

FASES HISTÓRICAS E ESTÉTICAS DA REVISTA PHOTO:
EM BUSCA DE UMA PERIODIZAÇÃO NÃO-ARBITRÁRIA

Carlos Gerbase

RESUMO

Este artigo descreve os procedimentos que levaram à definição de sete períodos na história da revista francesa mensal de fotografia PHOTO, fundada em 1967. As fronteiras entre as fases são demarcadas com base em várias características, como mudanças na equipe editorial, aumento e diminuição das tiragens, trocas de propriedade do veículo e flutuações nos conteúdos e na programação visual. Evita-se, assim, fazer o estudo da publicação com base em divisões arbitrárias, como décadas. A periodização aqui apresentada pretende ser a base de um estudo metódico, com desdobramentos em diferentes áreas, a ser desenvolvido nos próximos anos.

PALAVRAS-CHAVE

Revista PHOTO, fotografia, história dos periódicos

ABSTRACT

This paper describes the procedures that led to the definition of seven periods in the history of french monthly photography magazine PHOTO, founded in 1967. The boundaries between the phases are demarcated based on various characteristics, such as changes in the editorial staff, increase and decrease of runs, property exchanges and fluctuations in content and visual programming. Avoiding, thus, make the research of based on arbitrary divisions, as decades. The timeline presented here is intended to be the basis of a methodical study, with developments in different areas, to be developed in the coming years.

KEY-WORDS

PHOTO magazine, photography, history of magazines

É procedimento usual, nas pesquisas que buscam compreender um determinado fenômeno cultural que se estende ao longo do tempo e se transforma, estabelecer divisões (também chamadas de períodos, ou fases), que às vezes parecem surgir “naturalmente”, e outras vezes são bastante arbitrárias. É claro que o pesquisador gostaria de utilizar um fracionamento temporal universalmente aceito, mas isso nem sempre é possível, em especial nas ciências sociais, envolvidas

por uma grande dose de subjetividade. De qualquer maneira, essa periodização, mesmo que polêmica, é quase inevitável, pois permite que se tenha uma visão histórica dinâmica do fenômeno em questão.

A revista francesa de fotografia PHOTO chegará ao seu cinquentenário em 2017. Seu primeiro número, de julho de 1967, deu início a uma trajetória singular no mundo dos periódicos especializados em imagens técnicas, que é reconhecida no mundo todo e muitas vezes adjetivada como “mítica”. Estendendo-se pelos últimos 33 anos do século 20 e os primeiros 17 do século 21, certamente essa trajetória não pode ser considerada homogênea. A humanidade enfrentou grandes transformações nestes 50 anos, assim como as artes e todas as manifestações culturais em nosso planeta. A fotografia em geral, e em particular a revista PHOTO, sofreram e participaram dessas transformações. Percebê-las de um modo sistemático, determinando continuidades e pontos de ruptura, na busca de uma periodização coerente, é o principal objetivo deste ensaio.

1. EM BUSCA DO TEMPO DIVIDIDO

Em sua obra monumental “História social da literatura e da arte”, que teve sua primeira edição inglesa em 1951, Arnold Hauser destaca a dificuldade de separar eras históricas:

Para ver quão arbitrária é a usual distinção entre Idade Média e Moderna, e quão pouco preciso o conceito de ‘Renascença’, basta reparar na dificuldade que surge quando se pretende integrar em qualquer destas categorias personalidades como Petrarca e Boccaccio, Gentile de Fabriano e Pisanello, Jean Fouquet e Jan van Eyck. Se se quiser, pode até considerar-se Dante e Giotto como pertencentes à Renascença, e Shakespeare e Molière à Idade Média. (HAUSER, 1972-1980, p.357)

Às vezes os livros de História tentam estabelecer um fato específico (em uma data específica) para macro mudanças. A conquista da cidade de Constantinopla (e do império bizantino) pelas tropas otomanas, em 29 de maio de 1453, geralmente é apontada como o fim da Idade Média. Mas datas assim têm mais sentido didático que analítico. Todos sabemos que, culturalmente falando, bem antes de 1453 já aconteciam importantes misturas entre as tradições ocidental e oriental, e entre as estéticas medieval e renascentista, que ainda podem ser facilmente verificadas na moderna cidade de Istambul (a velha Bizâncio).

Fenômeno parecido com certeza acontece em nossa tentativa de periodizar a história da PHOTO, que abrange um tempo extraordinariamente menor (“apenas” 50 anos), mas encontra as mesmas dificuldades para fixar fronteiras clara entre as fases. Até um fato de extremo impacto, e que certamente trouxe modificações na vida da fotografia como um todo e na própria revista - a substituição das tecnologias analógicas pelas digitais na captação e edição das imagens – não pode ser datado com precisão. No máximo podemos dizer: aqui começa o processo, ali ele está em seu

clímax, e ali está completo.

Sofremos, é claro, a tentação de achar algum evento singular no objeto de estudo para estabelecer uma data. Por exemplo, considerar a entrada do site da PHOTO (www.photo.fr) na rede, em 1995, como um “divisor de águas”. Mas até que ponto essa presença virtual trouxe modificações substantivas na revista impressa? É suficiente para suscitar uma troca de fase? Na verdade, examinando as edições que antecedem e sucedem ao nascimento do site, a resposta é não. Além disso, a PHOTO já utilizava computadores em sua diagramação desde o início dos anos 90, e esse fato também não provocou transformações significativas. (PHOTO magazine, Wikipédia-FR, 2015)

Algumas supostas transformações da PHOTO ao longo de sua trajetória foram registradas pela imprensa francesa e são, portanto, passíveis de citação, o que daria uma certa credibilidade ao pesquisador, que pode apresentar a notícia como “prova”, ou pelo menos como um início mais concreto de uma transformação. No caso da PHOTO, as notícias disponíveis sempre têm origem em questões empresariais e comerciais. Tomemos como exemplo três matérias relativamente recentes, de diferentes fontes, nos anos de 2001, 2011 e 2014.

(a) MATÉRIA 1 – 2001 - anuncia uma nova fórmula da revista para deter a queda de vendagem:

A revista PHOTO troca de fórmula. (...) A Hachette Filipacchi Medias (HFM) anuncia hoje o lançamento de uma nova fórmula para a revista PHOTO. Segundo seu editor, Eric Colmet Daage, a ambição é "apresentar a foto em todos os seus aspectos", ou seja, desde a reportagem ao fotojornalismo, passando pela moda, pelas exposições e pelo digital. Com isso, a HFM espera conter a erosão da circulação desta publicação mensal mítica (41.963 exemplares na França em 1999-2000), cuja particularidade é a de ser difundida em 70 outros países (77.287 exemplares no mundo). Comercializada pela Interdeco, Photo continua custando 25 francos. (STRÁTEGIES, A, 2001)¹

(b) MATÉRIA 2 – 2011 - noticia a venda da revista, dez anos depois da matéria 1:

A MagWeb, empresa editora da revista bimestral Art Actuel, comprou a revista PHOTO da Lagardère Ativa. Eric Colmet Daage e Agnès Grégoire mantêm suas respectivas posições de diretor de redação e de redatora chefe adjunta. A MagWeb ainda não anunciou uma mudança no formato da revista, que continua a ser publicada todos os meses. (FEATURES EXEC MEDIA DATABASE – MEDIA BULLETIN, 2011)

(c) MATÉRIA 3 – 2014 – noticia uma nova venda da revista, três anos depois da matéria 2, e

¹ Tradução de Melissa Mello em todas as citações retiradas da PHOTO e de outras fontes com o original em francês.

uma possível mudança editorial:

A PHOTO, revista francesa mensal dedicada à fotografia, comprada por Lady Monika Bacardi e David Swaelens-Kane através de sua subsidiária Reservoir Media, escolheu Thomas Marko & Associés, consultoria em comunicação e relações públicas, para definir e implementar uma nova estratégia mercadológica, “on” e “off line”, para marcar o lançamento do seu novo formato, bem como de seu novo site, que serão anunciados em novembro de 2014, durante o importante evento internacional dedicado ao meio fotográfico Paris Photo, no Grand Palais, em Paris (de 13 a 16 de novembro de 2014). (LE FIGARO MAGAZINE, 2014)

Se nosso objetivo fosse contar a história do PHOTO em termos empresariais ou comerciais, os textos acima supostamente forneceriam indícios para uma periodização da revista nos últimos 15 anos. Contudo, algumas perguntas precisam ser feitas. A “nova fórmula” anunciada em 2001 era realmente “nova” e levou a revista a uma transformação editorial significativa? A venda da PHOTO em 2011, com a manutenção de boa parte da equipe, teve consequências no seu conteúdo e na sua forma? Em 2014, a contratação de uma empresa para definir uma nova estratégia para a PHOTO, que tinha mudado de dono mais uma vez, foi capaz de mexer na estrutura da revista?

As respostas podem ser obtidas pelo exame da revista. Em março de 2001, ocorreram mudanças, muito mais na forma que no conteúdo, claramente concebidas para conquistar leitores “modernizando” a publicação. Novos slogans foram introduzidos, como “A imagem explode”, e um texto de Roger Thérond (provavelmente um dos últimos que produziu para a PHOTO) explica os novos rumos. A morte de Thérond, poucos meses depois, faz de Eric Colmet Daage seu sucessor na liderança editorial.

Já em 2011, não percebemos qualquer mutação na PHOTO, o que, aliás, fica subentendido no próprio texto que foi reproduzido. Cremos que uma grande transformação realmente aconteceu em 2014, pois tanto a diagramação quanto a linha editorial foram afetados. Nesses três casos, a imprensa fornece-nos pistas, mas não nos dá certezas. Além disso, as matérias cobrem um período recente da PHOTO; nada encontramos sobre ela antes do ano 2000. Não há, portanto, nem uma base bibliográfica significativa (não localizamos livros ou artigos acadêmicos completos sobre a PHOTO), nem um apoio midiático sólido para nossos objetivos. Dividir a vida da PHOTO continua sendo uma tarefa complicada.

2 - EM BUSCA DO ESPELHO PARTIDO

A PHOTO lançou números especiais e, de certo modo, tentou “ver-se no espelho” quando comemorou seus aniversários. Além disso, as edições de número 100, 200, 300, 400 e 500 foram concebidas para resgatar a história da revista. A edição mais interessante deste grupo é a de número 200 (maio de 1984), que, depois de narrar o início da revista – resultado da ação de Daniel

Filipacchi, Roger Théron, Walter Carone e Régis Pagniez em 1967 – indica transformações importantes em sua linha editorial até 1984:

A ideia principal: os profissionais a serviço dos amadores, sem falar de testes e procedimentos de laboratório, e sim publicando imagens poderosas, simples e gráficas, capazes de servir como exemplo. A continuação, você sabe. Ao longo de sua história, PHOTO se afastou de seu propósito original. Os amadores agora beneficiam-se da mesma tecnologia dos profissionais e não precisam de conselhos nem de análises. Os quatro concursos já realizados são bastante expressivos quanto a este ponto. PHOTO agora quer ser a revista da imagem, de todas as imagens, inclusive e especialmente as que você não vê em nenhum outro lugar. Sempre valorizamos tanto as imagens quanto os autores que marcam uma era. (PHOTO, n.200, 1984, pg.11)

Resta determinar mais precisamente em que momento - entre 67 e 84 - a revista teria abandonado uma postura mais “didática” e “técnica”. A primeira edição destinada aos amadores é a de número 101, de setembro de 1976, o que dividiria os primeiros 20 anos da publicação em duas metades de quase igual tamanho: de 1967 a 1976, e de 1976 a 1984. Mais uma vez, contudo, observando os exemplares da revista e considerando outros dados, essa divisão não é tão simples assim.

O espaço dedicado a informações técnicas (equipamentos, iluminação, procedimentos, etc.), era bastante generoso na década 60 e começa a cair na década de 70. Mas, ao nosso ver, o processo realmente se completa apenas no número 157, de outubro de 1980, quando a única matéria mais “técnica” é a cobertura da Photokina (feira de equipamentos fotográficos). A partir daí, a revista reserva poucas páginas pra equipamentos e matérias técnicas, o que será outra vez alterado com o lançamento do Caderno Técnico (“Cahier Technique”), a partir do número 318, de fevereiro de 1995, e que, com outras denominações, se mantém até hoje.

Outras evidências sobre a volubilidade da importância dada a questões técnicas - que interessam a fotógrafos amadores, e não ao leitor comum - podem ser encontrada nas informações e créditos das fotos das capas. Dados técnicos da foto da capa (diafragma, obturador, tipo de filme, câmera, objetiva, etc.) eram incluídos nos créditos, regularmente (mas nem sempre), até o número 246, de março de 1988. Depois, não há mais dados técnicos, e sim outros tipos de créditos, como o nome da modelo, sua agência, local onde a foto foi tirada e, em caso de ser uma foto publicitária, qual era o produto ou cliente.

Uma análise interessante dos editores da revista sobre a presença de imagens eróticas pode ser lida no número 280, de janeiro de 1991, edição especial dedicada a contribuições dos amadores. Na seção Charme foi publicado o seguinte texto, direcionado aos participantes do concurso, com o título de Charme: o retorno do erotismo e da sensualidade (“Charme: le retour de l'érotisme et de la

sensualité”):

Embora os estudos sociológicos nos informem que imagens sensuais não estão mais ao gosto do dia, suas inscrições, neste ano, são indícios de uma realidade bem diferente. O nu - acadêmico, erótico ou na fronteira dos fetiches - sempre foi parte integrante da fotografia. Ele testemunhou a liberdade de costumes nos anos 70, foi velado na década de 80, e parece estar renascendo no início da década de 90. (PHOTO, n.280, 1991, p.51)

Dizer que nos anos 80 o erotismo foi “velado” é uma afirmação muito duvidosa. Basta verificar o texto que foi editado ao lado do sumário do número 236, de maio de 1987, após a revista ser acusada de publicar pornografia pelo governo francês:

A redação da PHOTO agradece às personalidades políticas que nos deram apoio na ocasião das medidas determinadas pelo Ministério do Interior: François Léotard: “PHOTO, parece um sonho. Tenho várias lá me casa. Meu filho lê todo mês. Vocês podem comprar sem risco, trata-se de uma publicação de fotografia.” Pierre Mauroy: “Tenho um filho que se interessa muito por fotografia. Ele tem a revista PHOTO, e eu mesmo a leio ocasionalmente.” Alain Juppé: “Não sou pudico, sempre compro a PHOTO.” Pierre-André Wiltzer: deputado, ex-chefe de gabinete de Raymond Barre: “PHOTO, mas isso não tem nada de pornográfico.” Gostaríamos de agradecer também a quase maioria dos órgãos de imprensa, que se solidarizou com a PHOTO por conta destes acontecimentos um tanto surpreendentes. (PHOTO, n.236, 1987, p.3)

É evidente, pelo confronto entre a publicação e um órgão do governo, que, em meados dos anos 80, a PHOTO ainda tinha edições dedicadas a imagens eróticas, com muita nudez e, eventualmente, fotos censuráveis (pelo menos na avaliação do Ministério do Interior). Esse fato pode ser confirmado com um breve exame das fotos das capas. O erotismo (e especialmente a nudez) domina os anos 80, só diminuindo um pouco nos anos 90.

Resumindo: a PHOTO, em seus números especiais comemorativos, não estabelece uma divisão clara de períodos, optando por apresentar seus conteúdos ano a ano, ou década a década. E mesmo suas raras tentativas de dividir sua trajetória pela variação do conteúdo (como nos números 200 e 280) podem ser contestadas através de um exame mais cuidadoso dos exemplares.

3 - EM BUSCA DA PISTA PERDIDA

Vencidas as tentações de caminhos mais fáceis, porém simplificadores, vamos à procura de dados que podem ser obtidos na própria revista. No momento em que escrevemos, temos à disposição para consulta 470 dos 515 números publicados até março de 2015, numa amostra bastante significativa. Analisamos diversas facetas da PHOTO, em busca de pistas para uma

periodização geral, partindo das fases específicas que se seguem.

3.1. CONTEÚDOS EDITORIAIS

A PHOTO, apesar de seu nome, não foi lançada como uma revista exclusivamente dedicada à fotografia. Embora esta ocupasse aproximadamente dois terços das páginas, havia mais duas seções: uma dedicada ao cinema (“Cinema”) e outra ao som (“Son”). O último número tripartite foi o 25 (out69). Com o lançamento, pela editora Filipacchi, da revista SON, a PHOTO ficou dedicada à fotografia e ao cinema. Este, por sua vez, despediu-se em janeiro de 1974, no número 76. A partir do número 77, a PHOTO passa a ser, verdadeiramente, uma revista especializada em fotografia.

Na página 11 de seu número 200, de maio de 1984, a revista anuncia uma “PHOTO STORY” formada pela reprodução de “200 fotos que fizeram PHOTO” (“Les 200 photos qui ont fait PHOTO”). Assim, os editores criaram uma espécie de síntese do conteúdo editorial da revista entre 1967 e 1984 e, pelo número de fotos – nas edições originais, quase todas exibidas em página dupla - dedicadas a cada seção, podemos avaliar o peso relativo de cada temática no todo da revista, pelo menos na opinião dos organizadores da PHOTO número 200 (1984):

- A Cor (“La Couleur”) - 60 fotos;
- As Estrelas (“Les Stars”) - 18 fotos;
- A Guerra (“La Guerre”) - 18 fotos;
- O Erotismo (“L’Erotisme”) - 42 fotos;
- O Fotojornalismo (“Le Photojournalisme”) - 60 fotos;
- Os Papparazi (“Les papparazi”) - 6 fotos.

Estas seis seções são, é claro, arbitrárias. Duas delas (A Cor e As Estrelas) contêm muitas fotos que poderiam estar em O Erotismo. E por que não agrupar A Guerra, O Fotojornalismo e Os Papparazi numa mesma seção? Nos números especiais 100 e 300, a organização das fotos é cronológica, sem criar seções temáticas.

Mais do que uma variação terminológica, constatamos, ao longo do tempo, uma clara tendência a diminuir o espaço do jornalismo e aumentar seções ligadas ao consumo (moda e publicidade). De qualquer maneira, é fácil perceber que a PHOTO tem três grandes conjuntos de temas. O primeiro gravita em torno da representação erótica do corpo feminino, tanto de celebridades quanto de modelos desconhecidas (e, mais tarde, de “top-models” famosas), abrangendo seções denominadas nu, charme, moda e publicidade. O segundo está ligado à tradição do fotojornalismo (ou reportagem), em que o leitor não é poupado de cenas chocantes, que comumente envolvem violência, sangue e morte. O terceiro, menos importante, abriga imagens de animais e da natureza.

Os grandes fotógrafos ligados à história da PHOTO parecem transitar entre estes três polos,

que, numa aproximação simplificadora com outras revistas de sucesso, poderíamos chamar de “Polo Lui” (de tendência erótica, para um público adulto e masculino), o “Polo Paris-Match” (ligado ao fotojornalismo) e o “Polo National Geographic” (natureza e animais). Há, quem sabe, um quarto polo, historicamente com menos espaço, mas que em certas edições alcança certo protagonismo, formado por ensaios fotográficos autorais, cada um com estilo e temática próprios. Nos anos 2010, devido a várias edições especiais dedicadas a um determinado fotógrafo, este polo teve um maior impulso.

3.2 – SLOGANS: A REVISTA TENTA DEFINIR-SE EM POUCAS PALAVRAS

A edição número 1 (ago67) estampa o seguinte slogan em sua capa: **“Os profissionais a serviço dos amadores”** (“Les professionnels au service des amateurs”). Coerentemente, as primeiras edições de PHOTO estão cheias de matérias didáticas. Há também um esforço para informar alguns dados técnicos (câmera, objetiva, diafragma e obturador) das fotos publicadas. O slogan permanece na capa somente até o número 10 (jun68), mas esse espírito didático continua nas edições seguintes.

Na edição número 200 (mai84), conforme já notamos anteriormente, a revista avisa a seus leitores que sua preocupação principal não é mais didática, já que os amadores possuem os mesmos recursos e podem alcançar resultados semelhantes aos dos profissionais. O novo slogan não vai para a capa, mas é repetido em várias edições: **“A revista da imagem, de todas as imagens”** (“Le magazine de l’image, de toutes les images”). O significado da expressão “todas as imagens” é que a PHOTO não tem medo de publicar fotografias que outras revistas não aceitam, seja pelo seu conteúdo erótico, seja pelo caráter chocante (normalmente associado à violência e à morte) de imagens jornalísticas.

Um novo slogan aparece na capa do número 377 (mar01): **“A imagem explode”** (“L’image explode”), com uma variante logo a seguir, no número 378 (abr01): **“A imagem muda, nós também”** (“L’image bouge, nous aussi”). A PHOTO, assim, anuncia uma pretensa “virada” em sua linha editorial, o que, a nosso ver, não se confirma de forma substancial.

Finalmente, no número 512 (nov14), surge o slogan **“A referência da imagem desde 1967”** (“La reference de l’image depuis 1967”). Vendida para um novo grupo editorial em meados de 2014, a PHOTO parece querer apoiar-se em sua longa tradição, em seu caráter “mítico”, mas desta vez, mesmo com a permanência dos principais nomes da sua equipe editorial (Eric Colmet Daage e Agnès Grégoire), realmente enfrenta transformações em sua forma e em seu conteúdo. Essa nova fórmula (“nouvelle formule”) a aproxima de outras revistas especializadas, suas concorrentes, e pela primeira vez os textos passam a ter o mesmo destaque que as fotografias.

3.3 – PERIODICIDADE

Lançada em julho/agosto de 1967, a PHOTO teve quatro edições naquele ano. De 1968 a 1990, foram doze edições a cada ano, ininterruptamente, mais um número “H”, fora de série (“hors-serie”), no início de 1971, sobre a morte do general De Gaulle (ocorrida em novembro de 1970). Além disso, foi lançada a série paralela “Os grandes mestres da Fotografia” (“Les grands maitres de la Photo”), com 12 edições, cada uma delas versando sobre a obra de um fotógrafo.

Em 1991, houve uma edição a menos (apenas 11), pois os números de julho e agosto são agrupados. Em 1992, um ano certamente atípico, que mereceria uma análise especial, são apenas nove edições, pois os meses de janeiro e fevereiro, abril e maio, julho e agosto são agrupados. A revista, salvo engano, não forneceu qualquer explicação para esta redução aos seus leitores.

A partir daí, e até 2013, a PHOTO passa a ter 10 edições anuais, com o agrupamento dos meses de janeiro e fevereiro (férias de inverno), e julho e agosto (férias de verão). Nesse período há quatro números especiais de homenagens póstumas: 2H (em 1999, sobre o fotógrafo Edouard Boubat, falecido em junho daquele ano), 3H (em 2000, dedicado ao fotógrafo Jeanloup Sieff, morto em setembro de 2000) e 4H (em 2004, sobre o fotógrafo Henri Cartier Bresson, falecido em agosto de 2004).

Em 2014, outro ano atípico, a revista atravessava uma grave crise, com as menores tiragens de sua história, e sua venda era negociada com Lady Monika Bacardi. Houve apenas oito edições. Além dos números agrupados das férias, não foram lançadas edições nos meses de abril e junho.

3.4 – VARIAÇÕES GRÁFICAS (FORMATO E TAMANHO)

Os primeiros 207 números da PHOTO (entre julho de 1967 e dezembro de 1984) mediam 21,6 x 27,5cm e eram encadernados. As lombadas exibiam o título, o número da edição, a data e mais algumas informações editoriais. Para grande desagrado de seus leitores – conforme, mais tarde, a própria revista admitiu - o formato alterou-se em janeiro de 1985 (número 208). O problema não era a ampliação do formato para 23,4 x 30,0cm, e sim o fato de que as páginas passaram a ser grampeadas, eliminando-se a lombada.

A encadernação “normal” e a lombada voltam no número 232 (jan87), mantendo-se o tamanho ampliado, o que agrada à maioria dos leitores e consagra um formato que se mantém inalterado por mais de 27 anos. Em novembro de 2014, a revista “encolhe” um pouco, ficando com 22 x 28,5cm, que é seu tamanho atual.

3.5 – VARIAÇÕES DAS EMPRESAS PROPRIETÁRIAS

O histórico institucional da PHOTO é bastante complexo, conforme podemos observar no expediente da revista, onde são publicadas, em letras miúdas, informações que normalmente não

interessam ao leitor (mas que podem ser úteis ao pesquisador). Optamos, nesta seção, buscando a maior síntese possível, em apresentar os dados na forma de itens, com o seguinte formato:

NÚMERO DA FASE – Nome da empresa proprietária/nome da editora

números das revistas da fase e suas respectivas datas

* crédito da empresa proprietária conforme aparece na própria revista

Constatamos 6 fases principais:

FASE 1 – Filipacchi/Union des Editions Modernes

n.1(jul67) até n.220 (jan86)

* Publication Filipacchi, éditée par l'Union des Editions Modernes (soc. anônima-capital 130.000F)

FASE 2 – Filipacchi/Editions des Savanes

n.221(fev86) até n.298 (dez92)

* Publication Filipacchi, éditée par l'Editions des Savanes (soc. anônima 52.000F)

FASE 3 – Filipacchi/Cogédipresse

n.229 (mar93) até n.342 (set97)

* Publication Filipacchi, éditée par Compagnie Générale d'Édition et de Presse (Cogédipresse)

FASE 4 – Hachette/Filipacchi (Lagardère Active)

n.343 (out97) até n.478 (abr11)

* Publication Hachette Filipacchi Médias, édité par Hachette Filipacchi Associés

FASE 5 - Magweb

n.479 (mai11) até n.510 (out14)

* Publication Magweb, édité par Magweb SARL

FASE 6 – Bacardi/Kane

n.511(out14) até presente

* EPMA/SPRL/RESERVOIRCOM (Monika Bacardi/Swaelens-Kane)

Seria arriscado tirar conclusões definitivas a partir destes dados (retirados de exemplares da própria revista), mas cremos ser possível afirmar que a PHOTO, embora enfrentando modificações societárias e alterações em seu conselho editorial, permaneceu sob a propriedade de Daniel Filipacchi de julho de 1967 a setembro de 1997 (mais de 30 anos ininterruptos). Em outubro de 1997, Filipacchi associa-se a outra grande editora (Hachette), acordo que dura até abril de 2011 (mais 14 anos). Em maio de 2011, a revista é vendida para a Magweb, e, pouco mais de três anos depois, em 2014, revendida para a empresa de Monika Bacardi. A “era Filipacchi”, assim, teria 44 anos. Também é importante observar que, depois de todas estas modificações empresariais, o nome de Daniel Filipacchi continua nos créditos da revista (como “Président directeur de la publication”, ao lado de Monika Bacardi). Roger Therond também recebe homenagem semelhante e é citado como (“Fondateur”).

3.6 – VARIAÇÕES NA EQUIPE EDITORIAL

Uma revista é feita por muitos profissionais da imprensa (editores, diretores de redação, redatores, diretores de arte, fotógrafos, diagramadores, etc.). Cada um deles coloca um pouco de sua experiência e de seu talento no produto final. Seria impossível relatar todas as mudanças na equipe da PHOTO ao longo de quase 50 anos. Optamos por anotar o que aconteceu com o “núcleo diretivo” da publicação, que, conforme a própria revista destacava nos créditos de seus primeiros números, era constituído por um Diretor de publicação (“Directeur de la publication”), um Diretor associado (“Directeur associé”) e, por algum tempo, um Comitê de redação (“Comité de redaction”), formado por várias pessoas.

O cargo de Redator chefe (“Rédacteur en chef”) aparece com destaque em algumas fases, enquanto o Comitê de redação é abandonado no início dos anos 70. Muitas outras denominações, com diferentes formas de estabelecer uma hierarquia, surgem e desaparecem. A lista a seguir não pretende ser exaustiva nem definitiva, mas fornece uma imagem – talvez um pouco fora de foco e mal enquadrada, mas mesmo assim interessante de observar – destas variações. Procuramos destacar a principal razão de cada mudança de fase.

FASE 1 – Diretor da publicação: Frank Ténot

Duração: 13 números

n.1 (jul/ago67) até n.13 (out68)

Chefe de redação: Raymond Mouly

Comitê editorial: Jean-Christophe Averty, Walter Carone, Marcel Hamelle, Janine Niepce, Daniel Paillot, Jean Pech, François Reichenbach, Max Théret e Roger Thérond.

- MUDANÇA - entrada de Roger Thérond, em novembro de 1968, como Diretor associado, estabelecendo formalmente o início de sua decisiva influência editorial na revista.

FASE 2 – Diretor da publicação: Frank Ténot, com Diretor associado: Roger Thérond

Duração: 182 números

n.14 (nov68) até n.195 (dez83)

Chefe de redação: Raymond Mouly

Comitê editorial: Jean-Christophe Averty, Marcel Hamelle, Janine Niepce, Jean Pech, François Reichenbach

Diretor de redação: Walter Carone

Nesta fase, bem mais longa, acontecem muitas variações na equipe, incluindo a saída e o retorno de Frank Ténot como Diretor de publicação.

- MUDANÇA – saída definitiva de Frank Ténot; novo Diretor de publicação: Michel Decron.

FASE 3 – Diretor da publicação: Michel Decron

Duração: 46 números

n.196 (jan84) até n.241 (out87)

Michel Decron também é chefe de redação. O restante da equipe permanece. Lançamento das edições internacionais (na língua de cada país): Alemanha, Itália, Estados Unidos, Espanha e Japão.

- MUDANÇA – saída de Michel Decron; novo Diretor de publicação: Eric Neveu

FASE 4 - Diretor da publicação: Eric Neveu

Duração: 57 números

n. 242 (nov87) até n.298H (jan93)

Diretor associado: Roger Théron

- MUDANÇA - saída de Eric Neveu; Roger Therond deixa de ser Diretor associado e passa a ser Diretor de publicação. Todos os demais permanecem.

FASE 5 – Diretor de publicação: Roger Théron

Duração: 13 números

n.299 (mar93) até n.311 (jun94)

- MUDANÇA - ascensão formal de Eric Colmet Daage e Agnès Grégoire, que passam a ser uma dupla bastante estável daí por diante.

FASE 6 - Diretor da publicação: Roger Théron

Duração: 49 números

n.312 (jul94) até n.361(jul96)

Diretor da redação e diretor artístico (“Directeur de la rédaction et directeur artistique”): Eric Colmet Daage

Redatora chefe adjunta (“Redacteur em chef adjoint”): Agnès Grégoire

- MUDANÇA – Therond afasta-se do cargo de Diretor de Publicação. Passa a ser creditado como Fundador e associado (“Fondateur et associé”) :

FASE 7 – Diretor da publicação: Remy Dessarts (n. 362 e n. 363) e Xavier Goupy (n.364 a n.376) –

Observação: crédito ao pé da página

Duração: 15 números

n.362 (ago99) até 376 (jan01)

Fundador e associado (“Fondateur et associé”): Roger Théron

* ficam Eric e Agnès

- MUDANÇA – a revista, através de Eric Colmet Daage, anuncia formalmente uma nova fórmula: “A fotografia em todas as suas facetas”

FASE 8 – cargo de Diretor da publicação desaparece, aparentemente substituído por Diretor da redação e diretor artístico para designar o posto mais alto na hierarquia

Duração: 5 números

n.377 (mar01) até n.381 (jul01)

Diretor da redação e diretor artístico: Eric Colmet Daage

Redatora chefe adjunta: Agnès Grégoire

- MUDANÇA – morte de Roger Thérond, em 23 de junho de 2001

FASE 9 – Eric & Agnès I

Duração: 97 números

de n.382 (set01) até 478 (abr11)

Diretor da redação e diretor artístico: Eric Colmet Daage

Redatora chefe adjunta: Agnès Grégoire

- MUDANÇA – ascensão definitiva de Agnès Grégoire como Redatora chefe (“Redactrice em chef”)

FASE 10 – Eric & Agnès II

Duração: 32 números

n.479 (mai11) até n.511 (out14)

Diretor da redação e diretor artístico: Eric Colmet Daage

Redatora chefe: Agnès Grégoire

- MUDANÇA – compra da revista por Lady Monika Bacardi e criação do cargo de Presidente diretor da publicação (“Président directeur de la publication”)

FASE 11 – Bacardi/Swaelens-Kane

Duração: ainda indeterminada

n.512 (nov14) até presente

Presidentes de honra (“Présidents d’honneur”): Daniel Filipacchi e Lady Monika Bacardi

Fundador (“Foundateur”) - Roger Thérond

Presidente diretor da publicação (“Président directeur de la publication”): David Swaelens-Kane

* Eric e Agnès ficam em seus postos, com os mesmos créditos da fase anterior, mas estão subordinados a David Swaelens-Kane

Na análise destas transformações, é importante não esquecer que a PHOTO fazia parte do grupo empresarial Filipacchi, que editava várias outras revistas, algumas delas muito bem sucedidas e que antecederam a PHOTO. A Lui, por exemplo, foi criada em 1963 por Filipacchi, Jacques Lanzmann e Frank Ténor (que, entre 1967 e 1983, também trabalhou na PHOTO). Explicitamente inspirada pela Playboy norte-americana, a Lui teve grandes tiragens nos anos 60 e 70, perdendo popularidade nos anos 80, até ser vendida para outro grupo editorial em 1994. (LUI – Wikipédia-FR, 2014)

Mesmo correndo algum risco de simplificar demasiadamente a história do comando editorial da PHOTO, poderíamos considerar que a trajetória da revista passa pelos nomes de Daniel

Filipacchi (seu proprietário por mais de 40 anos), Roger Thérond (que, mesmo dividindo seu tempo com outros títulos, foi, até sua morte, em 2001, o principal mentor intelectual da revista), Frank Ténot (Diretor da Publicação em seus anos de maior sucesso) e Eric Colmet Daage (presente desde a criação e que, pouco a pouco, foi crescendo de importância, a ponto de substituir Thérond como principal editor). Michel Decron (formado na própria PHOTO) e Eric Neveu (trazido num momento de crise), também devem ser lembrados, mesmo que como coadjuvantes, pois assumiram como Diretores de publicação por períodos significativos.

3.7. VARIAÇÕES NA TIRAGEM

As informações sobre a tiragem (número de exemplares impressos postos à venda) da PHOTO vêm de três fontes diferentes: a própria revista, que, entre 1971 e 1985, anuncia a tiragem de cada número na seção de serviço; notícias na web (a partir de 1999); e o que é possível pesquisar em sites especializados no mercado da imprensa. Temos, portanto, uma amostra limitada e heterogênea de dados. Mesmo assim, vamos analisá-los.

A tiragem do primeiro número (jul/ago67) foi de 80.000 exemplares (segundo a PHOTO número 100) ou de 60.000 (segundo a PHOTO número 200). A partir de 1971, é possível fazer uma média das tiragens anuais, considerando os dados coletados mês a mês nos exemplares. As tiragens na década de 70 e no início da década de 80 foram sempre consistentes, numa tendência de crescimento que alcança seu ponto mais alto em 1983, com mais de 260 mil exemplares de média. Não sabemos a razão determinante da interrupção das informações de tiragem.

Segue-se um intervalo de 15 anos, em que não há informações disponíveis sobre tiragens. Fontes distintas publicam informações daí para a frente, reportando vendas (e não tiragens) da PHOTO em território francês e nos vários países em que também é comercializada.

Mesmo com estes dados incompletos, alguns fatos podem ser facilmente deduzidos. O primeiro deles é que, no intervalo de 15 anos entre 1984 e 1999, a tiragem sofreu uma imensa queda: de 241 mil para 119 mil (e apenas 41 mil na França!). A PHOTO, numa estratégia de marketing, decide então destacar o número de países em que é vendida, localizando-os num mapa-mundi de duas páginas. Mas a crise é evidente. Suas razões, a nosso ver, devem ser procuradas tanto na própria publicação, que não acompanhou algumas novas tendências culturais de seus leitores, quanto no mercado editorial de revistas, que enfrentou uma longa crise planetária causada pela concorrência da televisão (décadas de 80 e 90) e da internet (de 2000 em diante).

A PHOTO nasceu forte, aprimorou-se e cresceu com consistência por mais de 17 anos. Entre 1984 e 1999 essa tendência inverteu, e as tiragens começaram a diminuir. A julgar pelo reduzido número de edições em 1991 (apenas 9), neste momento a crise alcançou um ponto crítico. Depois disso, mesmo com várias tentativas de reformulação, trocas empresariais e dos profissionais

responsáveis, a revista nunca mais voltou aos seus “anos de ouro”, sobrevivendo graças aos seus fiéis anunciantes, quase sempre do mundo da moda e dos artigos de luxo, que ainda viam na revista uma plataforma altamente sofisticada para anunciar seus produtos para um público de alto poder aquisitivo e formador de opinião.

3.8. IMAGENS versus TEXTOS

Desde a sua criação, a maioria das edições da PHOTO deixavam um ou mais textos de suas matérias para serem completados em suas páginas finais, fornecendo a indicação da página da “suite” em questão. O leitor, assim, tinha que folhear a revista, achar o fim do texto, lê-lo e depois voltar ao ponto em que estava. Claramente a PHOTO apostava na força das imagens, que eram sempre as protagonistas, ficando os textos como coadjuvantes. Se o leitor quisesse, poderia ficar apenas com as imagens. Não raramente, uma única foto ocupava toda a página. Ou até duas páginas. As legendas, discretas, procuravam não atrapalhar o impacto das imagens, que falavam por si mesmas.

Essa opção editorial permaneceu pelo menos até o n.403 (out03). A partir daí (com raras exceções), os textos passaram a ser exibidos sempre na íntegra junto com as fotos, o que acarreta mudanças importantes na diagramação. A transformação radicaliza-se dez anos depois, no final de 2014, com o lançamento da “nova fórmula” no número 512. Os textos passam a ocupar espaços muito mais generosos, as páginas têm muito mais áreas em branco e, talvez o mais importante, as fotos quase nunca ocupam a página inteira. As informações verbais transformaram-se em rivais das imagens, e a identidade visual da revista foi estruturalmente afetada.

4 – CONCLUSÃO - A PERIODICIDADE ENCONTRADA

Não é difícil encontrar duas fases da revista PHOTO: a primeira e a última. A primeira é a da sua formação por uma equipe bastante coesa do ponto de vista, que encontrou aos poucos uma identidade e a manteve por um longo período de sucesso. A segunda é bem recente, com o seu início marcado pela troca de proprietários no final de 2014, seguida por uma reformulação profunda dos fundamentos estéticos e temáticos da revista. As demais fases foram mais difíceis de determinar, cruzando os dados apresentados nas últimas páginas e acrescentando a intuição do leitor que acompanhou a revista - de modo não sistemático, como leitor e fã - ao longo de quase 50 anos. Assim, apresentamos agora a conclusão de nosso estudo preliminar da trajetória da revista PHOTO, que dividimos em sete períodos históricos:

PERÍODO 1 – CRIAÇÃO – 25 NÚMEROS

De julho de 1967 (n.1) a outubro de 1969 (n.25).

Uma revista de fotografia com seções secundárias de cinema e som. Preocupação com aspectos

técnicos da fotografia. Tentativa de aproximar os profissionais (que publicam na revista) dos amadores (que a lêem), numa perspectiva didática. Doses homeopáticas de erotismo. Maioria dos anúncios é de fabricantes de equipamentos. Conselho editorial bastante coeso. Liderança de Frank Ténot e Roger Thérond, com importantes colaborações de Régis Pagniez (arte), Walter Carone, Raymond Mouly e François Reichenbach. O fotógrafo Helmut Newton publica um ensaio no número 12.

PERÍODO 2 – FORMAÇÃO DE IDENTIDADE – 51 NÚMEROS

De novembro de 1969 (n.26) a janeiro de 1974 (n.76).

A seção “Son” desaparecera no número 25, com o lançamento simultâneo de uma revista com este título pela editora Filipacchi. A seção “Cinema” sobrevive por mais cinco anos (este Período 2), desaparecendo em janeiro de 1974. Erotismo em doses mais elevadas que no período anterior. Surge um grande nome da fotografia sensual: David Hamilton (n.35). Permanece a preocupação didática. Liderança de Frank Ténot e Roger Thérond. Carone, Mouly e Pagniez permanecem. Aparecem na equipe os nomes de Michel Decron e Eric Colmet Daage, que mais tarde terão posição de destaque. Com o mercado francês aquecido, em janeiro de 1970 surge a ZOOM, uma revista concorrente de boa qualidade, também, editada em Paris.

PERÍODO 3 – EROS, ARTE E FOTOJORNALISMO – 118 NÚMEROS

De fevereiro de 1974 (n.77) a dezembro de 1983 (n.195)

A partir do número 77, a PHOTO passa a ser, verdadeiramente, uma revista especializada em fotografia. Equilíbrio editorial, com doses bem medidas de fotos eróticas, ensaios de grandes fotógrafos do passado e do presente, e foto-reportagens de alta qualidade. David Hamilton, o especialista em “ninfetas”, torna-se um fenômeno editorial, com milhares de livros vendidos na França e na Europa. Em 1976, Thérond torna-se diretor da Paris-Match, mas a PHOTO permanece com sua identidade sólida e a tiragem aumenta significativamente a partir de 1978. No número 150 (março de 1980), surgem pequenos anúncios de conteúdo erótico nas páginas finais da revista. Nas edições seguintes, tornam-se comuns anúncios de livros de fotos eróticas e nus, em sua maioria editados pela Filipacchi, mas também de outras editoras. Chamada de um vídeo-club que aluga fitas com filmes “X” revela o perfil de parte dos leitores da PHOTO neste período. O número 195 (dezembro de 1983), de qualidade excepcional e grande apelo erótico, anuncia livros eróticos (p.16, 17, 124 e 116), a revista Lui (p.122) e um serviço de tele-sexo (p.130). Além disso, traz uma matéria em “páginas fechadas” sobre um caso de canibalismo. O ano de 1983 é o de maior tiragem média da história da revista (superior a 250 mil exemplares).

PERÍODO 4 – INTERNACIONALIZAÇÃO, SEXO E CRISE – 103 NÚMEROS

De janeiro de 1984 (n.196) a dezembro de 1992 (n.298)

As tiragens caem nos anos 1984 e 1985. Tudo leva a crer que continuam caindo nos anos seguintes,

devido à crise geral no mercado de revistas. Lançamento de edições internacionais em cinco países. Radicalização da temática erótica, que passa a ser a principal atração da revista. Formato aumenta em janeiro de 1985. No número 236, de maio de 1987, indícios do embate da revista com a censura do Ministério de Interior francês. Na maior parte deste período, os diretores de publicação são Michel Decron e Eric Neveu. Em 1992, a PHOTO tem apenas 9 edições, o que aponta para uma crise e uma necessidade de reformulação.

PERÍODO 5 – REAGINDO: PARA ONDE FORAM OS LEITORES? - 78 NÚMEROS

De janeiro de 1993 (n.299) a janeiro de 2001 (n.376)

Em 1993, periodicidade passa a ser de 10 edições por ano. Aumenta a frequência dos nomes dos fotógrafos nas capas, assim como a edição de números especiais, com algumas temáticas que se repetem: cinema, moda, países e sexo/nudez. Aposto na força das “top-models”, que passam a dominar as capas. Apesar da mudança, tiragens seguem em baixa.

PERÍODO 6 – A IMAGEM MUDA, A REVISTA TAMBÉM - 134 NÚMEROS

De março de 2001 (n.377) a outubro de 2014 (n.511)

Eric Colmet Daage, alçado à condição de Diretor da redação e diretor artístico, anuncia na imprensa uma nova fase: "O objetivo é apresentar a imagem em todas as suas facetas, ou seja, da grande reportagem ao fotojornalismo, passando pela moda, pelas exposições e pelo digital." (“L’ambition est de présenter la photo sous toutes ses facettes, à savoir du grand reportage au photojournalisme, en passant par la mode, les expositions ou le numérique.” (STRATEGIES A) Um novo slogan aparece na capa do número 377 (mar01): **“A imagem explode”** (“L’image explode”), com uma variante logo a seguir, no número 378 (abr01): **“A imagem muda, nós também”** (“L’image bouge, nous aussi”). A PHOTO, assim, anuncia uma pretensa “virada” em sua linha editorial, o que, a nosso ver, não se confirma de forma substancial. Roger Therond morre em junho de 2001, deixando Eric Colmet Daage no comando. Em 2014, a crise é evidente na PHOTO, que lança apenas oito edições.

PERÍODO 7 – APOSTAS E INCERTEZAS

De novembro de 2014 (n.512) até hoje

Começa a era Bakardi/Swaelens-Kane. Tentativa de recuperar leitores. Pequena redução do formato. Retirada da nudez das capas. Diminuição geral do erotismo. Valorização do texto. Diagramação mais “clean”. Aproximação à estética das revistas de moda. Resultados comerciais ainda incertos.

Estes sete períodos ainda estão sujeitos à revisão, à medida que o exame dos conteúdos da revista for aprofundado. Contudo, cremos que eles espelham, pelo menos neste momento, uma organização da história da PHOTO, o que permitirá uma melhor sistematização de seu estudo,

evitando a simplificação de uma divisão (sempre arbitrária e artificial) por décadas.

Bibliografia

HAUSER, Arnold. **História social da literatura e da arte (2 volumes)**. São Paulo: Mestre Jou, 1972-1980

PHOTO. Paris: Filipacchi, ano 1, n.1, julho/agosto 1967

PHOTO. Paris: Filipacchi, ano 10, n.100, janeiro 1976

PHOTO. Paris: Filipacchi, ano 14, n.157, outubro 1980

PHOTO. Paris: Filipacchi, ano 17, n.195, dezembro 1983

PHOTO. Paris: Filipacchi, ano 18, n.200, maio 1984

PHOTO. Paris: Filipacchi, ano 18, n.207, dezembro 1984

PHOTO. Paris: Filipacchi, ano 21, n.236, maio 1987

PHOTO. Paris: Filipacchi, ano 22, n.246, março 1988

PHOTO. Paris: Filipacchi, ano 23, n.257, fevereiro 1989

PHOTO. Paris: Filipacchi, ano 25, n.280, janeiro 1991

PHOTO. Paris: Filipacchi, ano 29, n.318, fevereiro 1995

PHOTO. Paris: Hachette/Filipacchi (Lagardère Active), ano 35, n.377, março 2001, A

PHOTO. Paris: Hachette/Filipacchi (Lagardère Active), ano 35, n.378, abril 2001, B

PHOTO. Paris: Publication Magweb, ano 47, n.500, junho 2013

PHOTO. Paris: EPMA/SPRL/RESERVOIRCOM, ano 48, n.512, novembro 2014

Internet:

FEATURES EXEC MEDIA DATABASE http://www.featuresexec.com/bulletin/news_article.php?id=13614#.VH8a3WTF-mE. Acesso em 2015

LE FIGARO MAGAZINE

<http://www.ladn.eu/actualites/marque.magazine-photo-choisit-thomas-marko-associes,30,23155.html>. Acesso em 2015

LUI (magazine). WIKIPEDIA-FR. <http://en.wikipedia.org/wiki/Lui>. Acesso em 2015

RENCONTRES-ARLES - Tribute to Roger Thérond – http://www.rencontres-arles.com/C.aspx?VP3=CMS3&VF=ARL_87&FRM=Frame%3AARL_89&LANGSWI=1&LANG=English. Acesso em 2015

PHOTO (magazine). WIKIPEDIA (FR). [http://fr.wikipedia.org/wiki/Photo_\(magazine\)](http://fr.wikipedia.org/wiki/Photo_(magazine)). Acesso em 2015

STRATEGIES (A) – <http://www.strategies.fr/actualites/medias/r63499W/le-magazine-photo-change-de-formule.html>. Acesso em 2015

STRATEGIES (B) - <http://www.strategies.fr/etudes-tendances/chiffres-cles/medias/>. Acesso em 2015