

## ***CULT: UMA REVISTA CULTURAL***

Fabiola Alves da Silva\*

À primeira vista pode parecer que este trabalho não se encaixe neste simpósio denominado "A invenção do arquivo literário", que "propõe um debate sobre a função mediadora exercida pelos órgãos responsáveis por preservação, organização e divulgação dos acervos de escritores brasileiros". Por um lado, realmente não se adapta ao que é proposto, pois não estuda um conjunto de escritos de um autor. Mas por outro lado, analisará um arquivo literário, um material de "mediação nos processos de construção de valores", que é o tema geral deste Congresso, e um material que serve de apoio para a reconstrução de um período cultural e que colabora na preservação da memória cultural, dois dos pressupostos deste simpósio.

O arquivo literário referido é o conjunto de exemplares dos três primeiros anos de publicação da Revista *CULT*, o que corresponde a um corpus de 36 números lançados a partir de julho de 1997 a julho de 2000 com o qual se pretende realizar um breve panorama da revista no período já citado e destacar algumas curiosidades que surgiram durante o estudo da mesma, como: o caráter diferenciado do primeiro número em relação aos outros, a presença de dois colunistas que resumem "metaforicamente" através de suas posturas a própria dualidade da revista e a tendência mercantil que a *CULT* apresenta.

A Revista *CULT* é uma publicação mensal destinada à cultura e mais especificamente à literatura. A final de contas não por acaso o subtítulo da revista é *Revista Brasileira de Literatura*<sup>1</sup>. Sua trajetória começa em 1997 no mês de julho. E a coincidência é que neste mês, julho de 2002, a revista completa seu quinto ano de existência e apresenta várias mudanças desde

---

\* Ex-bolsista da Iniciação Científica (PIBIC / CNPq / UFSC).

<sup>1</sup> Cabe mencionar que o subtítulo *Revista Brasileira de Literatura* só aparece na terceira edição. Nas duas anteriores aparece *O mundo das palavras, da cultura e da literatura*.

sua primeira edição. Mas uma das alterações mais significativas ocorreu neste ano, quando ela deixou de lançar sua edição de abril, só voltando no mês seguinte com um novo subtítulo, *Revista Brasileira de Cultura*, e com um editorial que explicava a venda da revista para outra editora.

Os personagens em questão: a Lemos Editorial, antiga dona da *CULT* e a nova dona, a Editora 17. Além de mudar o subtítulo e a editora, os objetivos da revista e o quadro editorial também são modificados. A revista, segundo o editorial, deixará de ser voltada exclusivamente para a literatura e abrirá espaço para a reportagem e a cultura. E Daysi Bregantini, presidente da Editora 17, passa a ser a diretora e a editora da *CULT* no lugar de Manuel da Costa Pinto, ex-jornalista responsável e editor, e Paulo Lemos, diretor da Lemos Editorial.

Nesta nova fase da *CULT* Manuel da Costa Pinto torna-se diretor de redação e os colunistas Pasquale Cipro Neto e João Alexandre Barbosa continuam. Há muitas coisas que poderiam ser comentadas entre as duas fases da revista. No entanto, serão deixadas para outro texto, porque ainda esses números não foram estudados.

Atualmente a Revista *CULT* conta com 59 edições. Dos 36 números analisados foi possível perceber uma estrutura elaborada por matérias que variam a cada exemplar e seções fixas. Algumas das seções fixas são: "Entrevista", "Na ponta da língua", "Memória em revista", "Turismo Literário", "Criação", "Gaveta de Guardados", "Biblioteca Imaginária" e o "Dossiê", sem contar as séries e as seções referentes ao editorial, aos informes e às cartas dos leitores.

A seção "Na ponta da língua" é assinada por Pasquale Cipro Neto e trata sobre questões da língua portuguesa. "Memória em revista", do colunista Cláudio Giordano, traz à tona revistas, periódicos ou outras publicações brasileiras antigas. Uma seção que faz um recorrido por cidades e lugares relacionados à escritores ou intelectuais consagrados ou as suas obras é "Turismo Literário". As seções "Criação" e "Gaveta de Guardados" são semelhantes, ambas publicam textos literários inéditos, a diferença é que a segunda é dedicada a escritores brasileiros que já

estrearam na literatura. "Criação" aparece na 12ª edição e passa a formar parte da seção "Radar *CULT*" no 36º número. O mesmo ocorre com "Gaveta de Guardados" que surge no 22º exemplar da revista. "Radar *CULT*" mapeia a literatura contemporânea brasileira e tem a particularidade de parecer um encarte ou uma revista dentro da revista, pois traz um índice e seções dentro dela.

As seções mais importantes (pelo destaque na capa e no sumário, e pelo número de páginas), geralmente, são: "Entrevista", "Biblioteca Imaginária" e o "Dossiê". A primeira traz entrevistas à personalidades do meio cultural, acompanhadas por uma apresentação do entrevistado e, algumas vezes, por trechos de obras, poesias, listas de livros ou algum tipo de iconografia que esteja relacionado com a pessoa entrevistada. João Alexandre Barbosa é colunista da "Biblioteca Imaginária", que sempre discorre sobre questões de literatura. Esta seção começou a ser publicada na 9ª edição e a partir do 26º exemplar passa a ser denominada "Entre Livros". Já o "Dossiê", possivelmente a seção mais importante da revista pelo número de artigos que engloba, apresenta vários textos sobre um mesmo assunto, geralmente, relacionado à literatura.

Deve-se destacar que a descrição da *CULT* feita acima não pretendeu abarcar todos os detalhes da revista, apenas tratou de mapear brevemente a constituição da mesma.

Do estudo realizado desse período da Revista *CULT* é interessante salientar a diferença de "tom" que existe entre a primeira edição e as demais. Quem acompanhou o percurso dessa publicação percebe que em seu primeiro exemplar há uma atmosfera de crítica, de polêmica, de denúncia, que não parece haver nos outros números. Claro que a *CULT* apresenta críticas ao longo desses três anos, mas o tipo de crítica exibido nesse primeiro número é diferente.

Tudo começa pelo estranhamento que causa a capa, que reproduz uma foto de Ernesto Che Guevara em 1960. Pois em um primeiro momento qualquer pessoa se perguntaria: qual é a relação entre um guerrilheiro e a literatura? A resposta estará nas páginas internas da revista, que explicarão a presença desse personagem na capa. E uma delas é a própria matéria de capa

intitulada "Anatomia do mito", assinada por Manuel da Costa Pinto, que discorre sobre três biografias lançadas nos trinta anos da morte de Che Guevara.

A outra justificativa sobre a fotografia da capa, encontra-se no editorial "Ao leitor", de Paulo Lemos e de Manuel da Costa Pinto, que diz:

A força da linguagem está expressa, por exemplo, pela personagem de nossa matéria de capa, o mito Che Guevara, que há trinta anos fracassou como guerrilheiro, mas acabou se eternizando como ícone de uma geração que queria "a imaginação no poder".<sup>2</sup>

Se for "força" que a *CULT* quer expressar, ela consegue muito bem nesse número com a foto do Che, pois dá a impressão de que seu conteúdo trará um certo espírito revolucionário, subversivo. Entretanto, o artigo sobre as biografias do guerrilheiro argentino não é tão "chocante" como se espera pelo "impacto" da capa. Mas o caráter "explosivo" ou mais "questionador" ficará a cargo de três textos: um sobre o Prêmio Nestlé de Literatura Brasileira de 1997 e os outros dois sobre os cem anos da Academia Brasileira de Letras.

O primeiro artigo referido de Jurandir Renovato é "Prêmio Nestlé – Joio farto e trigo velho", que indaga os critérios de seleção do prêmio, que segundo o autor, encaixa perfeitamente seus ganhadores

numa idéia de mercado cultural na qual o valor de um livro é medido menos pelas suas qualidades intrínsecas de obra de arte do que pela facilidade de circulação, para não dizer de venda mesmo.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> LEMOS, Paulo; PINTO, Manuel da Costa. Ao leitor. *CULT*, São Paulo, nº 1, p. 2, julho de 1997.

<sup>3</sup> RENOVATO, Jurandir. Prêmio Nestlé - Joio farto e trigo velho. Idem, p. 32.

Além de explicitar suas acusações à apuração do prêmio, Jurandir Renovato lança comentários ferinos como: "(...) com um livro na mão e um adjetivo na cabeça é fácil fazer de uma obra-prima papel de embrulho e vice-versa."<sup>4</sup> Ou ainda quando se refere às editoras que seriam também um filtro de seleção na premiação: "(...) resta-nos torcer, nos próximos anos, para que esteja enganado quem disse uma vez ser o editor o sujeito que separa o joio do trigo e publica o joio."<sup>5</sup>

Os outros artigos que possuem essa carga contestadora são "Cem anos de fardão...", de José Geraldo Couto, e "... cem anos de farda e cifrão", de Fernando Jorge. Ambos desmascaram a instituição dos "imortais" ao denunciar a influência que exerce o poder econômico, militar e político sobre a Academia Brasileira de Letras, que deixou de ser "(...) uma torre de marfim, onde se acolhem espíritos literários, com a única preocupação literária (...)"<sup>6</sup>, como pretendia seu co-fundador Machado de Assis. Pois a instituição acolhe entre seus membros: políticos, empresários, militares e outras personalidades de "notório saber" em outras áreas, para exemplificar encontram-se entre os ilustres "imortais": José Sarney, Roberto Marinho, o cirurgião plástico Ivo Pitanguy, sem mencionar muitos outros.

O que há de comum entre esses três textos e que não aparece nos outros da Revista *CULT* é a crítica às instituições consagradas e a maneira irônica como são realizadas. Esse primeiro número tem um quê de militante que dá a impressão de que a revista exibirá em seus próximos números matérias de contestação às instituições de poder, às instituições intelectuais que consagram, ao mercado cultural, em fim, ou estado de coisas que impera no meio cultural

---

<sup>4</sup> Idem.

<sup>5</sup> Idem.

<sup>6</sup> ASSIS, Machado de apud JORGE, Fernando. ... cem anos de farda e cifrão. *CULT*, São Paulo, nº 1, p. 37, julho de 1997.

atual, como a transformação de obras artísticas em produtos comerciais e a qualidade dos produtos culturais que são lançados no mercado.

Resta perguntar: mas por quê essa índole questionadora só aparece no primeiro número? Há uma série de hipóteses que podem ser arroladas, mas será tomada a suposição de que seja uma estratégia comercial. Ponto que será retomado depois.

Outra das curiosidades que foram observadas no decorrer do estudo da Revista *CULT* é uma certa dualidade da publicação que pode ser exemplificada pela posição dos seus dois principais colunistas: Pasquale Cipro Neto e João Alexandre Barbosa.

Essa dualidade tem a ver com o tipo de público ao qual a *CULT* está destinada. Será que ela é uma revista cultural dedicada a um grupo seletivo de especialista na área da literatura ou será que ela está voltada para os interesses de um público leigo atraído por aspectos da literatura e da cultura em geral?

Para responder a essa pergunta se retomará um outro texto sobre a *CULT* que levanta questões sobre um certo equilíbrio que a revista apresenta entre uma "superficialidade jornalística" e uma "profundidade acadêmica", uma representando uma linguagem mais simples, com caráter mais didático e informativo, enquanto a outra voltada para um lado mais reflexivo e crítico.<sup>7</sup> Obviamente, uma dedicada a um público incipiente na área de literatura e a outra para os habituados com o campo. Pelo que se percebe a revista tem a intenção de atingir os dois públicos: o alto e o baixo, ou melhor, o médio, porque com certeza a revista não chega às comunidades carentes, aos analfabetos, aos indígenas, às crianças, e outros.

---

<sup>7</sup> O texto mencionado intitula-se "Reflexões sobre os dois primeiros anos da Revista *CULT* (1997-1999)", de minha autoria, apresentado na II Jornada de Periódicos Literários em novembro de 2001 na Unesp em Assis e será publicado no *Boletim de Pesquisa NELIC*, nº 6, no prelo.

Para agradar a esses leitores a revista investe em colaboradores e em matérias dos dois times, como "Na ponta da Língua", do prof. Pasquale Cipro Neto e "Fortuna Crítica"<sup>8</sup>, de Ivan Teixeira, por exemplo, que desempenham funções educativas, e em matérias mais aprofundadas como as que são apresentadas nos "Dossiês" e na seção "Biblioteca Imaginária / Entre Livros", de João Alexandre Barbosa.

Os colunistas João Alexandre Barbosa e Pasquale Cipro Neto, como já foi dito antes, servem de metáfora para as dualidades da revista, porque os escritos deles se encaixam nas dicotomias: "crítico e reflexivo" versus "didático e informativo" e público alvo "médio" versus "alto".

João Alexandre Barbosa é professor titular de teoria literária e literatura comparada na USP e crítico literário. Representa o lado acadêmico da revista. Enquanto que o outro, Pasquale Cipro Neto, representa o lado mais instrutivo. Cipro Neto é professor, colunista e consultor de alguns jornais. Sua atuação não vai além do ensino do português, pelo menos na revista *CULT*. Caber-ia pensar a presença dele na revista, se afinal a *CULT* é mais voltada à literatura, qual é, então, a função do prof. Pasquale na revista?

Podem ser várias as respostas. A primeira: ele já escreve em outras publicações periodísticas, então, por quê não poderia escrever na *CULT*? Segunda, a revista também possuiu seu lado educativo como já foi mencionado. Terceira, e talvez a mais importante, porque o prof. Pasquale angariou fama entre boa parte da população brasileira, pelo menos na classe média e alta, por suas apresentações televisivas em canais culturais, dando aulas de português. Mas o quê isso tem a ver com a *CULT*? Tudo. Pois como já disse Pierre Bourdieu em uma entrevista:

---

<sup>8</sup> Série que publica ensaios "sobre as principais correntes da crítica literária e das teorias poéticas". Surge no número 12 da Revista *CULT* e se estende até o número 17.

Os editores, guiados pelo interesse exclusivo do sucesso comercial, associam-se a autores "da mídia", os detentores de uma notoriedade adquirida previamente na mídia: jornalistas, ensaístas, painelistas de televisão etc.<sup>9</sup>

Por outro lado pode-se perguntar: então o que faz João Alexandre Barbosa na *CULT*, que mistura jornalistas, acadêmicos e personalidades consagradas pela mídia? Para responder a isso podemos recorrer para o que Umberto Eco diz na "Introdução" de *Apocalípticos e Integrados*:

Ninguém foge a essas condições, nem mesmo o virtuoso, que indignado com a natureza inumana desse universo da informação, transmite o seu protesto através dos canais de comunicação de massa, pelas colunas do grande diário (...).<sup>10</sup>

Em outras palavras, mesmo um intelectual de renome e tão importante dentro da crítica literária brasileira precisa dos meios de comunicação de massa para poder expressar suas críticas, seus protestos (pelo menos para que alcancem leitores que estejam além do território da academia).

Retomando algumas questões que ficaram pelo caminho e entrando em outro ponto anunciado antes: o do lado mercantil da revista. Uma das interrogações feitas e que não foi respondida integralmente era o por quê da feição questionadora do primeiro número da *CULT* não comparecer nos demais exemplares? A hipótese lançada foi o de "estratégia comercial". Por quê? Porque aquilo que vem para inovar ou enfrentar o que já é consagrado parece ter entrado na moda do consumo é o caso dos textos contra o Prêmio Nestlé e a Academia Brasileira de Letras. Ou por exemplo, no caso do Che Guevara, vê-se por aí, camisetas, bottons, bandeiras e até

---

<sup>9</sup> BOURDIEU, Pierre. A ciência do real. *Mais! (Folha de São Paulo)*, São Paulo, p. 5, 7 de fevereiro de 1999.

<sup>10</sup> ECO, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*. Tradução de Pérola de Carvalho. São Paulo: Editora Perspectiva, 1998, p. 11.

tatuagens com a figura dele reproduzida e muitas vezes as pessoas que utilizam sua imagem nem ao menos sabem quem ele foi e o quê fez, apenas usam essa estampa porque está na moda. Em outras palavras, a *CULT* utilizou a fama e poder de consumo exercido pela imagem do guerrilheiro, assim como utilizou o prestígio e a fama de Pasquale Cipro Neto não só com fins culturais, mas também comerciais.

Além dos pontos levantados, o caráter comercial da *CULT* também se vê no material físico que a compõe, como a excelente qualidade do papel e da impressão, as diagramações e iconografias de ótima qualidade com aspecto agradável que chamam a atenção, as publicidades que ocupam páginas da revista e outros muitos detalhes que não serão mencionados.

O que foi apresentado aqui das estratégias que a Revista *CULT* utilizou e utiliza para conquistar seu lugar no mercado são apenas opiniões particulares que podem ser contestadas e modificadas, são levantamentos para não se aceitar a publicação passivamente, como se ela fosse concebida apenas para enriquecer o nível cultural dos seus leitores ou como um lugar de refúgio para a arte de qualidade. Ela é sim um produto cultural e utiliza os artifícios do marketing.

Entretanto, não cabe só apedrejá-la pois ela tem grandes méritos, como ser uma publicação de qualidade intelectual inegável e se manter sem o financiamento de instituições governamentais ou sob o mecenato de alguma multinacional. Por isso também é justificável suas estratégias comerciais, que no momento atual são necessárias e imprescindíveis para que uma produção cultural se mantenha viva.