

Projetos de design como projetos políticos: um estudo de caso das revistas Serrote e ZUM*Design projects as political projects: a case study of the magazines Serrote and ZUM*

Rafaela Sarinho & Vera Nojima

Capital simbólico, edição, projeto editorial de revistas

O objetivo deste trabalho é compreender a imagem pública do Instituto Moreira Salles (IMS), a partir da análise das práticas editoriais das revistas Serrote e ZUM, revelando como a materialização de projetos editoriais podem expor o projeto institucional que lhes dá sustentação. O Instituto Moreira Salles é uma organização cultural sem fins lucrativos, que consiste na organização de acervos históricos, na constituição de projetos editoriais e de outras atividades ligadas à preservação da memória brasileira. Como objetos submetidos às regras do mercado de bens simbólicos, as revistas, editadas pelo Instituto Moreira Salles (IMS), configuram-se a partir de dinâmicas que fogem à simples lógica econômica, cumprindo um papel simbólico. É possível afirmar que as dinâmicas em torno dos projetos das revistas possibilitam compreender alguns dos aspectos simbólicos presentes no posicionamento público do Instituto Moreira Salles. Os resultados demonstram que a Serrote e a ZUM podem ser compreendidas como uma estratégia do IMS para alcançar uma imagem pública mais acessível, diferente daquela que estabeleceu ao focar na preservação de acervos. Ao fomentar debates contemporâneos, desvincilhando-se dos assuntos históricos que normalmente costumam permear os setores institucionais estabelecidos em seus espaços físicos, as revistas auxiliam o IMS a deslocar-se na estrutura social e configurar uma nova reputação no campo da cultura e do debate público nacional.

Symbolic capital, edition, editorial projects of magazines

The objective of this work is to understand the public image of Instituto Moreira Salles (IMS) based on the analysis of the publishing practices of the magazines Serrote and ZUM, revealing how the materialization of editorial projects can expose the institutional project that sustains them. Instituto Moreira Salles is a non-profit cultural organization that organizes historical collections and other activities related to the preservation of Brazilian memory. As objects subject to the rules of the symbolic goods market, the magazines, edited by Instituto Moreira Salles (IMS), are based on dynamics that escape the simple economic logic, fulfilling a symbolic role. It is possible to affirm that the dynamics around the projects of the magazines make possible to understand some of the symbolic aspects present in the public positioning of the Moreira Salles Institute. The results demonstrate that Serrote and ZUM can be understood as an IMS strategy to achieve a more accessible public image, different from that established when dealing with the preservation of collections. By promoting contemporary debates, breaking with the historical issues that often permeate the institutional sectors established in their physical spaces, journals help the IMS move within the social structure and establish a new reputation in the field of culture and national public debate.

1 Introdução

Fundado em 1992, o Instituto Moreira Salles (IMS) detém acervos referentes a memória e a história brasileira, divididos entre as temáticas da fotografia, iconografia, música e literatura, com a missão pronunciada de contribuir para a preservação da cultura brasileira. Atuante em três cidades, onde possui sede, o IMS, por meio de mostras e exposições, divulga grande parte dos trabalhos que são realizados dentro dos seus setores institucionais. O Instituto Moreira Salles também organiza publicações editoriais, constituindo um catálogo composto por livros de exposição e por publicações periódicas, com as revistas Serrote e ZUM.

Com o propósito de discutir temáticas que parecem não encontrar terreno sólido para debate dentro dos ambientes institucionais da organização, as revistas Serrote e ZUM são constituídas

Proceedings of the 9th CIDI and 9th CONGIC
Luciane Maria Fadel, Carla Spinillo, Anderson Horta,
Cristina Portugal (orgs.)
Sociedade Brasileira de Design da Informação – SBDI
Belo Horizonte | Brazil | 2019
ISBN 978-85-212-1728-2

a partir de dinâmicas particulares. A Serrote foi lançada pela primeira vez em 2009. É uma publicação quadrimestral de conteúdo ensaístico. “Quem edita a Serrote tem como horizonte o espírito daqueles que viram, no ensaio, o jogo e a felicidade e, no ensaísta, o homem liberto”¹, diz a edição inaugural da revista. A ZUM foi criada em 2011 com o propósito de discutir a temática da fotografia. É uma revista semestral que publica ensaios inéditos de fotógrafos brasileiros e estrangeiros, acompanhados de artigos e textos históricos. No editorial de seu primeiro exemplar, é apresentada como “um campo de debate para a fotografia contemporânea, aberto a todos os que apostam na reflexão crítica e enriquecido por outras áreas, como o cinema, a literatura e as artes plásticas”².

Situadas na categoria de produção simbólica, as dinâmicas visualizadas na produção das revistas Serrote e ZUM, a partir de suas relações sociais de produção, oferecem um modo de se compreender o posicionamento social do IMS. É possível afirmar que as revistas marcam uma posição estratégica do Instituto no campo da produção cultural brasileira contemporânea e, nesse sentido, contribuem para configurar a imagem pública do IMS, articulando aspectos simbólicos no posicionamento público da instituição.

É possível perceber que os investimentos em bens simbólicos, realizados por instituições culturais, respondem ao objetivo de marcar uma posição dessas organizações na estrutura social. Os bens simbólicos, uma vez configurados a partir da pouca preocupação com as exigências competitivas em comparação aos produtos voltados às necessidades de lucro, servem aos propósitos institucionais como instrumentos de demarcação de prestígio e como um modo de aquisição de outras formas de capitais valorizados socialmente, como o capital simbólico.

Thompson (2013) percebe que as instituições culturais se utilizam de publicações editoriais como um modo de constituir capital simbólico. Dessa forma, a partir do investimento em publicações, “procuram acumular capital simbólico (...), 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). As produções editoriais, portanto, se constituem a partir de “um jogo de relações sociais de produção, circulação e aspectos simbólicos onde tais relações são engendradas e onde se definem as funções sociais que elas cumprem em um dado tempo” (Bourdieu, 1986, p. 32). Dessa forma, a análise dos processos envolvidos nas produções editoriais pode revelar as estratégias de quem as financiam.

Percebidos como articuladores, os editores e designers das revistas aparecem como atores relevantes no processo de mediação entre os objetivos editoriais estabelecidos previamente dentro da instituição e a forma como estes são expostos, reverberados nas características das revistas. Os relatos dos editores e designers responsáveis pela concepção das revistas Serrote e ZUM expostos neste trabalho, foram coletados pelas pesquisadoras no ano de 2017, e se apresentam como um material relevante para a reflexão acerca da imagem pública do Instituto Moreira Salles, revelando como editores e designers aparecem como agentes primordiais na constituição simbólica dos projetos editoriais institucionais.

2 Revista Serrote: dinâmicas e sociabilidades de um projeto editorial

Editor e designer

Paulo Roberto Pires, editor-chefe da Serrote, é jornalista e professor da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, com doutorado em Literatura Comparada pela mesma instituição. Daniel Trench, editor de arte da Serrote, é formado em Artes Plásticas e iniciou sua carreira como designer a partir de experiências na faculdade e nos

¹ Disponível na internet por http em: <<http://www.revistaserrote.com.br/serrote-revista-de-ensaios/>> Acesso em 14 mai. 2017.

² Site da revista ZUM. Disponível na internet por http em: <<https://revistazum.com.br/sumarios/>> Acesso em 18 jul. 2017.

trabalhos de estágio em estúdios de design. Ambos revelaram importantes aspectos presentes na constituição das edições da revista Serrote.

Questionado sobre os objetivos editoriais da Serrote, Paulo Roberto Pires afirma que a revista nasceu da vontade de explorar algo diferente de tudo que vem sendo produzido no Brasil: “Vimos no conteúdo ensaístico, uma maneira de explorar um novo campo de publicação no Brasil. Posso afirmar que é uma revista diferente”. Acredita que a maior característica da Serrote está no fato dela ser feita na base da curiosidade: “uma curiosidade intelectual nossa”. Afirma que o trabalho de edição aos moldes da Serrote, exige muita pesquisa por autores e textos que não teriam espaço em outras editorias. Para ele, não há um perfil certo sobre o que vem sendo publicado:

A gente publica desde o cara da esquerda radical, como Alan Badiou, até o George Steiner, que é um cara “reação”. Publicamos também o ensaísta Joseph Epstein, em um ensaio sobre as crianças que são as estrelas da família, sobre os pais que obedecem as crianças. Isso nunca foi publicado no Brasil. Agora nós vamos publicar a Lina Meruane, escritora norte-americana, num ensaio sobre uma outra ideia de filhos, ou seja, é maravilhoso uma mulher escrevendo contra os filhos. Essa é a ideia!

Quando questionado sobre as possíveis semelhanças da Serrote com outras revistas nacionais e internacionais, Paulo afirma que as publicações as quais enxerga uma maior afinidade em relação à Serrote são, a N+1 e a Quarterly Review, norte-americanas; E as francesas, Feuilleton e Paris Review. “Todas navegam entre as características existentes nas revistas literárias, mas com essa pegada do ‘não-ficção’. Nenhuma revista brasileira serviu exatamente como referência para a Serrote”.

Figura 1: Revistas, em sequência da esquerda para a direita: Virginia Quarterly Review, N+1, Paris Review e Feuilleton



Paulo destaca o suporte que o departamento editorial do IMS, sob a gestão de Samuel Titan³ – setor responsável pela produção de livros e materiais institucionais do Instituto –, proporciona a Serrote. Mas enfatiza algo importante: a Serrote, quando foi criada, foi pensada para ser uma revista publicada pelo IMS, mas com uma livre circulação de ideias, ou seja, foi criada para ter liberdade total: “a liberdade é fundamental. Logo, eu não tenho absolutamente nenhuma obrigatoriedade de vínculo com os acervos ou com qualquer atividade do IMS”.

Para Paulo, o Instituto assume um papel relevante no campo editorial brasileiro ao organizar publicações no estilo da Serrote. Segundo ele, só uma organização peculiar é capaz de apoiar um projeto desse porte:

É importante colocar que, de alguma forma, nós estamos um pouco à margem das editoras de mercado. Você não pode ficar pensando no que vende e no que não vende, essas coisas não vendem na proporção de lucro! A gente é uma organização sem fins lucrativos e as publicações refletem isso. Então, meu raciocínio é: fazer coisa relevante, que não tenha lugar na economia de mercado do livro. Pensar em lucro é ridículo

À medida que a versão final da Serrote vai tomando forma, Paulo se reúne com Flávio Pinheiro, superintendente do Instituto Moreira Salles, para que possam discutir os seus últimos

³ Também é docente na Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas do departamento de Teoria Literária e Literatura da Universidade de São Paulo.

detalhes.

Flávio é um super jornalista, então, quando eu estou com o PDF final, a gente passa juntos. Às vezes ele dá umas sugestões, damos uma conversada, mas te afirmo que é tudo muito leve, não precisamos nos reportar, temos total liberdade dentro da instituição.

Segundo Paulo Roberto Pires, as edições da Serrote se organizam de uma maneira muito mais espontânea do que se pode imaginar. Nas primeiras edições, havia um conselho editorial, composto por membros que se reuniam para dar sugestões e ideias para a edição da revista. “Hoje em dia, eu posso afirmar que eu tenho um conselho editorial informal, formado por pessoas que vivem me sugerindo coisas e eu sempre vou ver o que é a sugestão”. Atualmente, conforme atesta Paulo, ocorre muita pesquisa, leitura e discussão de uma grande quantidade de ensaios que aos poucos vão dando forma a uma edição.

Decididos os ensaios, os textos são distribuídos e são feitas novas conversas para que sejam definidos os colaboradores gráficos dos ensaios.

A gente faz uma conversa livre com muita referência na cabeça. E tem coisas curiosas: na edição vinte e um, a gente publicou um ensaio inédito do Roland Barthes que era bastante técnico. E ficamos nos perguntando: como iremos ilustrar este ensaio? Até que Daniel [Trench] sugeriu uma artista argentina chamada Mirtha Dermisache, que faz jornais de caligrafia sem sentido, uma artista incrível. Na Serrote, nós sempre escrevemos uma nota de rodapé com a biografia do artista colaborador e quando fui pesquisar, ela era amiga do Roland Barthes e ele amava o que ela fazia. Então, tem essas coisas surpreendentemente boas.

Sobre a edição da Serrote, o designer Daniel Trench afirma que enxerga Paulo Roberto Pires como um grande maestro, cuja função é coordenar a revista como um todo. “A gente tem reuniões de pauta que vão acontecendo com maior frequência a partir do momento em que o prazo de fechamento da revista vai se aproximando”.

Paulo afirma que, quando se trata de revistas periódicas, sempre será necessário realizar ajustes ou pequenas mudanças – de forma planejada ou não –, como ocorreu na edição vinte da Serrote, mudanças que, na sua opinião, faz dela uma edição emblemática.

Nós fizemos uma mudança no projeto gráfico na edição vinte, que desamarrou a revista, ou seja, agora eu posso abrir ensaios em duas páginas, posso mexer com os títulos [...]. A revista se tornou muito mais maleável, com títulos maiores, ou seja, eu acho que ela “revistizou” um pouquinho mais. Outra coisa que fizemos, a partir do número vinte, é que a gente usa cada vez menos pintura. Quer dizer, a coisa gráfica ganhou uma importância na revista. O pensamento gráfico também entra na revista, conversa com o texto, nos conta uma nova versão.

Daniel Trench também destaca o número vinte da Serrote, quando a revista passa a olhar mais para o universo das artes gráficas. “Publicamos trabalhos tanto do campo do design, quanto do mundo da arte e da ilustração, artistas que trabalham na fronteira entre essas áreas”. Daniel destaca o trabalho de Jonathas de Andrade – publicado na vigésima edição –, artista que apresenta um vocabulário híbrido entre artes plásticas e artes gráficas. “São mudanças, porque uma revista tem que mudar. Eu não acho que há uma ideia de progresso, que uma coisa é melhor do que a outra. São mudanças necessárias, que falam de um momento”.

Sobre o público da Serrote, Paulo destaca que nunca foi feito um estudo específico acerca de seus leitores, mas aposta que a Serrote está mais voltada para o público universitário. Percebe que muitas pessoas conhecem as publicações quando vão à livrarias e, a partir de um primeiro contato, criam uma certa empatia com as características gerais da revista.

Na feira de livros da USP, uma feira que vende livros com descontos, nós comercializamos a Serrote por um custo um pouco menor. As edições acabam no primeiro dia, absolutamente tudo que a gente leva. Eu não sei o público certo, mas tenho o meu palpite: jovens universitários de pós-graduação.

Figura 2: Edição 20. Ensaio visual de Jonathas Andrade.



Já Daniel, acredita que isso foi se definindo ao longo das edições. Afirma que, pelo fato da revista ter uma presença visual forte, acaba atraindo públicos muitas vezes inesperados. De forma geral, acredita que:

Para colocar uma revista como a Serrote na pilha de leitura, este sujeito deve ter tempo para ler. É alguém que precisa ter dinheiro para comprar a revista, pois ela não é uma revista barata. É alguém que se interessa por esse recorte do mundo, isso tudo o torna bastante específico.

Daniel cita que o apelo imagético que vem se delineando e ganhando cada vez mais força na revista, pode vir a ampliar o seu público, conquistando aqueles menos interessados em ler textos ensaísticos como os comumente publicados pela Serrote. Afirma ainda que esse público pode ser o mesmo que possua uma afinidade com o Instituto Moreira Salles, mas isso não é uma regra, visto que, por exemplo, a presença histórica institucional do IMS em São Paulo sempre foi muito limitada, diferente de sua presença no Rio de Janeiro:

O Instituto em São Paulo, até a inauguração do IMS da paulista, tinha uma presença que era muito pequena em Higienópolis, muito diferente da presença que tem no Rio de Janeiro. Lá há uma casa e grande parte das pessoas que lêem a revista conhecem o instituto na Gávea. Grande parte das pessoas que lêem a revista aqui em São Paulo, não necessariamente conhecem a casa da Gávea e talvez, menos ainda, conheceram a galeria de Higienópolis, então esses são pontos de tangência entre o público da revista em São Paulo.

A revista pode ser interpretada, segundo o designer, como uma presença institucional do Instituto Moreira Salles em outras cidades. Não necessariamente na forma arquitetônica e na organização de atividades, mas como uma outra forma de presença física, no formato revista, com uma circulação livre de ideias sobre os mais variados assuntos e debates.

Acerca do financiamento, Paulo Roberto Pires afirma que a Serrote conta com um orçamento anual. Para ele, trabalhar com um custo estipulado exige que a equipe tenha uma atenção redobrada em todas as negociações, principalmente dos direitos autorais dos autores e colaboradores gráficos. “Em uma edição nós temos muitos autores, então, é como se nós produzíssemos muitos livros em uma única edição, são vários agentes literários diferentes envolvidos”.

3 Revista ZUM: dinâmicas e sociabilidades de um projeto editorial

Editora assistente e designer

Thyago Nogueira, editor-chefe da ZUM, tem uma vasta experiência na edição de livros, atuou na Companhia das Letras por cerca de 10 anos, editando autores como Jorge Amado. Livia Lima, editora assistente da revista, trabalhou na Cosac Naify, editora que encerrou suas atividades em 2015, onde era responsável pela edição dos títulos de não ficção e ensaios. Elisa Von Randow, editora de arte da ZUM, possui uma extensa experiência no mercado editorial brasileiro, e também atua como capista na Companhia das Letras. Para esse trabalho foram realizadas entrevistas com Livia Lima e Elisa Von Randow, que apresentaram alguns aspectos da produção editorial da ZUM.

Livia Lima caracteriza a ZUM como uma revista de fotografia “atenada com toda a produção do mundo”, tendo em seu escopo, espaço para fotografias históricas e, mais predominantemente, para as contemporâneas. Enxerga a ZUM como uma publicação diferente no universo das revistas nacionais, uma vez que procura pautar as produções inéditas da fotografia contemporânea brasileira.

Elisa Von Randow, quando questionada sobre os possíveis motivos que levaram o Instituto Moreira Salles a conceber um projeto editorial com o da ZUM, afirma que:

A ZUM surgiu da vontade de se discutir sobre a fotografia contemporânea, porque o Instituto já é uma referência na reserva técnica de fotografias do século XIX e XX. Acho que isso vem da pretensão de continuar nesse mundo da fotografia mas com uma nova linguagem, mais contemporânea. A revista não faz nenhuma menção ao Instituto ou as suas exposições, só em anúncio, ela é totalmente independente. Ela é um complemento.

Explica que, editorialmente, a revista procura misturar trabalhos contemporâneos com textos históricos relevantes, que constituem a base do universo ainda em desenvolvimento da fotografia contemporânea. Destaca entre os ensaios, o assinado por Vilém Flusser, publicado na sétima edição da ZUM, intitulado *A fotografia como objeto pós-industrial*, texto de 1985, em que cita os aspectos “de uma utopia da comunicação” a partir de discussões sobre a fotografia automática. E vai além, cita a importância da ZUM ao publicar textos clássicos e entrevistas com personalidades mundiais da fotografia. É o caso da primeira edição da revista que publicou o clássico *O instante decisivo*, de Henri Cartier-Bresson, texto-base nos estudos sobre a história da fotografia.

Figura 3: Edição 01. “O instante decisivo do fotógrafo”, Henri Cartier-Bresson.



Sobre o processo de edição, Livia Lima afirma que tudo ocorre de maneira autônoma em relação ao Instituto. O fluxo de pauta da revista é delineado a partir de pesquisas realizadas por ela e por Thyago. “A partir de uma ideia, determinamos o que vai ocorrer tanto do ponto de

vista visual – que é a questão central da revista – quanto do texto. Publicamos o que é relevante, desde que não tenha envelhecido”.

Questionada sobre a estruturação do sumário, Livia explica que esse trabalho fica a cargo do editor-chefe e da designer, que se preocupam em proporcionar um percurso visual diferente ao longo das páginas. “Imagens coloridas seguidas de imagens em PB, uma mais enquadrada, outra menos. Variação de posicionamento ou de época de publicação, questões que podem ajudar a fazer uma boa mistura”.

Para Elisa, as capas são o ponto alto das edições da ZUM. Entre suas preferidas está a capa da fotógrafa Katy Grannan – publicada na quarta edição da ZUM – que representa, na sua opinião, uma das capas mais interessantes e curiosas da ZUM. “Tem certas fotos que só a ZUM pode colocar em uma capa, a gente não tem essa preocupação com a venda. Amo a capa da décima edição, com foto de Tatewaki Nio. Amo a edição de número onze da ZUM”.

De certa maneira, a gente usa a capa como uma opinião mesmo. Na edição treze, por exemplo, estamos discutindo o tema transgênero, sobre o corpo, sobre a censura. A ZUM busca um diálogo com as questões contemporâneas e com as demandas políticas que atravessam o nosso cotidiano.

Figura 4: Edições 04, 10, 11 e 13. Fotos de Katy Grannan, Tatewaki Nio, Zanele Muholi e William Klein, respectivamente.



Sobre o processo de financiamento, Livia afirma que este é um dos principais gargalos da revista. O fato de trabalharem com um custo anual fixo para a produção dos números, faz com que as negociações dos direitos autorais tenham um papel importante no processo.

A revista é sem fins lucrativos, como a própria instituição. Arrumamos formas de conseguir descontos para licenciar as imagens. Tem coisas que nós não conseguimos dar conta por causa do custo. Tem motivos capitalistas por trás da liberação de uma certa pauta que nós adoraríamos ter dado.

Quando questionada sobre o público da ZUM, afirma que visualiza públicos distintos que possuem pontos de intersecção e de isolamento entre eles. O público pode ser o mesmo do Instituto Moreira Salles, mas arrisca dizer que o público da ZUM é mais eclético. “Acho que o público da ZUM é um pouco mais amplo do que seria o público do IMS”.

Eu acho que o público do IMS ainda é muito ligado a essa questão histórica, mas isso vem mudando. Eu acho que a proposta do Instituto é esse lugar de cultura brasileira, de ser uma referência histórica a partir dos acervos. A fotografia contemporânea está construindo o seu acervo que, por mais que sejam coisas recentes, é acervo. Acervo em formação que servirá, mais para frente, para pesquisas. Então, eu acho que o público do IMS está mudando e acredito que a ZUM vem contribuindo para isso. O IMS pode caminhar para um público mais próximo do da revista, um público que está mais conectado com as coisas do seu tempo.

Ressalva também que a ZUM vem contribuindo para pensar a cultura dentro de um ambiente “menos modernista e elitizado dentro da instituição. Estamos saindo do pedestal de publicar o que já está validado socialmente”. Afirma que a revista se preocupa também em expor temas e assuntos relacionados ao que vem acontecendo no mundo da internet. Cita

como exemplo, a matéria publicada na edição doze, dedicada à personagem “@ex-miss-febem”, criada pela artista carioca Aleta Valente, que, segundo a própria matéria, “[...] no Instagram usava as *selfies*, o exibicionismo e o sarcasmo para afrontar os limites da privacidade e discutir as formas de exposição do corpo feminino nas redes sociais”⁴.

Figura 5: Edição 12. *Vida e morte de @ex-miss-febem*.



Para Livia, isso pode ser percebido como uma forma do Instituto se posicionar frente aos debates contemporâneos. “Já que não se pode ter uma presença fixa em forma de Instituto em todos os lugares, pode-se ter uma presença ideológica”.

Além disso, ressalta a importância da ZUM em levar conteúdos “não canônicos” ao público de maior poder aquisitivo.

Levar esse pensamento para uma classe alta é uma tensão. A revista tem esse posicionamento, não é uma coisa de passar a mão na cabeça e deixar em um lugar confortável. Eu acho que a gente desestabiliza o paradigma do que é belo, do que é considerado uma boa fotografia.

Menciona como exemplo, a matéria publicada na edição treze. Com fotografias de Walter Carvalho, a matéria exibe uma visão sobre o universo do edifício Holiday, localizado no bairro de Boa Viagem, área nobre da cidade do Recife. “É um pensamento sobre um lugar abandonado pelo Estado mas que, ao mesmo tempo, abriga cerca de 3.000 pessoas. É um tema vivo, é uma questão de resistência”. Dessa forma, enxerga o papel da ZUM, também, como um espaço de divulgação dos diversos espaços sociais.

⁴ Edição 12. *Vida e morte de @ex-miss-febem*.

Figura 6: Edição 13. “Edifício Holiday”.



4 Considerações finais

O projeto editorial de uma revista, mais do que a simples elaboração de uma capa e de uma diagramação adequada, funciona como um modo de construção de ideias, em que escolhas acerca da forma e das circunstâncias pelas quais são postas em circulação, revelam como e por quem devem ser consumidas e apropriadas. Todos os relatos, circunscritos em torno das dinâmicas dos projetos editoriais, dão margem para o pensamento acerca da imagem pública do Instituto Moreira Salles.

Os projetos são constituídos a partir da vontade de explorar gêneros e linguagens pouco experimentadas nas demais revistas 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 fruto unicamente da proposta editorial das revistas, desvincilhando-se das atividades tradicionalmente realizadas pelo Instituto.

Entende-se também o papel de relevância que é dado ao processo de edição. Os estudos delineados por Bourdieu (1986) 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. Sob esse ponto de vista, conforme explica Gisele Sapiro (2011), todos os campos, inclusive o editorial, revelam posições que demonstram a combinação de capitais distintos, principalmente, o capital simbólico. Dessa maneira, o ato de editar é guiado por interesses e estratégias que nem sempre são movidos pelo retorno financeiro.

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 de suas edições, 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.

Se por um lado as edições das revistas *Serrote* e *ZUM* são percebidas como produções diferenciadas do que vem sendo elaborado no Brasil, por outro, elas também podem ser compreendidas como um modo de difusão de outras visões de mundo, não diretamente relacionadas aos objetivos iniciais do Instituto de conservação da cultura e da memória brasileira. As escolhas editoriais podem ser interpretadas como divulgadoras de ideias complementares ao que se é cultivado no IMS.

Aos editores e designers, nesse processo, parece caber a missão de realizar discussões e

provocações que parecem não encontrar terreno sólido dentro dos setores tradicionais do Instituto. Para isso, os editores constituem uma rede de relações paralelas, na qual nomes de autores e temas vão sendo sugeridos por pessoas internas e externas a 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 (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, participando geralmente de júris, revistas e jornais influentes, universidades, entre outros” (Ibidem, p. 69).

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. 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. As revistas, portanto, conferem ao Instituto Moreira Salles uma imagem mais democrática⁵.

Desse modo, é possível afirmar que o Instituto, reconhecido socialmente como referência na conservação, organização e difusão de acervos históricos, 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 Moreira Salles se posiciona diante da emergência de novos discursos e saberes, deslocando-se no “campo de conflito” (Bourdieu, 1989), buscando uma nova posição privilegiada.

Referências

- Bourdieu, Pierre. (1983). *A Economia dos Bens Simbólicos*. In: Sociologia. Organizador: Renato Ortiz. São Paulo: Ática.
- Bourdieu, Pierre. (1989). *Une révolution conservatrice dans l'édition*. Actes de la recherche en science sociales.
- Bourdieu, Pierre. (1986). *As regras da Artes*. São Paulo: Companhia das letras.
- Sapiro, Gisele. (2011/2012). *El espacio intelectual en Europa entre los siglos XIX y XXI*. Políticas de la Memória (Argentina), nº 10/11/12, pp.57-66.
- Silva, Leonardo Nóbrega da. (2014). *Projeto gráfico como projeto editorial: um estudo de caso da editora Cosac Naify*. Dissertação – Universidade Federal do Rio de Janeiro. Instituto de Filosofia e Ciências Sociais. Curso de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia.
- Thompson, John B. (2013). *Mercadores de cultura: o mercado editorial do século XXI*. São Paulo: Editora UNESP.

⁵ 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).

Entrevistas

Lima, Lívia. (2017). Entrevista concedida à pesquisadora Rafaela Sarinho. Arquivo mp3 (01h30min). São Paulo: Novembro.

Pires, Paulo Roberto. (2017). Entrevista concedida à pesquisadora Rafaela Sarinho. Arquivo mp3 (59 min). Rio de Janeiro: Setembro.

TRENCH, Daniel. (2017). Entrevista concedida à pesquisadora Rafaela Sarinho. Arquivo mp3 (01h10min). São Paulo: Novembro.

VON RONDOWN, Elisa. (2017). Entrevista à pesquisadora Rafaela Sarinho. Arquivo mp3 (01h02min). São Paulo: Novembro.

Sobre o(a/s) autor(a/es)

Rafaela Sarinho, Doutoranda em design, PUC Rio, Brasil <rafasarinho@gmail.com>

Vera Nojima, PhD, PUC Rio, Brasil <nojima@puc-rio.br>