

## 5.

### **Serrote e ZUM são o Instituto Moreira Salles**

As revistas Serrote e ZUM são apostas editoriais recentes do Instituto Moreira Salles (IMS). A partir da observação bibliográfica descrita anteriormente, serão apontados, neste capítulo, um conjunto de reflexões que torna possível a percepção das revistas como instrumentos de exibição pública do Instituto. Nesse sentido, serão analisadas as entrevistas realizadas e o papel dos editores e dos designers no processo de intermediação na construção das revistas. A Serrote e a ZUM obedecem a propósitos que marcam a posição estratégica do Instituto no campo da produção intelectual brasileira e, nesse contexto, suas características contribuem para configurar a imagem pública do IMS.

Para trilhar esse percurso, faz-se necessário recorrer, primeiramente, a argumentação acerca dos aspectos sociais ligados ao investimento em bens simbólicos para, em seguida, delinear tais proposições com os discursos colhidos nas entrevistas, como forma de analisá-las.

## 5.1 Investimento em bens simbólicos

Para levar adiante o pensamento acerca da constituição do projeto editorial das revistas *Serrote* e *ZUM*, faz-se necessário retomar alguns conceitos traçados nos tópicos apresentados anteriormente. Sabe-se da importância do conceito de *capital simbólico* nesta dissertação. Lebaron (2017), respaldado nos estudos de Bourdieu, define *capital* como um estoque de recursos que são detidos por um indivíduo, família e demais agentes ou grupos sociais. “Um capital é também uma forma de ‘segurança’, especialmente do ponto de vista do futuro; tem a característica de poder, se investido e acumulado de modo mais ou menos ilimitado em outras formas de capitais” (Ibidem, p. 101).

Dessa forma, entende-se que o poder de cada agente ou organização depende dos tipos de recurso ou capital que este possui em comparação aos demais. Nessa perspectiva, é possível perceber que um indivíduo ou organização nunca existe isoladamente, mas está inserido em um espaço de disputas por bens escassos em que são elaboradas estratégias que têm por objetivo a manutenção ou a prospecção de novos capitais. Dessa maneira, a posição ocupada por grupos e indivíduos varia de acordo com o volume e a organização de um ou mais capitais adquiridos ao longo de sua trajetória social.

A suposição antropológico-filosófica agonística que perpassa toda a sociologia de Bourdieu é a de que atuar no mundo social significa necessariamente engajar-se em *arenas de competição* por certos tipos específicos de lucros materiais e/ou simbólicos, fazendo-se uso estratégico consciente ou inconsciente, para tanto, de certos meios ou “capitais” socialmente legitimados de disputa, [...] (PETERS, 2006, p. 110).

Nesse contexto, deve-se questionar de que capitais é constituído o Instituto Moreira Salles. Para iniciar esse percurso, é necessário olhar para a história dos Moreira Salles. Retomando a trajetória biográfica, traçada nos dois primeiros capítulos, é possível observar a consolidação do capital econômico da família pelas vias da fundação do banco e das demais aquisições e fusões realizadas ao longo de seu percurso.

Em paralelo, pode ser observada a obtenção de capital social, por iniciativa de Walther Moreira Salles. Como banqueiro e diplomata, Walther consolidou uma ampla rede de relações sociais a partir do contato com pessoas do seu ciclo profissional, principalmente no âmbito da economia e das relações burocráticas no Estado. Como mecenas artístico na década de 1950, realizou investimentos em bens culturais.

Percebe-se que desde que Walther assumiu os negócios da família e ampliou as frentes de investimento, passou a expandir o seu capital social ao construir laços pessoais sólidos – seja a partir dos contatos realizados nas reuniões de negócios, seja a partir da ocupação de postos importantes na administração pública brasileira com interface internacional.

A existência de uma rede de ligações não é um dado natural, nem mesmo um “dado social”, constituído de uma vez por todas e para sempre por um ato social de instituição (representado, no caso do grupo familiar, pela definição genealógica das relações de parentesco que é característica de uma formação social), mas o produto do trabalho de instauração e manutenção do que é necessário para produzir e reproduzir ligações duradouras e úteis, aptas a proporcionar ganhos materiais e simbólicos (BOURDIEU *apud* MARTIN, 2017, p. 114)

A fundação do Instituto faz parte desse movimento, constituindo-se como um investimento “desinteressado”. O investimento em bens simbólicos, sem o imediato interesse econômico, pode ser interpretado como uma estratégia dos agentes detentores de capital de agregar outras formas de capitais valorizadas coletivamente.

O capital econômico, sob a forma dos diferentes fatores de produção (terras, fábricas, trabalho) e do conjunto de bens econômicos (dinheiro, patrimônio, bens materiais) é acumulado, reproduzido e ampliado por meio de estratégias específicas de investimento econômico e de outras relacionadas a investimentos culturais e à obtenção ou manutenção de relações sociais que podem possibilitar o estabelecimento de vínculos economicamente úteis, a curto e longo prazo (CAZELLI, 2005, p. 40).

A aposta no Instituto Moreira Salles parece revelar uma estratégia familiar – inicialmente do fundador Walther Moreira Salles e, posteriormente, dos seus sucessores – de conduzir um centro cultural que não estivesse vinculado aos interesses econômicos do banco. Esse investimento “desinteressado” na cultura, sem necessária vinculação com o capital econômico, diz respeito a estratégia de reconversão de capital. Para Martín Criado (2017), as estratégias de reconversão fazem parte das estratégias de reprodução. Este último, por sua vez, pode ser entendido da seguinte maneira:

Cada indivíduo ou grupo social se define por uma estrutura e volume de capital. A estrutura de capital remete ao peso relativo das diferentes espécies de capital (econômico, cultural, simbólico, social) que possui. [...]. Um indivíduo ou grupo, em suas estratégias de reprodução, tende a continuar acumulando as mesmas espécies de capital que já possuía (Ibidem, p. 304).

Já a estratégia de reconversão ocorre quando são visualizadas oportunidades, nem sempre conscientes, de obtenção de novos capitais. Vale citar, por exemplo, os investimentos em bens simbólicos realizados pelos agentes do capital econômico como forma de obtenção de capital simbólico. “A estratégia de reprodução que se

impõe é a reconversão de capitais: a utilização de uma espécie de capital para acumular outras espécies de capitais mais rentáveis, acessíveis ou legítimas” (Ibidem, p. 304).

Importante destacar esses aspectos como uma forma de relembrar que a constituição histórica da ascensão da família cumpre um propósito no qual o Instituto Moreira Salles faz parte. Nesse contexto, Cazelli (2005) afirma que os agentes adotam essas estratégias a partir da compreensão de que as formas de capitais nunca são distribuídas igualmente entre todos.

Trazendo o debate para a esfera do mercado editorial, Thompson (2013) afirma que as organizações, a partir do investimento em publicações, “procuram acumular capital simbólico (...), em parte porque é importante para sua imagem, e para a maneira como elas querem ser vistas, como organizações que publicam trabalhos de alta qualidade” (Ibidem, p. 14). O estudo dos bens simbólicos deve ser compreendido como “um jogo de relações sociais de produção, circulação e consumo simbólico onde tais relações são engendradas e onde se definem as funções sociais que elas cumprem objetivamente em um dado tempo” (Bourdieu, 1986, p. 32).

Dessa forma, elaborar uma análise acerca dos processos de edição pode revelar as estratégias de quem os financiam, à medida que os objetos que servem de suporte aos textos são percebidos como artefatos resultantes de relações sociais e culturais. Assim, a análise da organização dos impressos, e dos fenômenos a eles subjacentes, é, em grande medida, a análise das posições e dos interesses dos agentes individuais, grupais e institucionais.

## 5.2 Serrote e ZUM como imagem pública

Neste tópico, passa-se a analisar a constituição do projeto editorial das revistas Serrote e ZUM. Situadas na categoria de produção simbólica, as dinâmicas visualizadas na produção das revistas, a partir das suas relações sociais de produção, oferecem um modo de se compreender o posicionamento social do IMS.

As entrevistas revelaram que a proposta de criação da Serrote e da ZUM partiu do próprio Instituto Moreira Salles e, no caso específico da ZUM, de Thyago Nogueira. As revistas levaram cerca de um ano sendo pensadas até a publicação do primeiro número. No caso da Serrote, o projeto editorial contou com Matinas Suzuki Jr., Samuel Titan e Daniel Trench. Já o projeto da ZUM contou com o editor Thyago Nogueira e Elisa Von Randow, além de Samuel Titan.

Pensada a trajetória dos agentes responsáveis pela constituição do projeto e condução das edições das revistas, incluindo aqui a figura de Paulo Roberto Pires, pode-se constatar que todos acumulam experiências consolidadas nas atividades de edição. Isso revela a existência de um outro tipo de capital na constituição das apostas editoriais do Instituto Moreira Salles, o capital humano. De acordo com Thompson (2013), dentro da atividade editorial, o capital humano consiste na capacidade da organização de se cercar de profissionais consagrados, de ampla experiência, como forma de garantir os melhores resultados no trato com o texto, seleção e relação com os autores. O sucesso de uma organização dentro da lógica editorial “depende (...) da capacidade de atrair e manter os editores altamente motivados; (...) capazes de identificar e adquirir novos projetos com chance de sucesso e (...) de trabalhar efetivamente com os autores para maximizar o potencial desses projetos” (THOMPSON, 2013, p. 12).

Na entrevista, Daniel Trench revela sua íntima relação com o universo da cultura desde a infância. Discursos como o do designer parecem representativos para ilustrar outro espectro de capital humano presente na instituição. Sabe-se que há diferentes formas em angariar familiaridade com os bens culturais. Para Bourdieu (2011), aquele que adquire intimidade com o universo cultural na infância – pela relação familiar – possui uma capacidade maior de estabelecer uma relação de liberdade, de segurança em suas escolhas, e de audácia em seus projetos. Nesse contexto, o *habitus* configurado no designer de aproximação ao mundo dos livros, reverbera no modo como ele lida com o mundo cultural e nos bens simbólicos que ele

ajuda a produzir. Não muito diferente é o caso da designer Elisa Von Randow, que se viu influenciada pelo pai à medida em que ele adquiria produtos de tecnologia avançada para a época, fazendo-a ter intimidade precoce com os conhecimentos necessários para o exercício da profissão.

Acerca das revistas, percebe-se, nas falas dos editores e designers, que ambas foram constituídas a partir da vontade de explorar algo pouco cultivado nas demais revistas brasileiras. No caso da *Serrote*, o desejo de editar uma revista só de ensaios é percebido como uma ruptura, visto que este é um gênero pouco explorado pelas demais revistas nacionais. Na *ZUM*, nota-se a preocupação de editar dentro do universo da fotografia contemporânea a partir da apresentação de ensaios inéditos ou pouco conhecidos. Tais afirmações vieram seguidas do entendimento de que as revistas dialogam muito mais com as publicações estrangeiras do que com as brasileiras.

Os editores as entendem como instrumentos intelectualmente independentes do IMS, embora dependam financeiramente dos repasses do Instituto. Argumentos acerca da liberdade na circulação de ideias foram repetidos por ambos, e revelados que as escolhas editoriais e de design na constituição das edições são frutos unicamente da proposta editorial das revistas, desvincilhando-se dos objetivos institucionais do IMS. Entende-se também o papel de relevância que é dado aos editores, percebidos como os intermediadores do processo, a quem cabe a função de coordenar a revista em todas as fases.

Sabe-se que a atividade de editar está relacionada a prática de “tornar público”, percebida como uma tarefa intermediária entre o texto e o leitor. Bragança (2005) destaca o editor como aquele responsável pela decisão do que deve ser exposto, a quem cabe a resolução do que deve ser ou não levado adiante na configuração de uma edição. “É neste lugar de decisão e de comando, e de criação, que está o coração do trabalho de editor” (Ibidem, p. 222). O autor também percebe o editor como uma espécie de juiz, a quem cabe a função de selecionar as possibilidades existentes no mercado de bens culturais e torná-las públicas, de forma palatável, ao consumidor pretendido.

Segundo Medeiros (2015), a importância do editor está no seu papel de mediador cultural. Ao editar e publicar, a ele é conferido o poder de transporte da “verdade” em forma de texto. “O texto editado – pressupondo por isso atuação

editorial – é visto como verdadeiro e recomendável, emergindo a intervenção editorial como outorga de verdade e autorização” (Ibidem, p. 32).

Os estudos delineados por Bourdieu (1996) nos fazem compreender que as regras de edição – desenhadas a partir da atividade do editor – se configuram, muitas vezes, a partir de estratégias que não escapam às condições que circunscvem o mundo social. A edição pode ser interpretada como um processo de produção simbólica – uma vez compreendido que os mesmos recursos nunca estão disponíveis igualmente para todos os agentes do campo analisado – em que as relações constituídas são reflexos das relações de poder. Sob esse ponto de vista, conforme explica Gisele Sapiro (2011), todos os campos, inclusive o editorial e o literário, revelam posições que demonstram a existência de capitais específicos e divergentes entre os agentes inseridos neles. Isso revela que, no caso do campo editorial, as escolhas realizadas decorrem, muitas vezes, da posição ocupada pelos agentes na estrutura social. Dessa maneira, Medeiros (2015) atesta que o ato de editar é guiado por interesses e estratégias que nem sempre são movidos pelo retorno financeiro.

Se por um lado as edições das revistas *Serrote* e *ZUM* são percebidas como produções diferenciadas do que vem sendo elaborado no Brasil e como instrumentos de liberdade quanto à veiculação dos materiais institucionais do Instituto, por outro, elas também podem ser compreendidas como um modo de difusão de outras visões de mundo não diretamente relacionadas aos objetivos iniciais de conservação da cultura e memória brasileira: suas escolhas editoriais podem ser interpretadas como divulgadoras de ideias complementares ao que se é cultivado dentro do Instituto Moreira Salles. Aos editores, nesse processo, parece caber a realização de discussões e provocações que podem não encontrar terreno sólido dentro dos demais setores do Instituto.

Para isso, os editores constituem uma rede de relações paralelas, na qual nomes de autores e temas vão sendo sugeridos por pessoas de dentro e fora da instituição, e assim, realizadas seleções acerca de quais assuntos podem contribuir com os objetivos da proposta editorial. Silva (2014) cita, em uma perspectiva bourdiesiana, que a formação de um conselho editorial<sup>1</sup> (formal ou informal) serve, muitas vezes, para agregar capital social e simbólico à organização, “tendo em vista que geralmente esses membros são figuras respeitadas no campo em que atuam,

---

<sup>1</sup> A *ZUM* e a *Serrote*, que já possuíram conselhos formais, contam atualmente com um conselho informal.

participando geralmente de júris, revistas e jornais influentes, universidades, entre outros” (Ibidem, p. 69).

A função de editar, nesse contexto, é observada como uma escolha “não aleatória”, conforme descrito em Medeiros (2015), de representar ideias, oferecendo resultados materiais (objeto) e imateriais (a ideia acerca do objeto) do modo de ver o mundo e de formulá-lo. “Editar é, neste sentido, oferecê-los à fruição – que pode passar pela leitura ou somente pela posse – a partir de premissas enunciativas” (Ibidem, p. 40).

O diálogo entre os editores e os designers também foi apontado por todos como um ponto importante na concepção das mudanças delineadas nas revistas, ocorridas a partir da percepção acerca das necessidades que deveriam ser sanadas no projeto inicial. Tais mudanças foram instituídas, muitas vezes, em reuniões ocorridas durante o processo de produção dos exemplares, momento em que, conforme ilustrado por Daniel Trench, “a sugestão de um serve de gatilho para o pensamento do outro”.

Os entrevistados parecem concordar que o projeto de uma revista está sempre em execução, variando de acordo com a proposta e o momento da época. Conforme argumentado em Argan (1992), “o projeto é um projetar contínuo, é exercer sempre uma crítica sobre a existência, e supor qualquer coisa de diferente e evidentemente melhor” (Ibidem, p. 07).

Autores como Souza Leite (1997) destacam a participação do designer no processo de construção do sentido do objeto. O modo como selecionam forma, cor, textura, entre outros aspectos, funciona como ponte do projeto, traduzindo, muitas vezes, anseios sociais e institucionais.

Ao designer, podemos nominá-lo maestro de uma polifonia, [...]. Assim, claro operador em um mercado simbólico, sua competência em trafegar em um sistema complexo de discursos interagentes, onde a noção de interdiscursividade se faz absolutamente necessária [...] (Ibidem, p. 05).

Souza Leite (2012) acrescenta que, uma vez percebida a importância do designer, não há como escapar dos debates que circunscrevem a operação social que ele articula. Como exemplo, cita o design modernista (século XX), que se comprometia em configurar objetos plasticamente articulados com o propósito de mudança social, associados à ideia de progresso e modernização.

Nesse exemplo, é possível identificar que o objeto e suas configurações estéticas são também um instrumento de propagação de ideias que circunscrevem o

mundo social. Pensar a ação do design, neste sentido, é perceber que a ele também cabe a construção de uma mensagem, “nessa operação, seus elementos são sinais aos quais confere o valor de símbolos” (Souza Leite, 1997, p. 05).

Isso parece ficar claro nos casos citados pelos designers das revistas *Serrote* e *ZUM*. Daniel Trench e Elisa Von Randow percebem a importância do peso que a seleção imagética e tipográfica exerce sobre as páginas, servindo, muitas vezes, para trazer novos comentários e novas opiniões. Para Elisa, o ensaio *Na antessala da morte: retratos do genocídio do Camboja* representou um momento desafiador, em que foi preciso organizar elementos que não estetizassem o tema tão complexo. Já Daniel, no ensaio intitulado *Erguer, acumular, quebrar, varrer, erguer...*, procurou demonstrar a força da grande “onda” feminista a partir da intensidade cromática dos desenhos da artista Sandra Cinto. Nesse sentido, é possível perceber a fundamental relevância que o design exerce como ferramenta tradutora das aspirações do projeto editorial.

Nesse contexto, segundo os estudos de Bonfim (1997), o designer tem, entre as suas funções, a capacidade de materializar a dinâmica dominante do contexto em que está inserido. Para o autor, o design atua como “instrumento para a materialização e perpetuação de ideologias, de valores predominantes em uma sociedade, ou seja, o designer, consciente ou não, reproduziria realidades (...), embora poucos aceitem a faceta mimética de sua atividade” (Ibidem, p. 32). Nesse contexto, situada nas discussões de Bourdieu (2011) acerca da construção social do gosto, sua atividade serve também para unir ou separar aqueles que possuem categorias semelhantes ou divergentes às seleções e modificações envolvidas no projeto.

Nesse sentido, as mudanças e seleções realizadas nos projetos editoriais das revistas nunca podem ser vistas como simples “arrojos estéticos”. No caso da *Serrote*, entre outros aspectos citados, as três fases que permeiam a seleção das ilustrações nos exemplares da revista – fotografia, representando a primeira fase; artes plásticas/pinturas, representando a segunda fase; e obras ligadas às artes gráficas, representando a terceira fase – provocam aproximações e distanciamentos entre os espectadores. No caso da *ZUM*, entre outros aspectos, o “projetar contínuo” aparece nas mudanças de títulos, que almejam transparecer simplicidade. Mesmo que esta dissertação não objetive discutir a percepção e recepção dos leitores das revistas, é de suma importância perceber que as soluções projetuais acarretam, assim, em distintas formas de engajamento do público leitor.

A escolha dos colaboradores e o tom do texto também tramitam no jogo das aproximações e distanciamentos. Discursos como o da editora assistente Livia Lima mostram que há, por parte das revistas, a intenção de publicar e de realizar debates em torno de assuntos contemporâneos, muitas vezes periféricos ou não canônicos. Já Paulo Roberto Pires, editor da Serrote, declara que a revista foge dos textos cheios de regras e códigos acadêmicos e a posiciona em debates ideológicos à esquerda, afirmando que ela procura articular a profundidade dos textos com uma linguagem mais universal.

O fato das revistas estarem vinculadas à “economia de bens simbólicos” – que afasta de seu discurso os interesses imediatamente econômicos, segundo a conceituação de Bourdieu (1983) da “recusa do econômico” – e não dependerem da lucratividade para a manutenção dos seus negócios, permite que os agentes envolvidos na produção editorial passem a buscar um vocabulário inerente ao campo artístico, se envolvendo em debates e inquietações que, muitas vezes, não encontrariam apoio se estivessem submetidos às regras da economia de mercado. Isso nos ajuda a pensar o porquê de outros dois aspectos presentes nos discursos dos entrevistados.

O primeiro é referente às escolhas de capas. Ambos entrevistados afirmam que há certos temas, ilustrações e fotos que só revistas com o perfil da Serrote e ZUM podem explorar como capa. Conforme descrito por Daniel e Elisa, a capa corresponde a maior “temperatura” da revista, sendo percebida como a síntese da edição. Isso reafirma que elas são utilizadas como um instrumento de opinião e liberdade. Uma vez distanciadas das categorias de interesse que circundam o mercado lucrativo, não há a preocupação de produzir capas que obtenham retorno lucrativo em número de vendas.

[...] a distância objetiva com relação à necessidade e com relação aos que dela se acham prisioneiros se sobrepõe uma tomada de distância intencional, reduplicação deliberada, pela exibição da liberdade (BOURDIEU, 1983, p. 87).

E o segundo, o modo de produção das edições que, conforme lembram os designers Daniel Trench e Elisa Von Randow, se delineiam a partir de aspectos como: “contato mais artesanal” com todo conteúdo, “imersão profunda” e “maior tempo de dedicação”, características que pouco conversam com as peculiaridades da produção voltada para o mercado, onde questões como “tempo de produção” se mostram relevantes no processo.

A história do design é capaz de fornecer reflexões sobre os posicionamentos ideológicos vivenciados em torno da produção mecanizada (trabalho industrial), e difusão da ideia acerca da importância do contato artesanal e do tempo de dedicação na produção de objetos em momentos específicos. Becarri, Portugal e Padovani (2017) exemplificam o posicionamento ideológico de William Morris frente aos valores “românticos” e “iluministas” na produção. Contra a produção maquinica racional, Morris preferiu o artesanal por acreditar que o processo de industrialização e massificação do objeto o faz perder seu encanto, suas belas formas, tornando-se um artigo de consumo comum. É preciso destacar também que Morris defendia a produção artesanal não apenas pela crença de que os objetos industriais perdiam suas propriedades de “beleza”, mas acreditava que, quando submetidos às leis do mercado e condicionados às relações capitalistas de tempo de produção *versus* lucro, perdiam sua “verdade”. O trabalhador responsável pela produção não mais conseguia colocar seus sentimentos no que produzira, estando fadado a repetir padrões típicos do processo mecanizado, limitando sua manifestação individual.

Nesse contexto, os discursos dos entrevistados, ainda que não propaguem valores românticos, mostram uma preocupação com a valorização do artesanal em detrimento do industrial no processo, bem como a importância da experiência pessoal, da qualidade de tempo e da dedicação na produção das revistas. São concepções que se tornam ainda mais interessantes quando percebidas em discursos como o de Paulo Roberto Pires, ao afirmar que procura um ponto de intercessão entre o que gosta de publicar e o que as pessoas gostam de ler. Essa afirmação acentua a percepção da revista como um instrumento de prazer pessoal. Além disso, Paulo percebe que as revistas “não vendem na proporção de lucro”. Assim, uma vez desvincilhada a necessidade de retorno financeiro, o modo de produção se manifesta a partir de uma maior liberdade no processo de criação.

Entretanto, é preciso pontuar que a “recusa do econômico” não aparece de modo coerente em todas as etapas das entrevistas. Apesar de não estarem vinculadas às necessidades de lucro e de não vivenciarem as pressões típicas do mercado, como a preocupação com o número de vendas, elas contam com um orçamento anual de produção, circunstância que acaba por repercutir nas escolhas do que será levado adiante na publicação. Nesse contexto, revela-se fundamental o gerenciamento dos ativos (capitais) pelos responsáveis ao proporem inovações. No caso das revistas

estudadas, os editores manejam essa pressão a partir de uma seleção que se adequa ao orçamento disponibilizado.

Argumentos acerca da constituição física das revistas também devem ser citados neste capítulo. A Serrote e a ZUM possuem diversas singularidades, a começar pelo acabamento em brochura, considerado fora dos modelos convencionais de periódicos se comparado ao padrão de medidas da ANER<sup>2</sup>. Ao adotarem as medidas de 18 x 24 cm e 21 x 26 cm, respectivamente, como formato de publicação e ao serem constituídas por uma média de 224 e 184 páginas, respectivamente, as revistas se encaixam muito mais nos arquétipos do livro. Outra particularidade está no valor um pouco acima do comumente cobrado pelas revistas brasileiras e na estratégia de circulação adotada: a Serrote e a ZUM são comercializadas pelos valores de R\$ 48,50 e R\$ 57,50, respectivamente, e só podem ser encontradas em livrarias e eventos especializados, optando pela não circulação em bancas de revistas, costume contrário ao adotado pela maioria das editoras de revistas brasileiras. Paulo Roberto Pires as caracteriza como “revistas-livro”, de características “esquisitas” se comparadas às publicações comuns.

Compreender as singularidades, principalmente de circulação de um determinado objeto, auxilia nos questionamentos acerca de qual público pretende-se alcançar. Paulo Roberto Pires percebe a revista voltada mais para o público universitário; Daniel Trench delineia um perfil: alguém com tempo para ler, devido ao conteúdo denso, e de maior poder aquisitivo, dado o seu custo elevado; Livia Lima percebe que o público pode ser mais eclético, se comparado ao público do IMS; Elisa Von Randow sugere um público mais interessado no mundo visual.

Ainda que seja difícil traçar um perfil certo do público das revistas, é possível delinear alguns indícios. Tais sugestões recaem em debates já realizados anteriormente. Como visto, observar as características de um produto significa traçar a posição que este ocupa no espaço social. No caso da Serrote, a circulação restrita a livrarias e feiras universitárias constitui um interessante indicativo de distinção. Por se tratarem de locais íntimos ao universo da cultura letrada, pode-se afirmar que a Serrote não pode ser encarada como uma publicação de cunho popular.

Na ZUM, enquanto publicação voltada para a fotografia, é natural que se perceba um interesse menos restrito às camadas intelectuais. Segundo Bourdieu

---

<sup>2</sup> Associação Nacional de Editores de Revista. Disponível na internet por http em: <<http://aner.org.br/wp-content/uploads/2015/03/guiagraficas.pdf>> Acesso em 02 maio. 2016.

(2006), a fotografia foi por muito tempo um objeto de leitura sociológica, podendo ser considerada a única prática social com dimensão acessível a todos. Dentro disso, e por causa da própria história da fotografia<sup>3</sup> – que explica a sua popularização –, ela, enquanto elemento central da revista, acaba naturalmente atraindo públicos interessados em conteúdo visual, não necessariamente dispostos a adentrar no universo dos debates inscritos no texto.

O fato das revistas circularem em circuitos independentes de publicação e em Bienais de Arte<sup>4</sup> parece revelar a estratégia de atrair novos consumidores interessados no “visual”. Isso fica claro nos discursos de Livia e Elisa, que revelam a existência de uma preocupação extra com o rigor gráfico dos impressos fotográficos, costura e variação de papel. Além disso, a afirmação acerca da recente utilização do papel Munken pelos produtores gráficos em projetos constituídos fora do Instituto reafirma o indicativo de que a revista vem sendo consumida em círculos mais amplos.

Deve ser ressaltado ainda a percepção entendida pela editora assistente Livia Lima: ao compreender que as edições da revista ZUM, em seus conteúdos pouco canônicos dentro do universo da fotografia contemporânea, contribuem também para desestabilizar os consumidores acostumados com o terreno mais sacralizado que tramita no Instituto Moreira Salles. As falas institucionais demonstram a existência de um Instituto pouco aberto à exposição de “terceiros” e a temas *blockbuster* – portanto, sempre submetidos a um conselho de exposições, capitaneado por um curador principal –, justapostos à arquitetura modernista da casa da Gávea, seu principal centro cultural, e ao fator de localização geográfica, que acaba por agregar um público de perfil mais ligado à zona sul da cidade, portanto, de maior renda, entre outros.

Nesse contexto, os consumidores muitas vezes acostumados com os debates restritos ao terreno histórico dos acervos do Instituto Moreira Salles, são acometidos por publicações que fogem a esse “lugar comum”, proporcionando novos debates acerca de questões menos centralizadas, de posição menos conservadora no campo da arte e da fotografia. As falas da coordenação da instituição parecem, em alguns momentos, pouco compatíveis com as falas verificadas nos editores e designers, que parecem muito mais interessados em “democratizar” temas e o espaço para que

---

<sup>3</sup> Para isso, ver: BOURDIEU, Pierre; BOURDIEU, Marie-Claire. **O camponês e a fotografia**. Revista de Sociologia e Política, núm. 26, junho, 2006.

<sup>4</sup> Vale pontuar que o público das Bienais de Arte ainda é muito restrito à classe letrada e intelectual. Para isso, ver: BOURDIEU, Pierre. **Gosto de classe e estilo de vida**. In: Bourdieu – Sociologia. ORTIZ, Renato (org.). São Paulo: Ática. Coleção Grandes Cientistas Sociais, vol. 39. 1983.

artistas contemporâneos possam expor seus trabalhos. Apesar de estarem falando de contextos diferentes, exposições de um lado e revistas do outro, é possível visualizar a distinção de seus propósitos. As revistas propõem uma maior abertura em relação ao que se é organizado no espaço físico da instituição.

Todas essas características, entretanto, não anulam as propriedades restritivas de seu projeto editorial. A ZUM e a Serrote não circulam em bancas de revistas, apenas em livrarias e também possuem um custo alto quando comparadas às demais revistas que se propõem a discutir o universo fotográfico e o universo da cultura em geral.

\*

Assim, o projeto editorial de uma revista, mais do que uma simples elaboração de uma capa e de diagramação adequada, funciona como um modo de construção de ideias, em que escolhas acerca da forma e das circunstâncias pelas quais serão postas em circulação revelam como e por quem devem ser consumidas e apropriadas. Deve-se notar também que a constituição de um projeto editorial não se limita aos aspectos ligados à organização profissional dos agentes que detém a função de editar. Há outros diversos fatores que circundam o processo de edição: as equipes contam com um contexto organizacional que, ao se constituir, também contribui para a configuração das edições.

Todos esses relatos, circunscritos em torno das dinâmicas de um projeto editorial, dão margem para o pensamento acerca da imagem pública do Instituto Moreira Salles. A promoção dos projetos editoriais revela a valorização do trabalho em equipe, pautada na relação artesanal de cuidado na constituição das edições, aspectos que elevam a percepção da experiência individual e visual na construção da materialidade da revista, fugindo da concepção do “industrial”, muitas vezes atreladas a significados negativos como “fechado”, “padronizado”, de “baixo custo” e de restrita liberdade intelectual e artística.

A Serrote e a ZUM contam com editores e designers que, por sua vez, constituem uma rede de colaboradores auxiliando-os na seleção e exposição de diversos temas e artistas, aspectos que demonstram uma dinâmica mais aberta para o recebimento de sugestões, trabalhos e discussões. Nesse contexto, as revistas demonstram um perfil institucional mais acessível, se comparado ao circuito restrito

às temáticas históricas que costumam permear os trabalhos desenvolvidos no espaço organizado pelos acervos do Instituto Moreira Salles.

Desse modo, ao propagarem outras visões de mundo, as revistas aproximam o IMS dos debates mais contemporâneos e descentralizados, consolidando uma imagem institucional mais aberta, características que o permite dialogar com setores menos reduzidos que aqueles normalmente acostumados a circular no principal espaço cultural do Instituto, a casa da Gávea.

As revistas, portanto, conferem ao Instituto Moreira Salles uma imagem mais democrática<sup>5</sup>. Desse modo, é possível afirmar que o Instituto, reconhecido socialmente como referência na conservação, organização e difusão de acervos históricos que permeiam temas como fotografia, iconografia, música e literatura, projeta as revistas como uma oportunidade de aquisição de novos (outros) públicos e, portanto, constitui novas esferas sociais de influência e prestígio.

Ao dar sua voz a partir das revistas, o Instituto Moreira Salles se apresenta às discussões mais contemporâneas, se inserindo em novos debates. As revistas podem ser percebidas como um modo do Instituto angariar manejo com as novas linguagens em circulação no campo da cultura. Em outras palavras, o que se observa é o deslocamento da autoridade de fala acerca dos assuntos de memória para o das discussões e embates contemporâneos. Nesse movimento, o Instituto se posiciona diante da emergência de novos discursos e saberes, deslocando-se no “campo de conflito” (Bourdieu, 1989), buscando uma nova posição privilegiada.

Seus projetos editoriais são constituídos a partir da vontade de explorar gêneros e linguagens pouco experimentadas nas demais revistas brasileiras. Ainda que seja possível visualizar as propriedades amplas das revistas em comparação aos que tramitam no círculo institucional, é possível perceber que elas representam modos de apropriação em ambientes ainda muito restritos às classes mais abastadas, – pode-se afirmar que a expansão operada pelo IMS não objetiva atingir as classes baixas – dado as suas características restritivas de circulação e seu alto custo.

Thompson (1998) cita que a opção por certas características dentro da estrutura social ocorre a partir da visualização de oportunidades:

[...] os fenômenos sociais podem ser vistos como ações intencionais levadas a cabo em contextos sociais estruturados. A vida social é feita por indivíduos que perseguem

---

<sup>5</sup> Para Hall: O termo “democrático” pode ser entendido a partir da ação de propiciar debates acerca de temas variados, constituindo discussões de aspectos centralizados e descentralizados mutuamente. (Hall, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2005).

fins e objetivos os mais variados. Assim fazendo, eles sempre agem dentro de um conjunto de circunstâncias previamente dadas que proporcionam a diferentes indivíduos diferentes inclinações e oportunidades [...] (THOMPSON, 1998: p. 21).

Dessa forma, é possível afirmar que a escolha do Instituto Moreira Salles por conduzir revistas com os perfis da Serrote e da ZUM não ocorre sem propósito. As revistas, ao oferecerem uma face pública mais acessível e, portanto, mais aberta aos debates contemporâneos, representam uma estratégia particular do Instituto em alcançar uma imagem de distinção em setores mais amplos. O Instituto Moreira Salles, ao inaugurar novos debates fora dos interesses vinculados aos setores institucionais, constrói uma nova reputação, passa a dialogar com outras estruturas sociais (indivíduos, organizações, agentes) – adquirindo novos capitais sociais e culturais nos circuitos reconhecidos socialmente, no qual já faz parte e no qual almeja fazer –, exerce formas de distinção ao legitimar sua “voz” e marca, portanto, seu lugar de singularidade e prestígio dentro do campo da cultura e de tantos outros no qual briga por posição privilegiada.