas próprias fotos, deixando que os espectadores construam suas próprias histórias (TONON, 2012, p.48-49).

O texto verbal é marcado fortemente pelo sentido produzido na ordem da terceiridade, tendo a capacidade de conduzir o sinsigno, a foto presentificada nas páginas da revista pela reprodução, para outros sentidos. “Museus”, “grandes instituições” e “colecionadores” são legissignos próprios do meio artístico e que produzem sentido neste contexto, como instâncias de legitimação. Espaços que eram antes marcados pela presença da arte tradicional da pintura vêm tendo novo significado com a presença da arte reprodutível da fotografia, que também pode ser vivenciada nas páginas da revista. Neste caso, na revista *Bravo!*, é uma reprodução de excelente qualidade. A legenda convida o usuário a contemplar a foto que pode ter em mãos, observando e gerando vários dicentes que constituem um possível argumento, que se relaciona iconicamente com uma certa realidade norte-americana. Através dos legissignos, o texto verbal garante que se trata de uma obra de arte e que deve ser produzido sentido como tal.

O texto principal da reportagem ocupa a página 50, enquanto as páginas que vão da 51 a 57 trazem outras imagens, de outros artistas, que exemplificam a elevação da fotografia ao estatuto da arte erudita. O texto verbal faz uso sobretudo de legissignos, que se relacionam simbolicamente com seus objetos e que geram interpretantes do tipo argumento. Ou seja, o texto verbal está no plano da terceiridade, que conduz o sentido das várias imagens, que se dá sobretudo na secundidade, para o mesmo plano da terceiridade.

Ao longo do texto, vão aparecendo vários legissignos próprios do mundo artístico das artes visuais aos quais as fotografias são associadas por contiguidade: “coleções particulares”, “atenção dos críticos e curadores”, “circuito das grandes bienais”,

---

<sup>3</sup> O nome deste artista aparece repetidamente na edição com esta grafia diferenciada: gUi Mohallem.

“instituições como a Tate Modern, em Londres, e o Museu de Arte Moderna de Nova York”.

Como é próprio dos textos jornalísticos, a letigimidade das informações depende de quais fontes de informação foram usadas para a sua constituição. Desta forma o depoimento do curador do segmento de fotografia da Pinacoteca do Estado de São Paulo, Diógenes Moura, aparece como um sinsigno em meio aos legissignos do meio artístico, que são as próprias instituições de reconhecimento. Trata-se de uma ocorrência, um acontecimento, registrado em meio à legitimação das instituições, que aparecem como regras. O texto afirma que Moura “não tem dúvidas de que os fotógrafos já disputam as paredes do museu com a mesma força dos pintores, para ficar em um exemplo de suporte bem tradicional” (MOURA in TONON, 2012, p.50). É uma maneira de aproximar a uma situação concreta, mais próxima da realidade dos leitores, uma ideia que está sendo colocado de forma mais geral ou abrangente.

O texto prossegue citando posicionamentos dos autores das fotos reproduzidas e várias ocorrências que documentam a ascensão da fotografia no campo artístico. Aparecem as seguintes referências na ordem da secundidade: “foram inauguradas seis galerias especializadas em foto”, “devem ocorrer ainda 32 festivais de fotografia pelo país” e “a feira SP-Arte/Foto, criada em 2007 pela colecionadora e empresária Fernanda Feitosa, chegou à quinta edição” (TONON, 2012, p.50).

O depoimento do fotógrafo carioca Claudio Edinger aparece para comentar a importância do último sinsigno mencionado, relacionando assim um interpretante do tipo argumento, que se compartilha no registro do texto verbal, nas formas do discurso direto e indireto:

A Fernanda revolucionou a área de um jeito elaborado, profissional, diz o fotógrafo carioca Claudio Edinger. “E isso só vai crescer. Talentos das artes plásticas têm migrado para a fotografia. Tudo já foi feito e ao mesmo tempo nada foi feito ainda.” Edinger defende também que o público hoje está mais preparado para entender esse tipo de trabalho. Segundo ele, a tecnologia digital popularizou o acesso às imagens e está ajudando a sofisticar o olhar do espectador. (EDINGER in TONON, 2012, p.50)

O importante deste parágrafo é que ele sai do contexto do “mundo artístico”, buscando relacionar o assunto com a dimensão mais ampla da sociedade que vem se modificando com o desenvolvimento das tecnologias de produção de imagens e de comunicação. Os interpretantes produzidos pelas fontes a partir das questões colocadas pelo repórter sobre as informações disponíveis contribuem para a ampliação da ação sígnica.

Pelo fato de serem signos da presença de falas ou pensamentos dos entrevistados, especialmente quando estão no discurso direto, entre aspas, tratam-se de sinsignos. Podem ser vistos também, quando expõem uma ideia já arraigada, uma réplica de um legissigno. Pelo fato de que os museus de arte terem departamentos voltados para a fotografia, como a própria matéria atesta, e ser facilmente verificável no cotidiano o uso de câmeras digitais, suas afirmações são réplicas de legissignos, que também podem ser vistos do ponto de vista do interpretante, como argumentos. A utilidade de observar todas essas classificações é perceber de forma cada vez mais nítida como se constituem as ações sógnicas e como elas fazem parte das práticas do jornalismo cultural, atualizando ideias sobre a cultura.

Outro sinsigno listado é o site Fotospot, do qual participa um dos autores das fotos reproduzidas, Cássio Vasconcellos, que vende “tiragens originais limitadas de artistas com qualidade ‘museológica’, ou seja com apresentação e impressão iguais às de museus e galerias.” (TONON, 2012, p.50) Note-se que a palavra “museu” aparece repetidamente como um legissigno de legitimação dos trabalhos reconhecidos como arte. Também é citado o fato de que artistas como Mario Cravo Neto e Cláudia Jaguaribe estão participando do projeto e que foram vendidas 470 imagens, com preços entre 450 e 2,9 mil reais. O texto destaca que, para que houvesse valorização, foi necessário restringir a reproduzibilidade das fotos, estabelecendo um limite máximo no número de exemplares, que não passam de dez. O valor financeiro que, afinal de contas, corresponde ao valor enquanto mercadoria, também acaba sendo um legissigno de valorização da arte, por mais que se queira negar isto no campo da arte. Também o nome dos artistas, como um sinsigno alçado à função de uma marca, é relacionado de forma a produzir sentido.

Antes de anunciar as fotos que aparecerão nas demais páginas, o texto apresenta um sinsigno no plano internacional: a fotografia mais cara até 1999 em um leilão da Christie’s de Nova York, do alemão Andreas Gursky, que ultrapassou o preço recorde de um autorretrato da norte-americana Cindy Sherman. No plano artístico, os nomes de autores reconhecidos, funcionam como legissignos correspondentes à legitimação do trabalho, que aqui também vem associado ao valor mercantil.

As fotos que ilustram as páginas são apresentadas como “imagens inéditas de quatro fotógrafos brasileiros que representam justamente esse momento de euforia da fotografia de arte no Brasil” (TONON, 2012, p.50).

Na página 51 aparecem mais duas fotos de gUi Mohallem de uma série sobre a festividade celta do Beltane, “uma festa pagã, que marca o início da primavera, vai virar

livro neste ano”. Como vai ocorrer em todas as legendas, o jornalista trata os ícones de forma a salientar com poucas palavras o tipo de intervenção criativa produzida por seus autores sobre a realidade captada. Aqui é colocado em evidência sobretudo o destino que o processo criativo terá como produto cultural.

O ícone, desta vez com um caráter fortemente indicial, mostra grupos de jovens em meio à mata, como se estivessem isolados em um acampamento em algum tipo de ritual. É importante salientar que, na fotografia, além da escolha do tema, existe sempre um amplo leque de opções criativas, que passam pelo tipo de equipamento usado, as formas de captação da luminosidade, enquadramento, etc. Sem falar que hoje as técnicas digitais permitem formas de manipulação que antes só eram possíveis com tintas e pincéis. Para a compreensão dessas opções, a principal ferramenta de que o jornalista dispõe é a técnica da entrevista, de forma a entender melhor quais são os interpretantes produzidos pelo autor em seu trabalho, produzindo muitas vezes signos que tem muito mais caráter de ícones do que de índices, como foi observado na reportagem anterior também sobre a fotografia.

Nas páginas 52 e 53, aparecem as fotos de Claudio Edinger. Retratando os ambientes urbanos de Veneza, na Itália, o fotógrafo, como informam as legendas, “[usando] quase sempre uma câmera de grande formato,... fez do ‘foco seletivo’ uma espécie de marca registrada” (TONON, 2012, p.52). O texto verbal produz sentido enfatizando o objeto imediato, que seria o “foco seletivo” em meio a imagem desfocada, estabelecendo assim uma semiose em relação às imagens, que têm um caráter fortemente expressivo por captarem o ambiente de forma pouca nítida, enfatizando as sombras e a meia-luz. O artista toma Veneza como objeto dinâmico, mas o fundamento dos signos que produz são o que ele chama de “assombrações”, o que também aparece nas legendas. O amplo espaço gráfico destinado às fotos é um dos grandes méritos da edição, estando à altura dos catálogos de exposição.

Com o nome “A Praia”, outra foto ocupa duas páginas, a 54 e a 55, com autoria de Cassio Vasconcellos. “Trata-se de uma composição com mais de 80 diferentes fotografias, tiradas no Brasil, em praias do Guarujá. Ubatuba, Rio de Janeiro, Angra dos Reis, Trancoso e Fortaleza. A praia do Peba, em Alagoas, serviu de base: são de lá a areia, o mar e as ondas” (TONON, 2012, p.54) Como a legenda informa, trata-se de um falso índice, como tende a acontecer com a fotografia, estando perpassado pela criatividade e intenção simbólica do autor.

As fotos que encerram a reportagem são de Luiz Braga, que desenvolveu uma técnica que batizou de “nightvision”, usando um filtro coreano e uma velocidade muito baixa. Em uma das suas belas fotos aparece uma praça de Paris e na outra uma roda gigante na cidade paraense de Ajuruteba. Ambas paisagens lembram fotos antigas e também algo entre o entardecer e o amanhecer, algo que não é plenamente dia nem noite.

Apesar da satisfação propiciada pelo contato com a obra desses artistas em duas páginas amplas da revista, há a falta de uma maior elucidação do processo criativo, com a descrição de dicentes e argumentos que constituem o seu processo criativo.

O que está em conta no texto verbal é sobretudo o reconhecimento da fotografia pelas instituições e mercado da arte. A produção de sentido em relação à fotografia é dada principalmente pela qualidade das reproduções e pelas informações das legendas que situam geograficamente os assuntos, além de algumas pistas essenciais sobre as propostas dos artistas. Neste primeiro estudo, observa-se a necessidade sobretudo de referenciar o reconhecimento da fotografia pelas instituições o mercado da arte, mais do que explorar as semioses propostas por suas obras. Dessa forma a intenção de democratizar a arte ou a cultura torna-se questionável, embora seja louvável o acesso que se tem ao trabalho dos fotógrafos através destas reproduções de alta qualidade, que merecem com certeza serem guardadas em nossos arquivos de revistas. Embora haja a promessa de originais diferenciados, aqui se tem uma certa vivência da produção fotográfica contemporânea.

## REFERÊNCIAS

A LISTA de Bravo!: Ursula Sprecher e Andi Cortellini. **Bravo!:** música, cinema, literatura, artes visuais, teatro, dança. São Paulo: Abril, ano 14, n. 173, jan. 2012, p.16-17.

**ANTENORE**, Armando. Os poderes sobrenaturais do sal grosso. **Bravo!:** música, cinema, literatura, artes visuais, teatro, dança. São Paulo: Abril, ano 15, n. 182, out. 2012, p.10.

**ANTENORE**, Armando. Por que a revista BRAVO! acabou? **O Blog das Perguntas**. São Paulo: Abril, 1º ago 2013. Disponível em: <<http://super.abril.com.br/blogs/oblogdasperguntas/2013/08/01/por-que-a-revista-bravo-acabou/>>. Acesso em: 18 ago. 2014.

**Bravo!:** música, cinema, literatura, artes visuais, teatro, dança. São Paulo: Abril, ano 14, n. 173, jan. 2012.

**Bravo!:** música, cinema, literatura, artes visuais, teatro, dança. São Paulo: Abril, ano 15, n. 182, out. 2012.

TONON, Rafael. Prestígio dividido. **Bravo!**: música, cinema, literatura, artes visuais, teatro, dança. São Paulo: Abril, ano 14, n. 173, jan. 2012, p. 48-57.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: Porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004.

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

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2000.

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