

Série Cult Movies, lançada em vídeo, inclui alguns dos títulos mais importantes e premiados da década de 90.

Pág. 3

O papel do produtor, um personagem cada vez mais importante na execução de projetos culturais.

Pág. 6

25/02/1999

Páginas culturais

Crescimento no número de publicações especializadas em cultura desfaz a tese de crise no setor

Rodrigo Browne

Até pouco tempo, era muito comum ouvir o discurso de crise, decadência e falta de planejamento no setor cultural brasileiro. Isso gerava ceticismo e os empresários preferiam não investir nessa área. Essa situação tinha tudo para empobrecer a discussão da cultura e levá-la ao fundo do poço. Até que surgiram as leis de incentivo à cultura e redescobriu-se o potencial do mercado cultural do país. Esse vento de otimismo soprou em diversas direções e, junto com os espetáculos, foi criado um novo filão: o da publicação de revistas voltadas para quem produz e consome cultura.

Hoje são dezenas de publicações surgidas em vários estados do país. Só em Curitiba já circulam duas revistas, a *Quixote* e a *Medusa*. Em São Paulo, grande mercado editorial brasileiro, estão algumas das publicações mais importantes do circuito: *Bravo!*, *República*, *Cult*, *Caros Amigos*, entre outras revistas de menor expressão. No Rio a grande novidade é a revista *Veredas*, antes voltada principalmente para a

programação do Centro Cultural do Banco do Brasil e agora com um perfil mais abrangente. Em Porto Alegre quem faz sucesso é a *Aplauso*, cuja linha editorial aponta mais para a produção gaúcha.

O poeta curitibano Ricardo Corona, editor responsável da revista *Medusa*, lembra que sua publicação surgiu um passado com a necessidade de se realizar nestes anos 90 uma crítica cultural mais apurada. Ele explica que o perfil editorial da revista é discutir as divergências e a diversidade da arte contemporânea. "A *Medusa* não quer criar estéticas", esclarece Corona. Ele explica que a publicação quer evitar a "erudição intelectual" e procurar uma linguagem mais acessível sem, contudo, perder a ligação com estes segmentos. "Nós queremos uma superfície de comunicação bem larga. Mas a princípio o leitor deve gostar de poesia e arte e, de certa forma, torna a leitura mais seletiva", comenta.

Em cada edição a revista curitibana investe principalmente em poesia, considerada a "menina dos olhos" e força aglutinadora do projeto, mas seus redatores

também discutem sobre todos os assuntos relacionados com a arte. Em cada edição existe a intenção de se trazer algum artista que esteja à margem do mercado e que, necessariamente, tenha importância para a nova geração. No primeiro número, por exemplo, foi feita uma miniantologia poética de Glaucio Mattoso com direito a entrevista e a um ensaio do poeta. Esse mesmo procedimento foi utilizado nos dois números seguintes.

Quixote, outra publicação local, está voltada para o público que gosta de teatro. "Isso não significa que as outras manifestações artísticas vão ficar de fora", explica seu coordenador comercial, Luciano Lacerda. A exemplo de *Medusa*, *Quixote* também prioriza assuntos relacionados à produção artística no Paraná. Mas existe uma preocupação editorial em estabelecer paralelos com outras regiões e também com questões ligadas aos temas enfocados.

Como a edição é bimensal, em cada número é feita uma agenda cultural sobre os principais eventos que vão acontecer no Paraná.

Lacerda esclarece que o ponto forte da revista são as matérias e artigos que promovem um debate a longo prazo, de forma que as matérias não percam sua atualidade em pouco tempo.

Eixo Rio-SP

A publicação carioca *Veredas* até pouco tempo reproduzia o que acontecia nas dependências do suntuoso Centro Cultural do Banco do Brasil, no Rio de Janeiro. No início do ano ela mudou sua linha editorial, aumentou o número de páginas e passou a debater questões que extrapolam o que acontece nas dependências do CCB. Uma das responsáveis por esta mudança é Valéria Lamego, que divide a coordenação editorial com o jornalista Cláudio Cordovil.

Valéria explica que a intenção é trazer para a publicação discussões culturais que a mídia tradicional não dá conta de abordar, além de creditar ao produto final a qualidade de uma "revista do pensamento". Os textos variam de acordo com o colaborador e podem ganhar contornos de ensaios ou matérias jornalísticas.

São Paulo é o mercado onde existe o maior número de revistas especializadas em cultura. A *Cult* se dá ao luxo de se discutir literatura e temas afins, com ensaios de

peso e crítica literária bem-erudita. Já a revista *Caros Amigos* amplia seu leque de opções também para outras áreas, com ensaios políticos e sociais. Mas as duas publicações que dão o maior ímpeto no país pertencem à mesma editora — a D'Ávila Comunicações — que são as revistas *República* e a *Bravo!*.

A *República* "nasceu" primeiro, em novembro de 96. No começo era uma revista de personalidades que trazia por acréscimo uma agenda cultural com os principais eventos que aconteciam no Brasil. Durante um ano ela funcionou assim e, em outubro de 97, nasceu a *Bravo!*, que tirou a agenda cultural da sua "irmã".

Hoje a *República* basicamente traça o perfil de personalidades brasileiras e internacionais. A parte cultural surge do que seus entrevistados relatam. Para o chefe de redação Reinaldo Azevedo, ela tem o melhor texto do país. "A *República* quer mostrar as pessoas que fazem o Brasil sem, contudo incensar o patriotismo chulo", resume.

No caso da *Bravo!*, Azevedo — que também é redator desta revista —, explica que sua excelente aceitação nacional foi uma surpresa e que, agora, ela veio para ficar. "Não existia no mercado editorial brasileiro

uma revista como a *Bravo!*", diz, "nós apostamos nela contra todas as pesquisas que apontavam que o lançamento não daria certo". Hoje o título é um sucesso com uma tiragem de 50 mil exemplares em todo o Brasil, e um encalhe pequeno de 7% por cento.

Para Azevedo, a *Bravo!* "aconteceu" graças à sinceridade com que trata dos assuntos em cada edição. "Não existe um compromisso com o *establishment*. Apesar de ser uma revista de roteiro, ela não se farta de dizer tudo sobre o que acontece, muitas vezes com críticas duras sobre os 'produtos' da nossa agenda cultural". O chefe de redação explica que o segredo de *Bravo!* está no tratamento dado ao texto: "Fazemos um trânsito nas duas mãos que concilia a 'cultura erudita' com a 'cultura de mercado'. Em certos textos é feita uma 'tradução' da alta-cultura numa linguagem acessível; em outros nós submetemos atividades aparentemente banais a artigos eruditos".

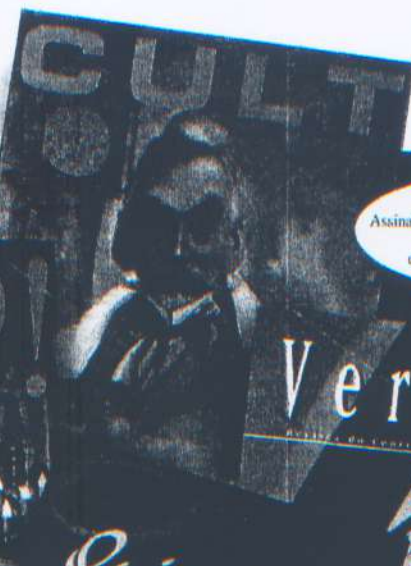
Caros Amigos - 42 mil exemplares. Mensal. Assinatura R\$42 (12 edições). Contatos ☎ 0800-556869. e-mail casamar@uol.com.br

Bravo! - 50 mil exemplares. Mensal. Assinatura R\$60 (12 edições) até esta semana. Contatos ☎ 0800-14-8090. e-mail revbravo@uol.com.br

República - 75 mil exemplares. Mensal. Assinatura R\$60 (12 edições) até esta semana. Contatos ☎ 0800-148090. e-mail assin@divila.com.br

Aplauso - 4.500 mil exemplares. Mensal. Assinatura R\$34,20 (12 edições). Contatos ☎ (051) 800-2214. e-mail phural@pro.via-rs.com.br

Cult - 50 mil exemplares. Mensal. Assinatura R\$41,50 (12 edições). Contatos ☎ 0800-177899. e-mail lemospl@netpoint.com.br



Quixote - 3 mil exemplares. Bimensal. Assinatura R\$12 (5 edições) R\$20 (10 edições). Contatos ☎ 0800-111-1107

Veredas - 20 mil exemplares. Mensal.