

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO**  
**ESCOLA DE COMUNICAÇÃO E ARTES**  
Gestão Integrada da Comunicação em Ambientes Corporativos

MIGUEL TOMÉ VILELA

**JORNALISMO DE REVISTA NO AMBIENTE DIGITAL**  
Uma aproximação através da teoria ator-rede

São Paulo  
2020

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO**  
**ESCOLA DE COMUNICAÇÃO E ARTES**  
Gestão Integrada da Comunicação em Ambientes Corporativos

MIGUEL TOMÉ VILELA

**JORNALISMO DE REVISTA NO AMBIENTE DIGITAL**  
Uma aproximação através da teoria ator-rede

Monografia apresentada na Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo como requisito parcial para obtenção do Certificado de Especialista em Gestão Integrada da Comunicação Digital, sob a orientação do professor-doutor Sérgio Bairon.

São Paulo  
2020

VILELA, Miguel T.

Jornalismo de revista no ambiente digital – Uma aproximação através da teoria ator-rede  
Especialização em Comunicação Digital. Miguel T. Vilela/orientador Sérgio Bairon. São  
Paulo, 2020.

81 folhas

Monografia (pós-graduação) – Gestão Integrada da Comunicação Digital em  
Ambientes Corporativos – Escola de Comunicações e Artes da Universidade  
de São Paulo

1. Jornalismo de revista 2. Teoria ator-rede 3. Ambientes digitais 4. Jornalismo 5. Revistas  
I. BAIRON, Sérgio, orientador. II. Monografia (pós-graduação) III. Título

MIGUEL TOMÉ VILELA

**JORNALISMO DE REVISTA NO AMBIENTE DIGITAL**  
Uma aproximação através da teoria ator-rede

Trabalho de conclusão do curso de especialização em Gestão Integrada da Comunicação Digital em Ambientes Corporativos, pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo.

Aprovado em \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2020.

Banca examinadora:

---

---

---

Sérgio Bairon

São Paulo  
2020

## **AGRADECIMENTOS**

Aos meus colegas de sala de aula – em particular a Cris, Jessica, Emily e Bia Amendola, eternas companheiras de trabalhos.

A Valdinete Sousa – secretária do curso – e a todos os professores do Digicorp, especialmente a Amanda Chevtchouk Jurno, pela enorme ajuda com Bruno Latour e teoria ator-rede, e a Sérgio Bairon, pela valiosa orientação.

A meus professores de graduação na Universidade de Brasília, em especial a Celia Matsunaga, que despertou em mim a paixão por editar revistas e me colocou nesta carreira ao me indicar para um trabalho na saudosa *Darcy*.

Aos meus colegas de profissão que tanto me ensinaram ao longo dos dez anos em que venho fazendo jornalismo de revista, em especial a Marta Maria Magnani, revisora de todas as edições da *National Geographic Brasil*, que gentilmente aceitou corrigir esta monografia.

Também aproveito para agradecer a minha família, meus amigos, meus sogros Edson e Naná, minha cunhada Maria Pia, minha avó Iolanda, meus irmãos, Júlia e Gabriel, e meus pais, Sergio e Lúcia, por serem pessoas tão incríveis e por gostarem de estar perto de mim.

Por último, agradeço a minha companheira de vida, Maria Vitória, por todo o apoio logístico e emocional, além da inestimável ajuda nas milhares de dúvidas e hesitações que apareceram ao longo deste trabalho. Sem ela, eu não teria entendido nada.

*Talvez o jornal futuro, – para attender á pressa, á anciedade, á exigencia furiosa de informações completas, instantaneas e multiplicadas, – seja um jornal fallado, e illustrado com projecções animatographicas, dando, a um só tempo, a impressão auditiva e visual dos acontecimentos, dos desastres, das catastrophes, das festas, de todas as scenas alegres ou tristes, serias ou futeis, d’esta interminavel e complicada comedia, que vivemos a representar no immenso tablado do planeta...*

**Olavo Bilac**, trecho da crônica de abertura da primeira edição da revista *Kósmos*, janeiro de 1904.

## RESUMO

VILELA, Miguel. Jornalismo de revista no ambiente digital – Uma aproximação através da teoria ator-rede. Monografia (especialização) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2020.

Ao longo de quase dois séculos, as revistas brasileiras desenvolveram uma maneira particular de fazer jornalismo, reunindo um distinto conjunto de profissionais e leitores. Mas, repentinamente, uma crise sem precedentes quase dissolveu uma enorme rede composta por ilustradores, fotógrafos, repórteres, editores, revisores, artistas e vários outros atores. Esta monografia estabelece o jornalismo de revista como objeto de estudo e usa a teoria ator-rede para buscar vestígios dessa linguagem nas redes digitais. Como método, resgatamos parte da história das revistas no Brasil e mapeamos suas características para identificá-las nas novas tendências de produção e consumo de conteúdo digital.

Palavras-chave: Jornalismo de revista, teoria ator-rede, ambientes digitais, jornalismo, revistas.

## **ABSTRACT**

VILELA, Miguel. Magazine Journalism in Digital Environments – An Aproximation Through Actor-network Theory. Monograph (especialização) – School of Arts and Communication, University of São Paulo. São Paulo, São Paulo, 2020.

Throughout almost two centuries, Brazilian magazines developed a peculiar way of making journalism, uniting a distinct group of professionals and readers. But suddenly, an unprecedented crisis almost destroyed a huge net made of illustrators, photographers, reporters, editors, copyeditors, artists and many other actors. This monograph establishes magazine journalism as an object of study and uses actor-network theory to search for vestiges of this language in digital environments. As a method, we go through part of the history of magazines in Brazil e we map out its characteristics to then identify them in new trends of production and consumption of digital content.

Keywords: Magazine journalism, actor-network theory, digital environments, journalism, magazines.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Gráfico que descreve o problema a ser enfrentado em um sistema de associações entre entidades e seus desejos.....	20
Figura 2 – Capas da Variedades ou Ensaios de Literatura, de 1812, primeira revista brasileira.....	29
Figura 3 – Páginas internas da segunda edição da revista Museo Universal, de 1837.	33
Figura 4 – Capa da edição 764 de Semana Illustrada, de 1875.....	34
Figura 5 – Capa da edição 376, de 1884, da Revista Illustrada que traz retrato do herói abolicionista Francisco José do Nascimento. ....	36
Figura 6 – Capas da revista Para Todos... desenhadas por J. Carlos, de 1927. ....	38
Figura 7 – Ilustração de Glauco Rodrigues na edição n. 17 da revista Senhor, de 1960. ....	39
Figura 8 – Capas da Revista da Semana – com elaborada montagem fotográfica –, à esquerda, e Fon-fon – a primeira com foto "sangrada". ....	44
Figura 9 – Capas de duas edições da revista Kósmos de 1904.....	45
Figura 10 – Capa e página interna de edição especial de O Cruzeiro publicada em 1930 por ocasião da passagem de um dirigível no Brasil.....	46
Figura 11 – Primeira página do jornal O Estado de São Paulo de 1904. ....	48
Figura 12 – Captura de tela do especial Snow Fall, de 2014. ....	59
Figura 13 – Capturas de telas do canal de Youtube Vox.....	64
Figura 14 – Capturas de tela do canal de Youtube do Nexo Jornal. ....	66
Figura 15 – Capturas de tela do canal de Youtube Buenas Ideias.....	69

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>10</b>
1.1. <i>Estrutura dos capítulos</i>	11
<b>2. TEORIA ATOR-REDE (TAR)</b>	<b>13</b>
2.1. <i>O que é a teoria ator-rede</i>	15
2.1.1. <i>Pasteurização da França</i>	18
2.1.2. <i>Vieiras, cientistas e pescadores da baía de Saint-Brieuc</i>	19
2.1.3. <i>O domínio português da rota da Índia</i>	20
2.2. <i>Por que utilizar a teoria ator-rede nesta pesquisa?</i>	22
<b>3. JORNALISMO DE REVISTA</b>	<b>24</b>
3.1. <i>Começo da história</i>	26
3.2. <i>Primeiras revistas</i>	27
3.3. <i>As revistas ilustradas</i>	31
3.4. <i>Semana Ilustrada</i>	34
3.5. <i>Revista Ilustrada</i>	35
3.6. <i>Evolução da imprensa ilustrada</i>	38
3.7. <i>A fotografia</i>	40
3.8. <i>Fotografia nas revistas</i>	43
3.9. <i>Jornais</i>	48
3.10. <i>Conclusão do capítulo</i>	49
<b>4. TEORIA ATOR-REDE, JORNALISMO E AMBIENTE DIGITAL</b>	<b>51</b>
4.1. <i>Atores envolvidos no atual cenário das redes digitais</i>	53
4.2. <i>Revistas para tablet</i>	56
4.3. <i>Outras mídias</i>	58
4.4. <i>Conclusão do capítulo</i>	60
<b>5. JORNALISMO EM VÍDEO ONLINE</b>	<b>62</b>
5.1. <i>Vox.com</i>	63
5.2. <i>Nexo Jornal</i>	65
5.3. <i>Jornalistas youtubers</i>	67
5.4. <i>Como nossos antepassados</i>	69
5.5. <i>Conclusão do capítulo</i>	70
<b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>72</b>
6.1. <i>Próximas pesquisas</i>	74
<b>7. BIBLIOGRAFIA</b>	<b>75</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Por um tempo, revistas foram a melhor mídia pela qual os brasileiros podiam visualizar – em ilustrações, fotografias, reportagens – os acontecimentos do país. Nelas, foram documentadas e analisadas as andanças da família real, as torturas cometidas durante o período escravista, as batalhas da Guerra do Paraguai, a expansão urbana do país. Antes que houvesse televisão, rádio, cinema, computador, celular, teve revista ilustrada. Ao longo de quase dois séculos, as revistas e sua linguagem se desenvolveram a ponto de estabelecer uma indústria bilionária, com milhares de profissionais e milhões de leitores.

Quase que do nada, toda essa vasta rede composta por repórteres, artistas, escritores, revisores, editores, ilustradores, fotógrafos, gráficos, leitores, assinantes e anunciantes viu-se em meio a uma crise que fechou um número inestimável de títulos, demitiu milhares de trabalhadores e colocou editoras à beira da falência – a ponto de deixar a maior empresa de revistas da história do Brasil, a Editora Abril, na situação de recuperação judicial. Para onde foi todo mundo? A linguagem, os profissionais, os consumidores – onde estão agora?

Cientes da disrupção que as novas tecnologias digitais trariam ao mercado e ansiosos pelas potenciais inovações que elas permitiriam, acadêmicos e profissionais do jornalismo de revista desenvolveram uma série de produtos que poderia migrar essa experiência tradicionalmente oferecida pelas revistas para a nova era digital em que vivemos hoje.

Mas eles não previram que essa revolução ocorreria com tamanha rapidez e que boa parte dessas soluções – CD-ROMs, webaplicativos em Flash, revistas para tablet, aplicativos para smartphone etc. – não conseguiu evitar nem a crise do modelo de negócio nem a obsolescência de um formato de mídia que um dia foi um mediador essencial para compreender os acontecimentos e construir imaginários.

O que talvez os acadêmicos e os revisteiros digitais não entenderam, pelo menos não no início, foi que a emergência dos dispositivos digitais, das redes sociais e da possibilidade de qualquer um produzir e distribuir seu próprio conteúdo bagunçou os tradicionais actantes identificados com a produção e o consumo de jornalismo. Hoje,

fontes são jornalistas, que são membros da audiência, que são jornalistas, que, às vezes, são fontes.

Pensando nisso, alguns teóricos contemporâneos da comunicação e da sociologia têm se apropriado da teoria ator-rede – desenvolvida principalmente pelos franceses Bruno Latour, John Law e Michel Callon – para navegar nessa nova rede de agentes e identificar os misteriosos lugares em que o jornalismo acontece ou pode acontecer.

Mas não só isso. A abordagem materialista semiótica de Latour também nos permite perceber a malha dessa grande rede criada em volta do jornalismo e do jornalismo de revista ao longo dos anos. Pensando assim, talvez fosse possível – reunindo documentos, jornais, revistas, cartas ou qualquer outro relato textual com materialidade – rastrear as conexões de qualquer tipo de jornalismo feito no Brasil hoje – seja na TV, seja no rádio, seja na internet – aos primeiros periódicos impressos depois de 1812, ano em que a corte portuguesa desembarca no Brasil carregando nos porões de seus navios as primeiras prensas a operar regularmente no país. Mas, como uma monografia é apenas um trabalho de formiguinha, esta é apenas uma das várias histórias que poderiam ser contadas sobre o jornalismo de revista de ontem e de hoje.

### **1.1. Estrutura dos capítulos**

No próximo capítulo, o de número 2, vamos, portanto, apresentar o fundamento teórico que irá conduzir toda a pesquisa: a teoria ator-rede (TAR). Mas, como consideramos a TAR menos uma metodologia e mais uma maneira de como encarar todo o processo de investigação, é possível que, ao longo do capítulo seguinte, ela – mesmo ainda na base de todo o estudo – ocupe um plano menos visível.

No capítulo 3, faremos um levantamento histórico abordando desde os periódicos pioneiros publicados no Brasil no início do século 19, passando pela emergência das revistas ilustradas, até chegar à primeira revista moderna: *O Cruzeiro*. Esse agradável passeio pela história da imprensa servirá, junto com breves relatos de acadêmicos da área, para revelar as características e identificar os atores humanos – ilustradores, fotógrafos, escritores – e não humanos – tecnologias de impressão como a litografia para desenhos e autotipia para fotos – envolvidos na produção do jornalismo de revista ao longo dos séculos.

No capítulo 4, retomaremos a teoria ator-rede, mobilizando pesquisas recentes que sugerem aproximar a TAR dos estudos sobre jornalismo contemporâneo e abordaremos alguns dos principais desafios de uma utópica migração da tradição analógica para as novas redes digitais, que legou uma série de experimentos fracassados.

Por fim, analisaremos, no capítulo 5, a bola da vez da transição impresso/digital: os vídeos online. Aqui, vamos mostrar curtos estudos de caso para revelar não só como as empresas tradicionais estão se apropriando da tecnologia (e vice-versa) mas principalmente como veículos exclusivamente digitais têm produzido jornalismo de revista e, sobretudo, como novos atores estão se organizando de uma maneira semelhante aos primeiros revisteiros para produzir algo parecido com a revista que conhecemos no capítulo 3.

## 2. TEORIA ATOR-REDE (TAR)

Neste capítulo, pretendo discorrer sobre a teoria ator-rede, apresentando a metodologia e a base teórica usadas na monografia. A ideia é que, a partir da TAR, possamos, primeiro, investigar quais os elementos heterogêneos que informam o que é jornalismo de revista. Depois, como esses elementos heterogêneos são traduzidos do jornalismo de revista tradicional para as redes digitais.

Quando se fala em jornalismo de revista, é muito comum associar suas principais características a um meio específico – na maioria dos casos, à revista impressa em papel. Assim, com o advento das novas tecnologias e da era da convergência, surgiu um esforço para migrar essa forma do papel para o meio digital. Esse esforço de migração pode ser claramente visto em alguns produtos – como a revista digital para tablets e smartphones –, que surgiram nos últimos anos com o objetivo de preservar não só a maneira como o conteúdo é entregue como também os modelos econômicos que financiavam sua produção (as assinaturas e vendas de publicidade).

No entanto, novas realidades digitais surgidas principalmente depois da virada do milênio (no Brasil, a grave crise da Editora Abril estourou no ano de 2013<sup>1</sup>) colocaram em xeque o trabalho de editores e a própria existência das revistas.

After achieving a high state of refinement over the last half of the twentieth century, established editorial practices have found themselves challenged. It was as if a state of complacency, if not bewilderment, had set in across much of the magazine landscape. Turmoil has been the order of the day.<sup>2</sup> (ABRAHAMSON *et al.*, 2018.)

O objetivo então é mapear como essas características – desenvolvidas durante quase dois séculos em práticas deontológicas principalmente em redações de revistas (mas não só, já que outros veículos como o rádio e a televisão também adotaram a revista como conceito jornalístico) e ontologicamente nos centros de pesquisa sobre jornalismo – aparecem, com certo sucesso – nos novos veículos nativos digitais, como sites e canais do YouTube.

---

1 Em agosto de 2013, a Editora Abril anunciou o fechamento das revistas *Alfa*, *Bravo!*, *Gloss* e *Lola* e a demissão de 150 funcionários (FOLHA, 2013). As demissões e os fechamentos de títulos continuaram até culminar, em 2018, no pedido de recuperação judicial (FOLHA, 2018).

2 *Depois de atingir um alto grau de refinamento na última metade do século 20, práticas editoriais estabelecidas se encontraram em xeque. Foi como se um estado de complacência, se não de perplexidade, tomasse conta de boa parte do cenário da revista. Turbulência tem sido a ordem do dia.* Tradução livre.

Dessa forma, ao tentar elucidar essas características e encontrar os atores e actantes, tanto humanos quanto não humanos, envolvidos nessa transição do jornalismo de revista para o meio digital, a teoria ator-rede pode revelar como o jornalismo de revista informa outros atores.

Isto é o núcleo da abordagem ator-rede: um interesse por como atores e organizações mobilizam, justapõem e mantêm unidos os elementos que os constituem. Como atores e organizações algumas vezes conseguem evitar que esses elementos sigam suas próprias inclinações e saiam. E como eles conseguem, como resultado, esconder por um certo tempo o próprio processo de tradução e assim tornar uma rede de elementos heterogêneos cada qual com suas inclinações em alguma coisa que passa por um ator pontualizado. (LAW, 2006.)

Assim como fez André Holanda (HOLANDA, 2014) no primeiro capítulo de sua tese de doutoramento, aqui vamos apresentar nossa caixa com as ferramentas que servirão para analisar nosso objeto de estudo, o jornalismo de revista. E, da mesma forma que sugere Latour (LATOURE, 2012), nossos balões, buretas, provetas, placas de petri e erlenmeyers são artigos, livros, ensaios e relatórios. O resultado desta monografia pretende ser, portanto, o resultado de um experimento que descreve as associações encontradas em diferentes relatos textuais produzidos por outros autores.

Os relatos textuais são o laboratório do cientista social; e, se a prática laboratorial pode servir de guia, é em virtude da natureza artificial do lugar que a objetividade consegue ser alcançada, desde que artefatos sejam detectados, graças a uma atenção contínua e obsessiva. (LATOURE, 2012, pág. 187.)

E hoje, o que não nos falta são relatos textuais. A onipresença dos dispositivos digitais que mediam a maioria das nossas atividades faz a materialidade desses relatos ser cada vez mais acessível, facilitando a busca pelas associações. A pesquisadora Fernanda Bruno lembra que diversos setores têm se apropriado de um volume expressivo de rastros de nossas ações.

Pegadas que deixamos nas redes de comunicação distribuída, especialmente na internet, em que toda ação deixa um rastro potencialmente recuperável, constituindo um vasto, dinâmico e polifônico arquivo de nossas ações, escolhas, interesses, hábitos, opiniões etc. (BRUNO, 2012.)

Esse arquivo é sistematicamente explorado para fins publicitários, comerciais e de vigilância. No entanto, também é uma valiosa fonte de pesquisa para as ciências sociais.

Tais ciências [sociais] jamais estiveram diante de uma riqueza tão grande

de dados: rastros subjetivos, comportamentais, linguísticos, financeiros, bem como interações, associações e conflitos de diversas escalas tornam-se significativamente mais fáceis de serem descritos e retraçados. (BRUNO, 2012.)

## 2.1. O que é a teoria ator-rede

A contribuição mais famosa da teoria ator-rede (TAR) na academia foi colocar em um mesmo plano de análise seres humanos e artefatos tecnológicos. No entanto, quando Bruno Latour, um relativista radical segundo ele próprio, sistematiza (LATOURE, 2012, pág. 29) os conceitos da TAR no livro *Reagregando o Social*, ele propõe uma nova maneira de se investigar o social que vai muito além desse aspecto.

Latour tece inúmeras críticas à abordagem tradicional das ciências sociais, sobretudo à sociologia crítica, e sugere uma nova forma de pesquisar o social: por meio das associações entre atores – sejam eles seres humanos ou não. Suas preocupações filosóficas estão muito ligadas à história do pós-estruturalismo francês e algumas das ideias mais diferentes que a TAR propõe incluem

The distinctive touch of ANT lay in a taste for a hybrid disciplinary positioning (definitely not as standard social science), an obsession with the materiality of signification (hence the call for a semiotic approach to technology), and, in a sense, a certain freedom to engage in intellectual experimentation (with no imposed canon).<sup>3</sup> (MUNIESA 2015, pág. 81.)

No centro dessa nova maneira de se fazer ciência social, Latour propõe observarmos o social como uma rede.

Não como uma rede técnica, como as redes de esgoto, energia elétrica, trens, metrô ou telefones. Essas redes são organizadas de forma que o conteúdo chega de um ponto distante a outro em caminhos rigorosamente estudados e passando por nós estrategicamente colocados. Redes técnicas, desenhadas por engenheiros, são apenas um dos possíveis estados finais e estabilizados de uma rede ator-rede.

Segundo Latour, também não devemos comparar a rede ator-rede com as redes sociais (ele falava antes do advento do Facebook), pensadas para estudar as relações entre os seres humanos – frequência, distribuição, homogeneidade e proximidade dessas

---

3 A diferença da TAR está em um posicionamento disciplinar híbrido (algo incomum nas ciências sociais), uma obsessão com a materialidade da significação (por isso a chamada por uma abordagem semiótica da tecnologia) e uma certa liberdade para engajar em experimentação intelectual (sem imposição de cânones). Tradução livre.

relações. Apesar de esses estudos compartilharem com a TAR uma desconfiança sobre conceitos muito globais – instituições, organizações, estados e nações –, Latour acredita que, para descrever a verdadeira natureza das sociedades, é necessário incluir nessa rede de relações atores, ou entidades, não humanas.

As a first approximation, the AT [Teoria ator-rede] claims that modern societies cannot be described without recognizing them as having a fibrous, thread-like, wiry, stringy, ropy, capillary character that is never captured by the notions of levels, layers, territories, spheres, categories, structure, systems. It aims at explaining the effects accounted for by those traditional words without having to buy the ontology, topology and politics that goes with them. AT has been developed by students of science and technology and their claim is that it is utterly impossible to understand what holds the society together without reinjecting in its fabric the facts manufactured by natural and social sciences and the artefacts designed by engineers. As a second approximation, AT is thus the claim that the only way to achieve this reinjection of the things into our understanding of the social fabrics is through a network-like ontology and social theory.<sup>4</sup> (LATOURE, 1990.)

Quanto ao ator em “ator-rede”, Latour diz que, ao incluir o termo no conceito, o ator o muda substancialmente. Ele admite que a palavra por vezes é mal-interpretada, de forma que um ator, na origem anglo-saxônica do termo, fosse um indivíduo humano, normalmente masculino, que para ganhar poder aciona uma rede de aliados – não é isso que a teoria ator-rede prega.

An “actor” in AT is a semiotic definition -an actant-, that is, something that acts or to which activity is granted by others. It implies no special motivation of human individual actors, nor of humans in general. An actant can literally be anything provided it is granted to be the source of an action.<sup>5</sup> (LATOURE, 1990.)

A expressão ator-rede propriamente dita surgiu no fim da década de 1980 para

---

4 *Como uma primeira aproximação, a ator-rede afirma que sociedades modernas não podem ser descritas sem as reconhecer como tendo um aspecto fibroso, tipo um fio, rijo, viscoso, capilar que nunca é capturado pelas noções de níveis, camadas, territórios, esferas, categorias, estrutura, sistemas. Ela busca explicar os efeitos causados por essas palavras tradicionais sem precisar comprar toda ontologia, topologia e política que elas carregam. Ator-rede tem sido desenvolvida por estudantes de ciência e tecnologia e sua reivindicação é que é completamente impossível compreender o que segura a sociedade junta sem injetar novamente em seu tecido os fatos fabricados pelas ciências naturais e sociais e os artefatos desenhados por engenheiros. Como uma segunda aproximação, ator-rede é, então, a reivindicação de que o único jeito de alcançar essa nova injeção das coisas no nosso entendimento do tecido social é através de uma ontologia e uma teoria social em forma de rede.* Tradução livre.

5 *Um ator da ator-rede é uma definição semiótica – um actante –, ou seja, algo que age ou para qual uma atividade é permitida por outros. Não implica nenhuma motivação especial de atores humanos individuais, nem de humanos em geral. Um actante pode ser qualquer coisa contanto que seja a origem de uma ação.* Tradução livre.

designar uma escola de pensamento que começou a aparecer uma década antes entre professores e pesquisadores do Centro de Sociologia da Inovação (CSI)<sup>6</sup>, um pequeno núcleo de pesquisa da Escola de Minas de Paris<sup>7</sup>, instituição de ensino e pesquisa de engenharia fundada, em 1783, com objetivos claros de promover a inovação industrial. O CSI foi criado, em 1967, dentro dessa lógica, mas seu interesse, especialmente depois que o professor Michel Callon assumiu a direção, em 1982, se voltou, cada vez mais, às interrelações entre ciência e sociedade (MUNIESA 2015, pág. 80).

Essa proximidade com engenheiros permitiu que os sociólogos do CSI – entre eles Latour, contratado ainda em 1982 – produzissem estudos pioneiros, e polêmicos como veremos mais à frente, que tentavam desmanchar os limites entre ciências naturais e ciências sociais. Para Latour, o momento definidor do que mais tarde seria conhecido como TAR aconteceu depois da publicação de três documentos.

O Rubicão foi atravessado, ao menos por mim, quando se aceitaram as sucessivas conexões de três objetos anteriormente não sociais (micróbios, vieiras e recifes) que insistiam em ocupar a estranha posição de estarem *associados* às entidades anteriormente sociais que tentávamos descrever. (LATOURE, 2012, pág. 157, grifo do autor.)

Micróbios, vieiras e recifes são referências a três documentos que Latour considera essenciais para definir o que é a TAR. Segundo ele, ao colocar no mesmo plano os atores humanos e não humanos, essas pesquisas fornecem novas maneiras de compreender a teoria social (LATOURE, 2005, pág. 106).

Como a TAR é um conceito notadamente difícil de explicar, vamos tentar não nos ater a elocubrações muito generalizantes, mas focar nesses três exemplos específicos: o livro *The Pasteurization of France*, de Latour (1993), e os artigos *Some elements of a sociology of translation: domestication of the scallops and the fishermen of St Brieuc Bay*, de Michel Callon (1984), e *On the methods of long-distance control: vessels, navigation and the Portuguese route to India*, de John Law (1984).

Utilizar exemplos para explicar é, aliás, uma maneira que o próprio Law utilizou para falar da TAR em artigo posterior. Quando perguntado sobre o que é ou o que representa a teoria ator-rede, Law diz que talvez não haja uma boa resposta. Ou, talvez, existam várias. Mas esta é uma possibilidade:

---

6 Centre de Sociologie de l'Innovation.

7 École des Mines de Paris.

That one might represent actor network theory by performing it rather than summarising it. By exploring a small number of case studies rather than seeking to uncover its “fundamental rules”.<sup>8</sup> (LAW, 2006.)

Ainda segundo Law, é nesse processo de tradução e traição (translation/trahision) que a TAR vai ser utilizada. Assim como a TAR se traduziu e se traiu em diferentes interpretações ao longo dos anos, levando diferenças e similaridades do pensamento “original” criado em Paris nos anos 1980, nosso objeto de estudo (jornalismo de revista) é traduzido e traído em sua existência desde o século 19 até hoje, carregando diferenças e similaridades do primeiro conceito – ou ideia, prática, um ator pontualizado – em que se poderia identificar o surgimento do jornalismo de revista. Vamos aos exemplos.

### **2.1.1. Pasteurização da França**

No livro *The Pasteurization of France*, Latour aproximou atores humanos e não humanos nos estudos sobre os avanços científicos obtidos por Louis Pasteur. Ao infectar seres humanos, por exemplo, as bactérias criavam uma clara distinção social entre infectados e não infectados. Assim, uma série de ações individuais, antes explicadas de cima para baixo por uma estrutura social, pode agora, a partir dessa associação exemplar de entidades humanas e não humanas, explicar o social.

He pictures the laboratory as a fulcrum which can be used to master and transform nature and culture simultaneously. He urges two admirable rules of method: first, study systems in the course of controversy, when all is unstable and up for grabs, since closure effaces the memory of the work through which the taken-for-granted is established; second, do not accept the rigid boundary between the scientific-technical and the social-contextual which is often a result of these passages of action, and so cannot be used to explain them.<sup>9</sup> (SCHAFFER, 1991.)

Ao estudar os pasteuristas como cientistas que estudam ratos de laboratório, Latour abriu uma caixa-preta em que Pasteur e suas descobertas haviam sido confinadas. Tido como herói nacional na França e gênio incontestável, o sucesso de

---

8 *Que a pessoa pode representar a teoria ator-rede ao performá-la, em vez de ao sumará-la. Ao explorar um pequeno número de estudos de caso em vez de buscando descobrir suas “leis fundamentais”.* Tradução livre.

9 *Ele retrata o laboratório um sustentáculo que pode ser usado para dominar e transformar a natureza e a sociedade simultaneamente. Ele urge duas admiráveis regras de método: primeiro, estudar sistemas no caminho de controvérsias, quando tudo está instável e em disputa, já que depois que fechada [uma teoria] ela apaga a memória do trabalho pelo qual o que é dado é estabelecido; segundo, não aceite as fronteiras rígidas entre o técnico-científico e o socio-contextual que é sempre o resultado dessas passagens de ação e não podem ser usados para explicá-las.* Tradução livre.

Pasteur e de suas descobertas (que salvaram milhares da raiva e de outras doenças microbianas) sempre foi creditado exclusivamente aos avanços no entendimento das ciências naturais. Latour, no entanto, revela que esses avanços só foram possíveis por meio de uma série de relações sociais e culturais. A intenção de Latour é mostrar que "ciência" e "sociedade" são a mesma coisa – ambas explicáveis mais adequadamente por uma análise da relação de forças que as sustentam. Para provar esse ponto, ele escolhe estudar uma revolução científica incontestável.

We have to take a radical, unchallengeable scientific revolution, one that has profoundly transformed society and yet owes it very little. There are a number of reasons for believing that there is no better example than that of the revolution introduced into medicine, biology, and hygiene by the work of Louis Pasteur.<sup>10</sup> (LATOURE, 1993.)

### **2.1.2. Vieiras, cientistas e pescadores da baía de Saint-Brieuc**

Em seu artigo, Michel Callon (1984) descreveu uma controvérsia sobre as causas do declínio de vieiras na baía de Saint-Brieuc, na França, e o esforço de três pesquisadores marinhos para desenvolver uma estratégia de conservação para essa população. Ao associar elementos tão heterogêneos (cientistas, animais e pescadores), ele propõe uma nova abordagem para o estudo do poder – a da sociologia da tradução, um dos primeiros nomes utilizadas para descrever a atual TAR.

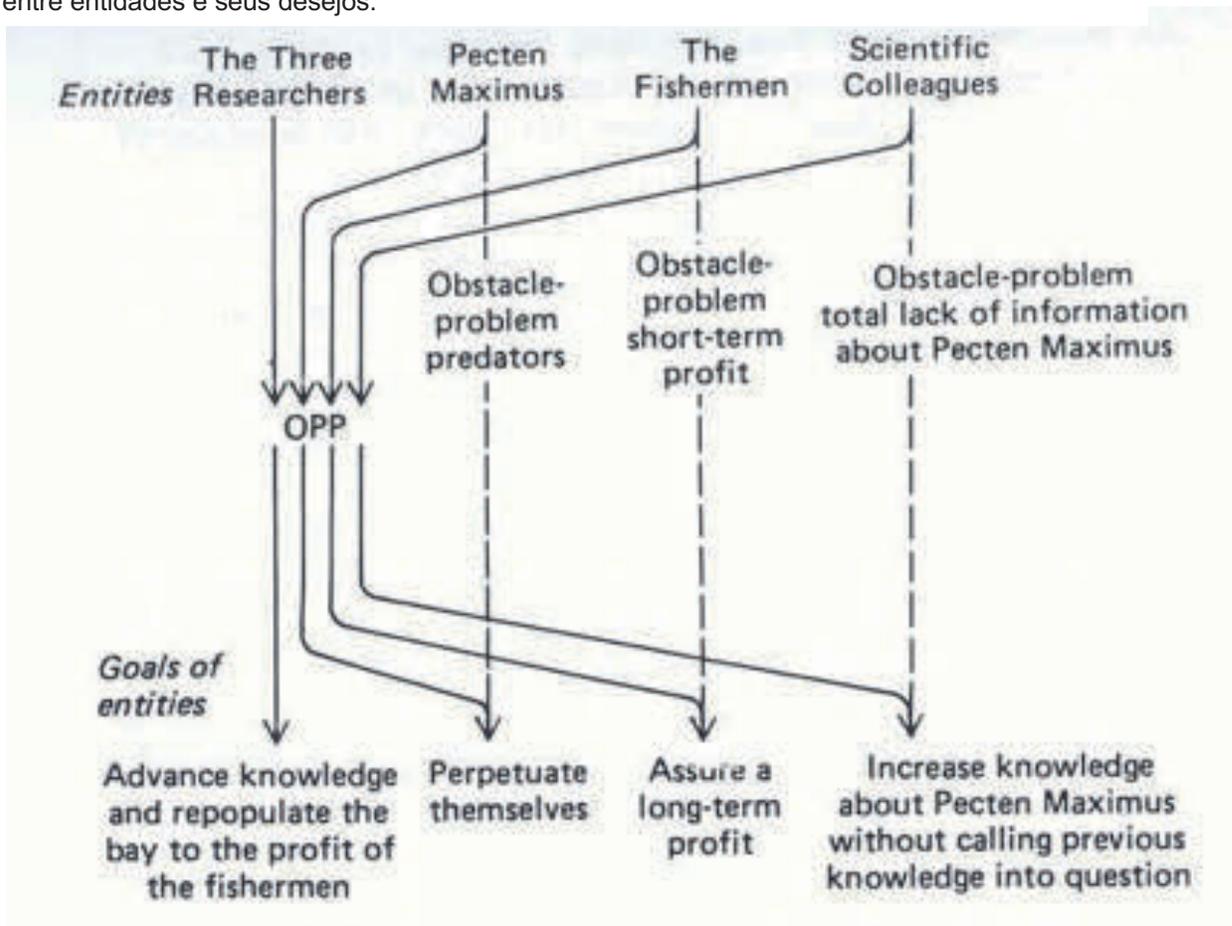
Callon escolheu colocar em um mesmo plano entidades humanas e não humanas – (1) os três pesquisadores, (2) a espécie de vieiras (*Pecten maximus*), (3) os pescadores e (4) outros colegas cientistas – e seus objetivos – (1) desenvolver conhecimento avançado e repovoar a baía para que os pescadores possam prosperar, (2) perpetuar, (3) garantir lucro a longo prazo e (4) aumentar o conhecimento sobre *Pecten maximus*, sem comprometer pesquisas anteriores (Figura 1).

Assim, o autor pode descrever empiricamente como o agenciamento de ações se dá nessa situação, que pode ou não explicar o poder em outras instâncias, mas que, sem dúvida, é uma importante contribuição para o estudo desse fenômeno.

---

10 *Precisamos pegar uma revolução científica incontestável, radical, uma que tenha transformado profundamente a sociedade mas não pouco deva a ela. Há várias razões para acreditar que não há melhor exemplo que o da revolução introduzida na medicina, biologia e higiene pelo trabalho de Louis Pasteur.* Tradução livre.

Figura 1 – Gráfico que descreve o problema a ser enfrentado em um sistema de associações entre entidades e seus desejos.



Fonte: CALLON, 1984.

### 2.1.3. O domínio português da rota da Índia

John Law, por sua vez, argumenta em sua pesquisa que o sucesso da expansão marítima portuguesa só pode ser entendido se o tecnológico, o econômico, o político, o social e o natural forem vistos como interrelacionados. Para ele, o esforço português envolveu a mobilização e a combinação de elementos de cada uma dessas categorias (LAW, 1984, em (1) The Problem).

Law se valeu de uma série de descrições para abordar o controle a longa distância que Portugal conseguiu, de maneira inédita, exercer desde Lisboa até Calcutá. O desenho técnico dos navios portugueses – o tamanho maior oferecia uma vantagem militar sobre navios árabes e o uso de velas grandes e pequenas aproveitava melhor os ventos –; a formação de uma comissão de cientistas pelo Rei João II – que traduziu uma

tradição astronômica para o fim específico de navegar para além das águas do Mediterrâneo ou do norte da Europa, no caso a Índia –; o uso de instrumentos astronômicos – o aprimoramento do astrolábio e do quadrante –; a leitura feita pelos marinheiros do regimento – que funcionava como um manual para instruir o marinheiro a determinar uma posição no globo –; e o próprio marinheiro – incumbido de seguir determinadas regras e menos propenso a se perder e vagar sem destino.

Em um artigo com menos de 11 mil palavras, Law descreveu elementos da astronomia – ao demonstrar o funcionamento e o desenvolvimento do astrolábio e do quadrante –; da geologia e da geografia – ao comparar os métodos de navegação dos navios no norte da Europa, que se valiam da linha com chumbo, com os do Mediterrâneo, que se valiam de boa visibilidade para enxergar a costa –; da história e da política – ao mostrar como João II criou uma comissão especial, entre outras disciplinas.

Assim, Law contou uma história empiricamente comprovável em cada um de seus aspectos para revelar como Portugal conseguiu exercer poder em longas distâncias.

Esse tipo de abordagem, a objetificação das “ciências duras” por esse grupo de sociólogos – que havia começado ainda na década de 1970 – e uma certa ousadia em avançar sobre temas considerados restritos aos cientistas das ciências da “natureza” culminaram em um debate acalorado entre acadêmicos que ficou conhecido como a Guerra das Ciências (LATOURET, 2005, pág. 100) do início dos anos 1990.

Latour admite que esse embate se deu por causa do uso precipitado, e de uma interpretação erroneamente generalizada, da expressão “construção social dos fatos científicos”. O autor defende que o senso comum sobre o conceito “construção” permitia – em uma metáfora da obra de arquitetura ou engenharia – visualizar as estruturas, as técnicas e habilidades que proporcionam o surgimento de um arranha-céu. Para ele, o canteiro de obras é um lugar privilegiado onde se pode investigar se a “construção” é robusta, se será durável ou se é frágil e não resistirá às agruras do tempo. O mesmo valeria para os fatos construídos pelos cientistas: quanto mais bem estruturados, mais duráveis serão.

Muitos cientistas das ciências duras, no entanto, entenderam essa abordagem como um afronta à ciência. Para eles, o fato científico é algo que existe antes do entendimento de qualquer cientista. O cientista, portanto, só revelaria em suas pesquisas

algo que já existisse anteriormente. Esse dilema, apesar de aparentemente apaziguado – Law inclusive propôs uma autocrítica em 1999 (HOLANDA, 2014, pág. 66) – permanece vivo.

Em 25 de outubro de 2018, a revista *New York Times Magazine* publicou um perfil sobre Bruno Latour (KOFMAN, 2018). Apesar de focar em seus recentes esforços para explicar o antropoceno e alertar sobre os perigos das mudanças climáticas, a repórter Ava Kaufman tocou em alguns conceitos de Latour muito caros aos cientistas da natureza. Ao ler a peça, o professor de física da Universidade de Nova York Alan Sokal – envolvido nos embates da Guerra das Ciências – enviou uma série de e-mails para a redação do *New York Times* contestando algumas suposições da reportagem e indagando se a revista teria checado os fatos publicados. Para ele, se os editores tivessem algum rigor, teriam entrado em contato com algum pesquisador que poderia contestar a abordagem levantada por Latour, principalmente quando fala de “fatos científicos”. Para Sokal, o grande problema dos textos de Latour é que:

Esses textos são muitas vezes ambíguos e podem ser lidos de duas maneiras distintas: uma leitura “moderada”, que leva a afirmações que são ou discutíveis ou verdadeiras, mas triviais; e uma leitura “radical” que leva a afirmações que são surpreendentes mas falsas. Infelizmente, a interpretação radical é, muitas vezes, não só apreendida como a “correta” interpretação do texto original mas também como um fato bem estabelecido, uma conclusão que nós devemos criticar rispidamente. (SOKAL, 2019.)

Apesar da crítica ao seu relativismo radical, ou pelo menos às consequências desastrosas (uma justificativa para a anti-ciência, por exemplo), às vezes atribuídas a ele, o construtivismo social de Latour trouxe uma nova perspectiva não só para as ciências sociais, mas para pesquisadores de diferentes áreas do conhecimento.

## **2.2. Por que utilizar a teoria ator-rede nesta pesquisa?**

Não convém investigar em que medida isso se deu, mas é muito provável que essa abordagem aparentemente revolucionária – por aflorar os ânimos de tantos pesquisadores – proposta pela teoria ator-rede teve pelo menos algum sucesso em derrubar as barreiras impostas pela diferenciação entre natural e social. Ao longo dos anos, ela foi adotada pelas mais variadas disciplinas (MUNIESA, 2015, pág. 80).

Pesquisadores do campo da administração (TONELLI *et al.*, 2011), da psicologia

(TSALLIS, 2006), dos sistemas de informação (DOS SANTOS, 2006), dos estudos sobre saúde pública (BLEAKLEY, 2012; TIMPKA, 2007), da biologia (BROWN, 1998), das artes (FELSKI, 2016) e de outras categorias já utilizaram a teoria ator-rede para produzir conhecimento.

E isso eventualmente chegou aos estudos da mídia e do jornalismo.

O pesquisador Nick Couldry aponta como um primeiro encontro entre estudos da mídia e teoria ator-rede o trabalho do sociólogo de mídia Roger Silverstone. Segundo Couldry, sua pesquisa juntou uma análise da integração da televisão ao contexto doméstico a estudos sociológicos mais amplos sobre as maneiras específicas como a tecnologia se infiltrou na vida social a partir do século 19 (COULDRY, 2008).

Couldry também menciona algumas citações de Latour que demonstram uma preocupação com a mídia e retoma um trecho de Gabriel Tarde, sociólogo contemporâneo de Durkheim considerado precursor da teoria ator-rede por Latour:

It is... essential that each of the individuals [in a society] be more or less aware of the similarity of his judgements with those of others; for if each one thought himself isolated in his evaluation, none of them would feel himself to be (and hence would not be) bound in close association with others like himself... Now, in order for the consciousness of similarity of ideas to exist among the members of a society, must not the cause of this similarity be the manifestation in words, in writing, or in the Press, of an idea that was individual at first, then little by little generalised?<sup>11</sup> (TARDE, 1969, pág. 300, *originally published* 1898/99; *apud* COULDRY, 2008.)

Ainda no fim do século 19, Tarde de alguma maneira já mostrava que a materialidade da informação era importante na análise do social e que a mídia estava intrinsecamente interligada às ações individuais. Afinal, para ele, as ideias e os pensamentos que dividimos com outros membros da sociedade tiveram origem em palavras escritas primeiro individualmente – em texto, ou na imprensa – e foram, depois, generalizadas pouco a pouco.

Dessa forma, Couldry propõe utilizar a teoria ator-rede nos estudos sobre mídia

---

11 *É essencial que cada indivíduo [em uma sociedade] esteja mais ou menos atento às similaridades de seus julgamentos com o de outros; porque, se cada um pensou que estava isolado em sua avaliação, nenhum deles se sentiria (e, portanto, não seria) ligado a associações próximas com outros como ele mesmo... Agora, para que a consciência da similaridade de ideias exista entre os membros de uma sociedade, não seria necessário que a causa dessa similaridade seja manifestada em palavras, em texto, ou na imprensa, de uma ideia que foi individual antes, e, depois, generalizada pouco a pouco?* Tradução livre.

não porque novas tecnologias de informação digital estão mudando o cenário da mídia de variadas maneiras (como fazem LEWIS, WESTLUND, 2015), mas porque ela nos lembra que a mídia não é a sociedade. Ao insistir na natureza híbrida de tudo o que tradicionalmente chamamos de relações sociais – que, na verdade, dependem de conexões entre entidades humanas e não humanas –, a TAR é um forte antídoto contra o discurso que naturaliza e mistifica o poder da mídia, ou seja, a coloca em uma caixa-preta (para usar um dos conceitos mais valiosos entre os autores da TAR).

No entanto, tanto o trabalho de Lewis e Westlund (LEWIS, WESTLUND, 2015) quanto outros que também associam diretamente a teoria ator-rede ao jornalismo (PRIMO, ZAGO, 2015; PLESNER, 2009; FIORAVANTI, 2010; e o já citado HOLANDA, 2014; etc.) serão de enorme valor para esta monografia.

### 3. JORNALISMO DE REVISTA

Definir o que é revista é impossível. Definir o que é jornalismo de revista é muito mais. No meio acadêmico brasileiro, salvo algumas iniciativas pontuais – os livros *Revista e seu Jornalismo*, organizado por Frederico de Mello B. Tavares e Reges Schwaab (TAVARES, 2013), e *Jornalismo de Revista em Redes Digitais*, organizado por Graciela Natansohn (2011), por exemplo –, pesquisas sobre esse tema são raras. Entre países de língua inglesa, no entanto, identificamos alguns centros de pesquisa e publicações científicas dedicadas a estudar as revistas. Um deles é o periódico *Text*, que, dado a crise e o aparente declínio dessa mídia, surpreendentemente publicou um artigo em 2014 que propõe uma pedagogia para um campo de estudos nascente – *magazine studies*<sup>12</sup> (LE MASURIER, Megan; JOHINKE, Rebecca, 2014).

Outro eminente pesquisador, com várias publicações sobre o tema, é o professor David Abrahamson – da Universidade Northwestern, em Chicago, EUA. Em um de seus artigos, Abrahamson cita duas listas, uma de Christopher Phin, editor da revista *Macformart*, e outra complementar de Alan Rutter – “especialista em ferramentas editoriais” da editora americana Condé Nast, dona dos títulos *Wired*, *The New Yorker*, *Vanity Fair*, entre outros –, contendo características que definiriam o que é revista.

In his [Christopher Phin] view, a magazine was:

---

12 *Estudos de revistas.*

- a point of coalescence for passion;
- something that makes one feel cooler/smarter/more interesting;
- a treat;
- something that informs inspires and enriches one's life;
- something made by someone else who one trusts;
- a curated thing, which is to say knowledge refined;
- a finite thing;
- something for a quiet half-hour or for the toilet;
- something one buys that might increase in value;
- has a cover;
- is regular so that one can subscribe to;
- something one can lose;
- something that is hard and expensive to produce.

Alan Rutter [...] added few additional attributes, suggesting that a magazine was:

- a collection of linked stories;
- designed; an experience, not a commodity;
- collaborative;
- shareable.<sup>13</sup> (ABRAHAMSON, 2016.)

Certamente, essas listas não são definitivas. O próprio Abrahamson admite que elas são discutíveis, mas muito interessantes.

No Brasil, é interessante observar como Werneck (2000) organizou os capítulos do livro *Revista no Brasil*. A publicação foi lançada pela Editora Abril para comemorar os 50 anos da empresa. *Revistas no Brasil* é um documento que tenta esboçar o primeiro panorama da revista no Brasil, revelando, ao fazer esse levantamento, a importância desse formato na vida dos brasileiros.

Este é um livro que mostra, em mais de novecentas imagens, como o país se expressou, ao longo dos dois últimos séculos, na sua forma de ser, agir, pensar, sonhar. Os valores da espiritualidade, da sensualidade, do ritmo ou da cor, da busca do prazer ou da beleza, os aromas e sabores – muito do que vem constituindo a nossa singularidade transparece nas páginas deste livro, que por sua vez reproduzem páginas que, em diferentes épocas, exprimiram a razão de ser do brasileiro. (WERNECK, 2000.)

Ainda que distante do rigor acadêmico – é difícil saber de onde as informações

---

13 Em sua [Christopher Phi] visão, uma revista era: um ponto de coalescência pela paixão; algo que faz a pessoa se sentir mais legal/mais inteligente/mais interessante; um presente; algo que informa, inspira e enriquece a vida de uma pessoa; algo feito por outro que a pessoa confia; algo com curadoria, ou seja, sabedoria refinada; uma coisa finita; algo para um tranquila meia hora ou para o banheiro; algo que a pessoa compra que pode ter seu valor aumentado; tem uma capa; é regular, portanto a pessoa pode assinar; algo que a pessoa pode perder; algo que é difícil e caro para produzir.

Alan Rutter adicionou mais alguns atributos, sugerindo que uma revista era: uma coleção de reportagens interligadas; desenhada, sendo uma experiência, não uma commodity; colaborativa; compartilhável. Tradução livre.

foram retiradas, por exemplo –, o livro é “o resultado de mais de dois anos de pesquisa por parte de dezenas de bibliotecários, especialistas em tipografia e iconografia, fotógrafos, designers e jornalistas [...]”, segundo a introdução escrita por Roberto Civita, então presidente e editor da Editora Abril.

De qualquer forma, por sair do maior centro de produção de revistas da história do Brasil, certamente revela um retrato importante do que é revista neste país. Com exceção de alguns capítulos que se aprofundam em temas paralelos, a maneira como o livro foi dividido demonstra uma intenção de listar os atributos essenciais a uma revista.

Os capítulos são: 1) A revista no Brasil; 2) Olha a capa!; 3) Reportagem; 4) Ilustração; 5) Agostini, Fleiuss: uma época de ouro; 6) Fotografia; 7) Cultura; 8) Design; 9) Construtores de impérios; 10) A história contada em quadrinhos; 11) Femininas; 12) Do folhetim à fotonovela; 13) Erotismo; 14) Fazedores de revistas; 15) Publicidade em revistas; 16) Humor; 17) Em tempo; 18) Linha do Tempo; 19) Bibliografia; 20) Índice. (WERNECK, 2000.)

### **3.1. Começo da história**

Para tentar aprofundar nesses elementos heterogêneos que compõem o significado de jornalismo de revista, acredito que o melhor caminho é através dos registros históricos. Dessa forma, tentamos evitar depender apenas da opinião de autoridades no assunto para ir atrás dos rastros materiais (jornais, revistas, documentos) que poderão definir o nosso objeto.

Além disso, recorreremos a autores de diferentes áreas de conhecimento – notadamente comunicação, história e design – para tentar fazer um relato coeso e interessante sobre o que é jornalismo de revista. Da mesma forma, ora daremos ênfase a desenvolvimentos tecnológicos – como alguns detalhes sobre o surgimento da litografia e da fotografia –, ora focaremos nos acontecimentos sociais que fizeram avançar o conceito em questão.

Falar de jornalismo de revista é falar da história do jornalismo e da história da revista. Apesar desses conceitos nem sempre caminharem juntos – sempre houve revistas que não faziam jornalismo e o jornalismo sempre existiu em outros formatos, os jornais impressos e televisivos, como os mais óbvios –, os percursos de cada uma dessas palavras são muito próximos.

Quanto ao jornalismo, a *Acta Diurna* – folhetos impressos com notícias do dia, principalmente discursos oficiais – já circulava no Império Romano desde pelo menos 59 a.C. Na China, durante a dinastia Tang (que reinou entre 618 e 907 d.C.), o *bao*, ou relatório, começou a ser distribuído para oficiais do governo e continuou sendo produzido de diferentes formas até o fim da dinastia Qin, em 1911.

Mas o jornalismo como nós, ocidentais modernos, conhecemos aparece no século 17, depois da imprensa de Gutemberg. Os primeiros jornais publicados periodicamente surgem em cidades da Alemanha e da Antuérpia no começo dos anos 1600. O *Weekly News*, primeiro jornal inglês, começa a ser publicado em 1622. (ENCYCLOPAEDIA BRITANNICA, 2019.)

É difícil precisar quando, mas as revistas surgem pouco tempo depois. No início da imprensa, no entanto, ainda era complicado definir o que era livro, jornal ou revista. Ainda assim, alguns pesquisadores tentam pontuar o nascimento da revista na publicação do periódico alemão *Erbauliche Monaths-Unterredungen*, de 1663, outros no do francês *Journal des Scavans*, de 1665, e ainda no surgimento dos ingleses *The English Ladies Mercury*, de 1693, *Review*, de 1704, e *Gentleman's Magazine*, de 1731, a primeira publicação a usar o termo “*magazine*”, que hoje, em inglês, significa “revista”. (LE MASURIER, 2012.)

### **3.2. Primeiras revistas**

No Brasil, qualquer atividade impressora ficou proibida até 1808, quando a família real portuguesa desembarcou no Rio de Janeiro e fundou a Imprensa Régia. Os primeiros equipamentos – máquinas tipográficas de chumbo inglesas – foram trazidos junto com a Coroa e eram semelhantes às primeiras prensas construídas por Gutemberg 350 anos antes.

Com a chegada da imprensa ao Brasil, inicia-se, segundo Costa (2012), um processo de construção da identidade nacional.

Estudar o papel formador das revistas brasileiras no século em que se dá o início de formação identitária de nosso país supõe um diálogo com essas visões [de pertencimento cultural]. Foi por meio do impresso, como ensina Peter Burke, que se impôs o discurso do ser nacional. Se, na visão do historiador, os cafés e clubes inspiraram a criação de comunidades originais de comunicação oral e socialização, foram os impressos que desempenharam esse papel de modo ímpar. Foi por meio das páginas

dos jornais e sobretudo das revistas que as populações dos países em formação e consolidação ao longo dos séculos XVIII e XIX aprenderam a se ver como diferentes, como possuidoras de uma nacionalidade. (COSTA, 2012.)

Em princípio, a Imprensa Régia do Rio de Janeiro funcionava “imprimindo exclusivamente toda a legislação e papéis diplomáticos que emanarem de qualquer repartição do real serviço, e também todas, e quaisquer obras” (SANTOS, L.G. *Memórias para Servir à História do Reino do Brasil*, apud LAJOLO E ZILBERMAN, 1996, pág. 124). No entanto, ela também produziu jornais e revistas importantes, sem ligação direta com a burocracia estatal.

A atividade impressora ficou restrita à Imprensa Régia até 1811, quando o patricio Manuel Antonio da Silva Serva, com a devida permissão da Corte, inaugura a segunda impressora do Brasil em Salvador, na Bahia. Em 1812, ele lança o que hoje é considerada a primeira revista brasileira, *As Variedades ou Ensaios de Literatura* (COSTA, 2012, pág. 44) (Figura 2). Segundo o jornal *A Idade d'Ouro do Brazil*, também publicado por Silva Serva, a revista continha:

Discursos sobre costumes e as virtudes morais e sociais; algumas novelas de escolhido gosto e moral; extratos de história antiga e moderna, nacional ou estrangeira; resumos de viagens; pedaços e autores clássicos portugueses – quer em prosa, quer em verso – cuja leitura tenda a formar gosto e pureza na linguagem; algumas anedotas e [...] algumas vezes oferecer artigos que tenham relação com os estudos científicos propriamente ditos e que possam habilitar os leitores a fazer-lhes sentir a importância das novas descobertas filosóficas. (VIANA, 1945: 13-14 apud COSTA, 2012.)

O periódico teve vida curta – apenas algumas edições entre janeiro e julho de 1812 – e pouco se parecia com o que conhecemos hoje como revista. Impressa na tipografia de chumbo, a publicação era um compêndio de páginas de texto encadernadas que se parecia com um livro. O conteúdo, no entanto, já indicava uma estrutura que seria seguido por décadas e oferece indícios de uma série de vocações que as revistas iriam adquirir nos anos seguintes – trechos da história antiga e moderna, relatos de viagem e artigos que tenham relação com os estudos científicos hoje são publicadas (ou foram até pouco tempo atrás) em revistas de história, de viagem e de ciência, respectivamente.

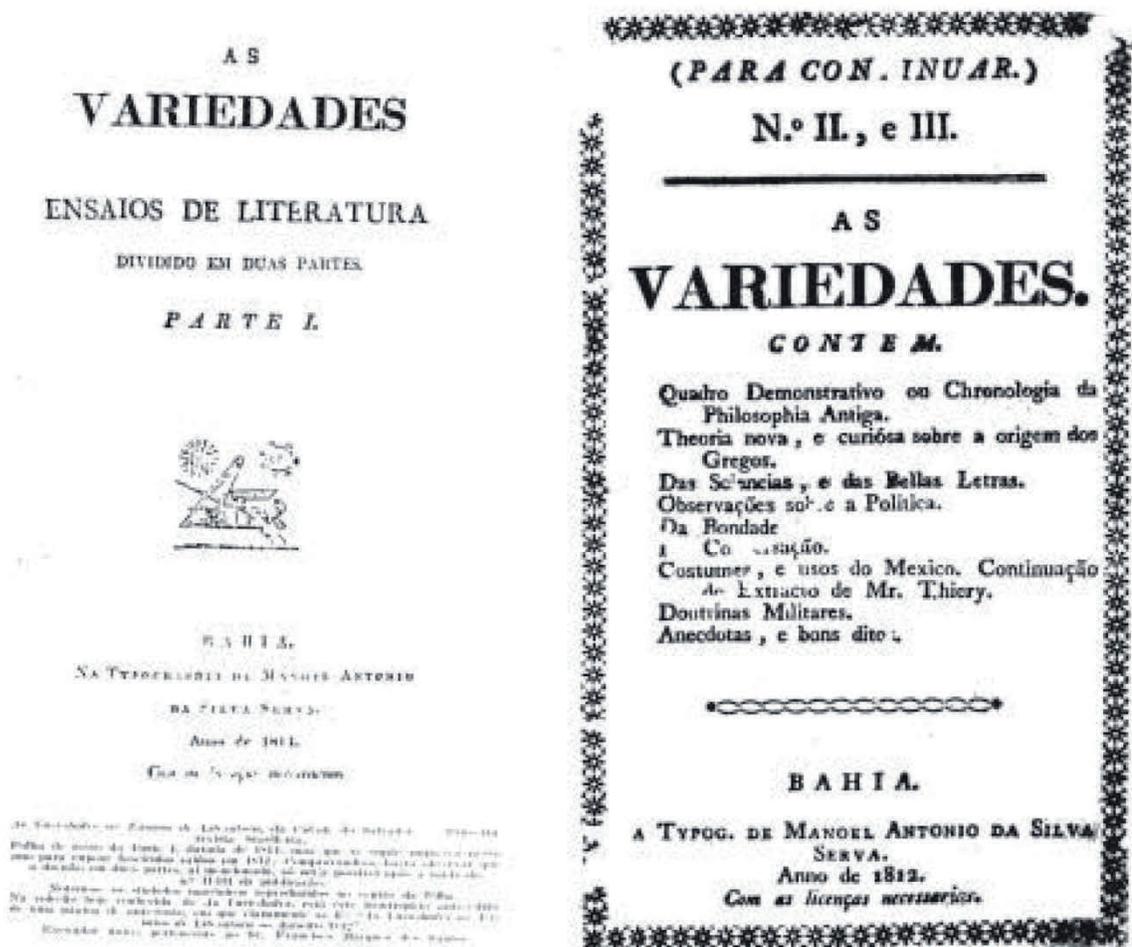
A própria palavra revista surge no nome dos periódicos só em 1828, com a *Revista Semanaria dos Trabalhos Legislativos da Câmara dos Senhores Deputados*. O termo é

uma tradução da palavra inglesa *review* utilizada pela primeira vez para denominar um periódico em 1705 (MARTINS, 2001).

A diferenciação entre jornais e revistas se dava apenas no conteúdo textual, que, apesar de ainda incipiente, levaria a dois tipos de periódico que perduram até hoje: a cobertura das tragédias e dos fatos acontecidos na véspera ficou a cargo dos jornais, enquanto as revistas, principalmente as ilustradas, foram reservadas às informações em profundidade, à análise, à crítica e ao entretenimento (COSTA, 2012, pág. 55). A partir dos anos 1870, com o advento do telégrafo, do telefone, da fotografia e da prensa a vapor que os formatos começam a se diferenciar de verdade e os conceitos a ser cristalizar.

Enquanto *As Variedades ou Ensaios de Literatura* permaneceu desconhecida por

Figura 2 – Capas da *Variedades ou Ensaios de Literatura*, de 1812, primeira revista brasileira.



Fonte: *Contribuição à História da Imprensa Brasileira 1812–1869*, de Helio Vianna. Rio de Janeiro: Imprensa Nacional, 1945 *apud* COSTA (2012).

pesquisadores, o periódico *O Patriota* foi amplamente creditado como a primeira revista brasileira. Publicado entre janeiro de 1813 e dezembro de 1814 pela Imprensa Régia do Rio de Janeiro, *O Patriota* reuniu alguns dos mais importantes literatos brasileiros da época (COSTA, 2012, pág. 59).

Poucas definições simplificadas, concisas ou objetivas sobre o que é o jornalismo utilizam a palavra arte, mas a presença de artistas e intelectuais não jornalistas é uma característica que participa de maneira muito próxima do nascimento da imprensa brasileira.

Nas décadas seguintes, importantes autores estrangeiros tiveram suas obras traduzidas e publicadas de forma serializada nos periódicos brasileiros. Alexandre Dumas teve tanto sucesso no *Jornal do Commercio*, de Pernambuco, “que o diretor [...] encomendou uma versão com novas peripécias do personagem [*Conde de Monte Cristo*], contratando para isso o jornalista português Alfredo Passolo Hogan”. (*Idem*, pág. 77.) O jornal continuou a publicar as aventuras de Edmond Dantes mesmo depois de receber uma carta de protesto do autor original.

Autores brasileiros logo seguiram a tendência. José de Alencar publicou *O Guarani* e *A Viúva* no *Diário do Rio de Janeiro*, Manuel Antônio de Almeida, *Memórias de um Sargento de Milícia*, também no *Jornal do Commercio*, e Machado de Assis, *Quincas Borba*. na revista quinzenal *A Estação*.

O século 19 testemunhou o nascimento de diversos periódicos. O período entre o fim da censura prévia, em 1820, e a Declaração da Independência do Brasil, em 1822, foi especialmente frutífero. Nesses dois anos, só no Rio de Janeiro, pelo menos 24 publicações, entre jornais e revistas, apareceram. Mas, como à época a imprensa era tratada menos como negócio e mais como projeto voluntarista, a maioria morreu pouco tempo depois.

Mesmo que de forma amadora, já é possível observar um aspecto definidor da revista entre essas publicações pioneiras: a segmentação do público. *O Propagador das Ciências Médicas* – de medicina e farmácia –, *O Espelho Diamantino* – o primeiro periódico feminino do Brasil –, ambos de 1827, e o *Semanário Político, Industrial e Comercial* – que comentava assuntos políticos e econômicos –, de 1831, são apenas três exemplos.

As revistas para o público feminino, apesar de não necessariamente serem editadas ou produzidas por mulheres, são uma tendência desde muito cedo na história dos periódicos europeus e brasileiros. A importância das revistas femininas é tamanha na história do jornalismo que, para a pesquisadora britânica Margaret Beetham, as palavras que formam o conceito “revista feminina”<sup>14</sup>, construíram seus significados conjuntamente.

The magazine evolved as it did because from its inception it was a genre which addressed ‘the feminine’, but ‘femininity’ has also been informed by the development of print, particularly the magazine. The history of their relationship has been marked by continuity but also by discontinuity and by the constant re-working of the ‘same’ elements whose meanings are radically unstable.<sup>15</sup> (BEETHAM, 2003, pág. 15.)

No Brasil não foi diferente. Apesar de se passar décadas até que pudessem ocupar cargos em redações, as mulheres sempre formaram parte importante da audiência.

[...] a mulher leitora, desde o império, fora presença assídua no contexto do impresso. Certo que em número limitado e circunscrita a grupos sociais elevados, mas, confirmando a leitura como prática feminina recorrente, interessada efetiva naquela produção, sua consumidora potencial. (MARTINS, 2001, pág. 371.)

*O Espelho Diamantino* foi a primeira, mas logo outras a seguiram. *O Beija-Flor*, de 1930, *Espelho das Brasileiras*, de 1931, *Jornal das Senhoras: Modas, Litteratura, Bellas-Artes, Theatro e Critica*, de 1852 – a primeira a contar com uma equipe de mulheres –, e *O Sexo Feminino: Semanário Dedicado aos Interesses da Mulher*, de 1873, entre outras.

### 3.3. As revistas ilustradas

A partir da década de 1830, uma nova tecnologia começa a chegar ao Brasil. A litografia foi inventada, no fim do século 18, por Alois Senefelder, um dramaturgo alemão que, por falta de dinheiro, decidiu imprimir suas obras ele mesmo. Depois de vários testes, Senefelder conseguiu criar uma matriz impressora resistente ao desenhar sobre um pedaço polido de pedra de calcário com um lápis de cera oleoso (SENEFELDER, 1819).

---

14 *Women's Magazine*.

15 *A revista se desenvolveu como tal porque, desde o início, foi um gênero que abordou 'o feminino', mas a 'feminilidade' também foi informada pelo desenvolvimento dos impressos, particularmente a revista. A história dessa relação tem sido marcada por continuidade, mas também por descontinuidade e pelo constante retrabalho de elementos cujos significados são radicalmente instáveis.* Tradução livre.

O processo baseia-se na repulsão que a água tem pela gordura e vice-versa.

Numa pedra calcárea, o desenho é feito por lápis gorduroso (o chamado *crayon litográfico*) ou tinta, também gordurosa, aplicada a pincel ou caneta. Uma solução ácida fixa a gordura à pedra. A impressão é planográfica, realizada numa prensa litográfica que, assim como a prensa calcográfica, se compõe de uma “cama” com movimentos de vai e vem, onde se coloca a pedra. Sobre a pedra entintada é colocado o papel, bem liso, a receber a impressão e, por cima, um cartão de proteção. Antes de se proceder à entintagem, a pedra é molhada. A parte sem gordura absorve a água, ficando úmida, enquanto a parte engordurada a repele. A tinta gordurosa é espalhada sobre a pedra por meio de um rolo, sendo retida apenas onde está traçado o desenho, que permanecem úmidas, a tinta é recusada. (ANDRADE, 2004.)

A tecnologia rapidamente é adotada por jornais e revistas e, no Brasil, “imperou na nossa imprensa ilustrada até a virada do século 20” (ANDRADE, 2004, pág. 86). Walter Benjamin, no clássico *A Obra de Arte na Era da Sua Reprodutibilidade Técnica* aponta a litografia como uma etapa essencialmente nova nas técnicas de reprodução.

Com a litografia, as técnicas de reprodução marcaram um progresso decisivo. Esse processo, muito mais fiel – que submete o desenho a pedra calcária, em vez de entalhá-lo na madeira ou de gravá-lo no metal – permite pela primeira vez as artes gráficas não apenas entregar-se ao comércio das reproduções em série, mas produzir, diariamente, obras novas. Assim, doravante, pôde o desenho ilustrar a atualidade cotidiana. E nisso ele tomou-se íntimo colaborador da imprensa. (BENJAMIN, 1969.)

Tendo em vista que a técnica é introduzida na Inglaterra em 1817, e seu inventor, Senefelder, obtém o privilégio de uso da tecnologia pelo governo britânico por 15 anos, o Brasil não demora tanto para incorporá-la. Um dos primeiros litógrafos a chegar ao país é Arnaud Julien Palliè, que vem, em 1817, a convite de D. João VI.

Ele começa a trabalhar na Academia Militar, em 1825, mesmo ano em que desembarca no Rio de Janeiro Johann Jacob Steinmann, outro litógrafo contratado para trabalhar na oficina gráfica da academia. Além de novos equipamentos, Steinmann carrega o conhecimento adquirido com Engelmann e o próprio criador da técnica, Aloys Senefelder (ANDRADE, 2004). A atuação de Steinmann, do francês Pierre Victor Larée, que o substitui, em 1833, e de Pallià acaba transformando a oficina do colégio militar em centro de formação de uma geração de litógrafos.

Munida da mais avançada tecnologia da época, a imprensa brasileira pôde finalmente publicar as primeiras revistas semelhantes com as que hoje conhecemos –

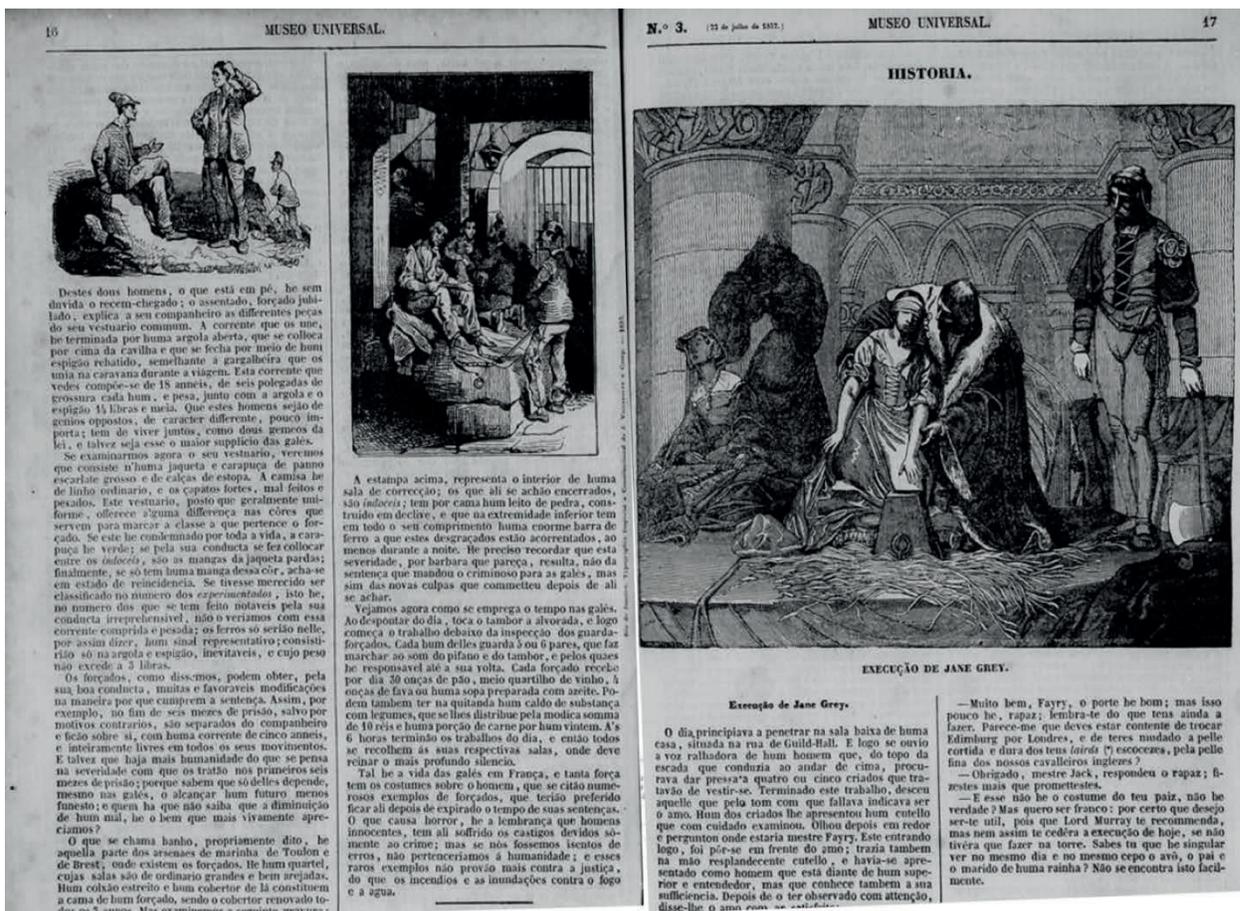
diferentes dos calhamaços de textos. Uma das primeiras é a *Museo Universal*, de 1837 (Figura 3).

Nas páginas ilustradas da *Museo*, o leitor admirava edificações e novidades da moda, lia relatos de viajantes, conhecia paisagens de metrópoles e lugares exóticos. Era o modelo da imprensa em voga na Europa que chegava ao Brasil. (WERNECK, 2000, pág. 67.)

Para Costa (2012), a *Museo* também foi um marco do período por contar com a iniciativa empreendedora de seu dono, o francês Junio de Villeneuve. O empresário, que havia comprado o *Jornal do Commercio* e a *Typographia Imperial e Constitucional*, buscava, através de um tom menos professoral no texto, conquistar os segmentos da sociedade que se alfabetizavam. A iniciativa faz da revista uma das mais longevas de sua época, resistindo no mercado por sete anos.

Apesar do pioneirismo, boa parte dos ilustradores da *Museo* não eram brasileiros,

Figura 3 – Páginas internas da segunda edição da revista *Museo Universal*, de 1837.



Fonte: FUNDAÇÃO BIBLIOTECA NACIONAL, 2020.

mas artistas franceses e ingleses que desenhavam paisagens europeias. A ilustração brasileira em revista começou a aparecer com publicações como o *Ostentor Brasileiro*, de 1845 – cujas imagens eram tão ou até mais importantes que o texto (MELO, COIMBRA, 2011, pág. 35) – e *O Brasil Ilustrado*, de 1855.

Nas décadas seguintes, as ilustrações se tornam essenciais no emergente mercado editorial. Tanto que a palavra ilustração se torna um sinônimo de periódico com imagens. Depois da *Ilustração Brasileira*, de 1854, surgem – além de outras três com título idêntico entre 1861 a 1901 – *Ilustração do Brazil*, *Ilustração Pelotense*, *Ilustração Popular* e duas das revistas mais importantes do século 18, *Semana Illustrada*, de 1860, e *Revista Illustrada*, de 1876 (COSTA 2012, pág. 144).

### 3.4. *Semana Illustrada*

Lançada em 1860, *Semana Illustrada* (Figura 4) era editada pelo artista gráfico alemão Henrique Fleiuss, que instalou, no Rio de Janeiro, uma oficina tipográfica em parceria com o irmão, Carlos Fleiuss, e o pintor também alemão Carlos Linde. O empreendimento

Figura 4 – Capa da edição 764 de *Semana Illustrada*, de 1875.



Fonte: FUNDAÇÃO BIBLIOTECA NACIONAL, 2020.

oferecia, além de serviços de impressão, cursos de artes gráficas como litografia, xilografura, pintura e fotografia – algo raro para a época.

*Semana Illustrada* durou 16 anos e, apesar do tom humorístico e da estreita ligação com a corte, fazia jornalismo de verdade, tendo sido um dos primeiros periódicos a cobrir a Guerra do Paraguai (COSTA, 2012, pág. 148).

Na redação da revista, no centro do Rio, Fleiuss recebeu certo dia um grupo de oficiais prestes a partir para o *front*. Convenceu-os então a enviar relatos exclusivos da guerra para *Semana* e ensinou-lhes os princípios de uma técnica ainda precariamente aproveitada, a fotografia, a partir da qual eram elaboradas as ilustrações. [...] (WERNECK, 2000.)

A revista, aliás, tinha três importantes correspondentes no conflito: “Joaquim José Inácio, futuro visconde de Inhaúma, Antônio Luís von Hoonholtz, futuro barão de Tefé, e Alfredo d'Escagnolle Taunay”. (SODRÉ, 1998, pág. 205.)

Alguns dos mais importantes literatos – entre jornalistas e escritores – da época estamparam suas páginas – Machado de Assis, Quintino Bocaiuva, Pedro Luís, Joaquim Manuel de Macedo, Joaquim Nabuco, Bernardo Guimarães.

Henrique Fleiuss foi o artista por trás de todas as ilustrações até a edição de número dez, quando começou a receber ajuda de outros artistas de renome, como H. Aranha, Aristides Seelinger, Ernesto Augusto de Sousa e Silva (*Flumen Júnior*) e Aurélio de Figueiredo.

*Semana Illustrada* também teve papel importante em definir o formato de oito páginas, muito comum nas revistas que se seguiram durante o século 18.

A publicação tem oito páginas. Na realidade, é uma única lâmina que se dobra duas vezes, formando um caderno de oito páginas, impressa com texto de um lado e desenhos do outro, cria a estrutura de quatro páginas de texto e quatro de ilustrações. Assim, a página 1 tem desenho, as 2 e 3 apresentam texto, a 4 e a 5, formando a dupla central, têm ilustrações, as páginas 6 e 7 novamente têm apenas texto e, finalmente, a página 8, contracapa, apresenta imagens. Esse é o modelo que adotaram praticamente todas as revistas semanais ilustradas do século XIX: *Diabo Coxo*, *Cabrião*, *Ba-Ta-Clan*, *O Arlequim*, *O Besouro*, *O Mosquito*, *Revista Illustrada*, *O Lobisomem* e dezenas de outras mais. (COSTA, 2012, pág. 150.)

### **3.5. Revista Illustrada**

No mesmo ano em que acaba *Semana Illustrada*, o Brasil ganha a *Revista Illustrada* (Figura 5), “um dos maiores acontecimentos da imprensa brasileira”, segundo o

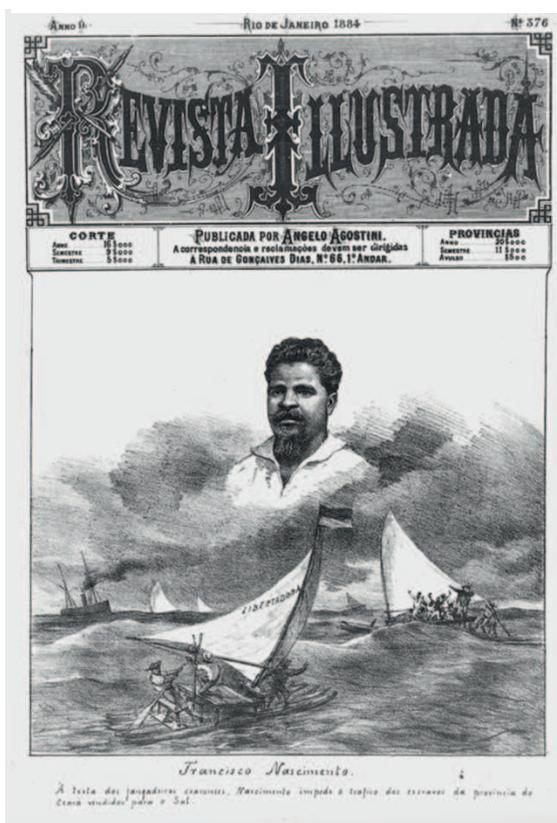
historiador Nelson Werneck Sodré (1998, pág. 217).

Sua popularidade foi logo muito grande; aparecia aos sábados, vendida a 500 réis o exemplar, com as assinaturas anuais a 12\$000 e 20\$000, para a capital e para o interior, respectivamente. As assinaturas podiam ser tomadas na rua da Assembléia, 44, onde estava a sua oficina litográfica a vapor, ou à rua do Ouvidor, 65, na Livraria Garnier. A tiragem atingiu 4.000 exemplares, índice até aí não alcançado por qualquer periódico ilustrado na América do Sul, regularmente distribuída em todas as províncias e nas principais cidades do interior, com assinatura por toda parte. (SODRÉ, 1998, pág. 217.)

*Revista Illustrada* teve papel político relevante. Seu editor, Angelo Agostini – “um dos melhores exemplos de como a militância política enriquece, amplia e multiplica o efeito das criações artísticas autênticas” – foi perseguido por políticos em evidência e pela polícia (SODRÉ, 1998, pág. 220.)

Sua causa política encapada com mais frequência, e a qual valeu a Agostini

Figura 5 – Capa da edição 376, de 1884, da *Revista Illustrada* que traz retrato do herói abolicionista Francisco José do Nascimento.



Fonte: FUNDAÇÃO BIBLIOTECA NACIONAL, 2020.

homenagem da Confederação Abolicionista e título de cidadão brasileiro reclamado por Joaquim Nabuco, foi a luta pelo fim da escravidão.

Para além da sátira e da caricatura política, o conjunto de edições da *Revista Ilustrada* é um dos documentos mais importantes para compreender o Brasil daquela época.

A *Revista* foi [...], e principalmente, o maior documentário ilustrado que qualquer período de nossa história conheceu, só comparável ao que, de outra época, deixaram Rugendas e Debret, na fase anterior ao aparecimento da imprensa ilustrada em nosso país, mas com a superioridade de uma arte participante. (SODRÉ, 1998, pág. 218.)

O italiano Angelo Agostini foi um artista, segundo Sodré, extraordinário.

Ninguém manejou o lápis como arma no nível e com a eficácia do ilustrador meticuloso, que apanhava com o seu traço inconfundível não apenas os detalhes que a observação colhia, mas a profundidade e a significação que se exteriorizava nesses detalhes (SODRÉ, 1998, pág. 217).

Para o professor Chico Homem de Mello, o ilustrador, caricaturista, chargista cáustico Agostini, ao longo de seus 40 anos de carreira intensa, tornou-se a figura mais influente do jornalismo brasileiro do século 18 (MELO, COIMBRA, 2011, pág. 47). Para Sodré, ele “foi, sem a menor dúvida, uma das maiores figuras da imprensa brasileira de todos os tempos” (SODRÉ, 1998, pág. 218).

A *Revista Ilustrada* – por sua longevidade (de 1876 a 1898), pelo importante papel político na luta abolicionista e pela enorme tiragem que atinge para a época (4 mil exemplares por edição) – é talvez a primeira grande revista brasileira e o mais importante periódico do país no século 19 (MELO, COIMBRA, 2011, pág. 49).

Tanto *Semana* quanto *Revista* são, até hoje, objetos de estudo de historiadores e pesquisadores da comunicação e alguns apontam criticamente para as estreitas ligações entre as revistas e as elites de suas épocas. No caso da primeira, o alvo mais comum é a amizade entre o editor Fleiuss e D. Pedro II, cuja figura nunca fora criticada em suas páginas (COSTA, 2012). No da segunda, a proximidade do editor Agostini com uma nova elite, abolicionista mas ainda elitista, da qual o filho de senador e parente de altos funcionários do império Joaquim Nabuco era a figura mais proeminente. (MARINGONI, 2006.)

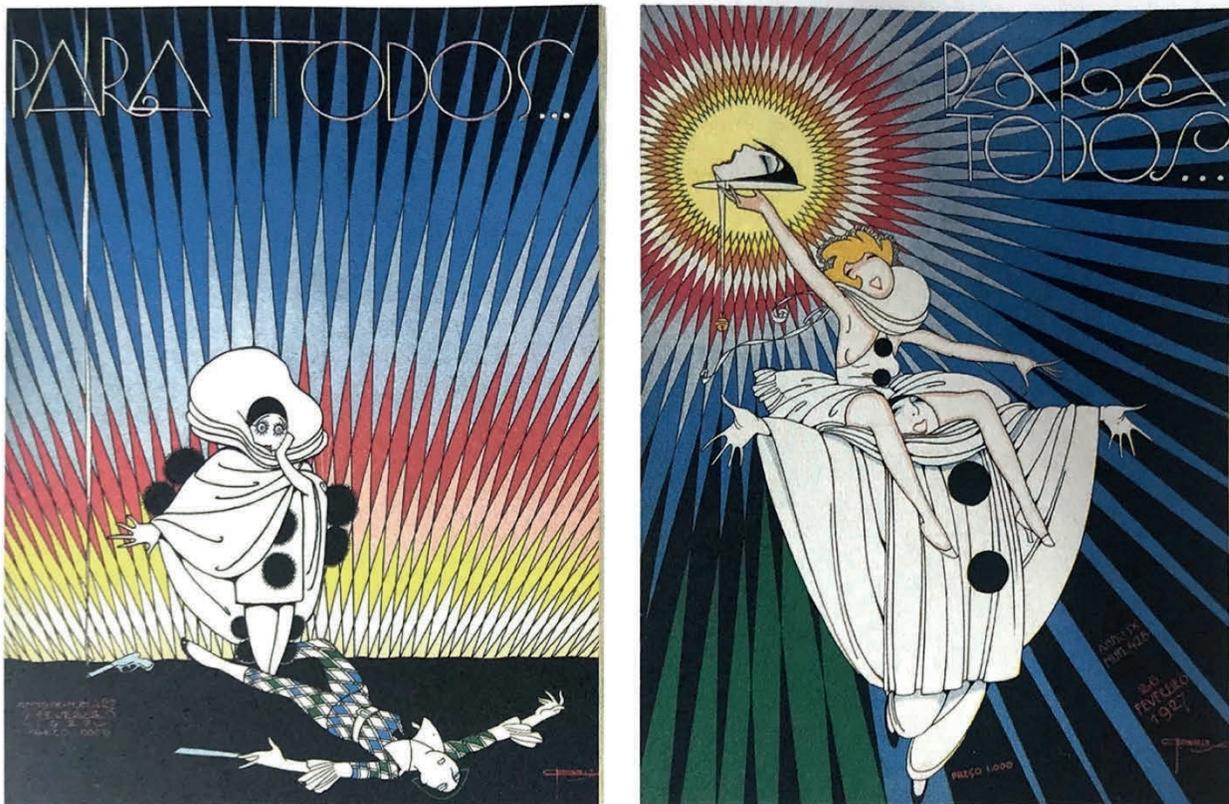
### 3.6. Evolução da imprensa ilustrada

As duas revistas mais importantes da imprensa ilustrada não sobreviveriam à virada do século, época de grandes transformações na sociedade, como será descrito mais adiante. Mas as ilustrações e as artes gráficas nunca mais deixariam de ser parte fundamental da imprensa e do jornalismo, mesmo com o advento de novas tecnologias.

Na primeira edição de *O Álbum*, o editor Artur Azevedo vaticinara: “A fotografia matou a gravura desde que se conseguiu imprimi-la em grandes tiragens, dando-lhes ao mesmo tempo uma inalterabilidade indiscutível” (*apud* ANDRADE, 2004, pág. 226). No entanto, desde a popularização da litografia, as ilustrações – na forma de caricaturas, charges, composições tipográficas e elaboradas obras de arte – adentram o universo do jornalismo para não mais sair. Grandes artistas gráficos ainda teriam, nas décadas seguintes, uma vida prolífica quase toda destinada à produção de revistas.

As capas desenhadas por J. Carlos, por exemplo, em *Para Todos...* (Figura 6), na década de 1920, ganham “lugar reservado no patamar mais alto do design gráfico

Figura 6 – Capas da revista *Para Todos...* desenhadas por J. Carlos, de 1927.



Fonte: Fundação Biblioteca Nacional – Brasil *apud* MELO, COIMBRA, 2012.

brasileiro” (MELO, COIMBRA, 2011, pág. 140). A revista carioca publicava, “em todos os números, notícias cinematográficas e retratos das estrelas do *écran*” (O ESTADO DE S.PAULO, 1920, *apud* MARTINS, 2011, pág 269).

O artista teve papel destacado na imprensa da primeira metade do século 20. Em 2019, o Instituto Moreira Salles, em São Paulo, organizou uma retrospectiva da sua extensa obra – produziu mais de 50 mil desenhos entre o início do século 20 até sua morte, em 1950 – em uma exposição individual (IMS, 2019).

J. Carlos [...] realizou uma verdadeira análise e tipificação da sociedade carioca, além da crítica política e de costumes, apresentando-se como verdadeiro sucessor de Ângelo Agostini, evidentemente sob outras condições e características diferentes. (SODRÉ, 1998, pág 302.)

Outro marco tanto na história do jornalismo quanto na do design gráfico brasileiros surgiria em 1959: a revista *Senhor* (Figura 7). Editada pelo jornalista gaúcho Nahum Sirotsky, com passagens pelos jornais *O Globo* e *Diário da Noite*, a *Senhor* reuniu em

Figura 7 – Ilustração de Glauco Rodrigues na edição n. 17 da revista *Senhor*, de 1960.



Fonte: Coleção particular *apud* MELO, COIMBRA, 2012.

suas páginas os mais importantes escritores brasileiros da época – entre os colaboradores estavam Guimarães Rosa, Clarice Lispector, Carlos Drummond de Andrade, Vinicius de Moraes e Rubem Braga. Ao mesmo tempo, publicava longas reportagens de Ibrahim Sued, Fernando Sabino, Armando Nogueira, Paulo Francis, Luiz Lobo, entre outros dos mais destacados jornalistas de então.

Tudo isso era embalado por um projeto gráfico ousado criado e ilustrado pelo artista plástico Carlos Scliar, que contou com a ajuda do também artista plástico Glauco Rodrigues, da designer que posteriormente faria carreira em importantes revistas americanas (*Bazaar*, por exemplo) Béa Feitler e do cartunista Jaguar, que depois fundaria o icônico *Pasquim*.

Até hoje a revista é objeto de estudos que buscam ora resgatar sua importância histórica – seja para o jornalismo, seja para o design gráfico brasileiros (NIEMEYER, 2002) –, ora para apontar como a publicação ainda influencia empreendimentos da imprensa hoje em dia. A revista *Piauí*, outra publicação digna de diversos artigos e dissertações acadêmicas, seria uma dessas iniciativas. Segundo o professor Marcello Rollemberg, *Senhor* “rendeu grandes frutos – e, no nosso entender, uma de suas principais heranças foi justamente a *Piauí*, cujos interesses se irmanam àqueles aludidos aos leitores da *Senhor*” (ROLLEMBERG, 2013).

A ilustração e as artes gráficas eram a base do projeto gráfico na *Senhor*, uma “revista que ocupa um lugar de honra na história do design gráfico brasileiro”. (MELO, COIMBRA, 2011, pág. 390.)

A importância da *Senhor* no mercado editorial brasileiro e sua influência no jornalismo de revista mostram que, mesmo com o advento da fotografia, a ilustração e as artes visuais não deixaram de ocupar espaços no jornalismo. As revistas continuaram a promover uma evolução das artes gráficas ao longo de todo o século passado e início deste.

### **3.7. A fotografia**

A passagem do século 19 para o 20 foi um tempo de rápidas transformações tecnológicas. É nessa época que surgem os primeiros automóveis e aviões, o telégrafo e as agências de notícia, o cinematógrafo de Lumière. A imprensa também sofreu transformações importantes nesse período. A professora Ana Luiza Martins o compara

ao da virada para o terceiro milênio, com o advento da informática e da comunicação digital.

Todavia, como instrumento corolário, suporte para a divulgação disso tudo [novas tecnologias baseadas na velocidade], imprimindo-lhe ritmo ainda maior, potencializando todos esses feitos, estava uma imprensa mecanizada, que descobrira no linotipo e nas rotativas a produção imediata da notícia. E mais: beneficiada pelos métodos fotoquímicos de impressão e reprodução da imagem, documentava, qualificava e otimizava sua mensagem através da fotografia e seus derivados, o clichê em cores e a rotogravura. (MARTINS, 2011, pág. 185.)

Nessa virada de século, o Brasil também passa por um momento especial de transição da monarquia para a república ao mesmo tempo que uma classe burguesa se consolida e as relações capitalistas avançam. “A transformação na imprensa é um dos aspectos desse avanço.” (SODRÉ, 1998, pág. 275.) Como resultado de uma passagem da pequena para a grande imprensa, pequenos periódicos, frutos de empreendimentos individuais, desaparecem das grandes cidades (é o caso da já citada *Revista Ilustrada*).

Apesar de passar por uma série de transformações, como a popularização das prensas a vapor e das impressoras rotativas – que permitiam a impressão mais rápida – e do linotipo – que agilizava a montagem das páginas matrizes –, vamos focar nesse momento em um novo elemento, também símbolo dessa modernidade: a fotografia. São as revistas ilustradas que assinalam o início da fase da fotografia na imprensa. (SODRÉ, 1998, pág. 300.)

No mundo, o desenvolvimento da fotografia começa ainda no início do século 19 e nos anos 1840 há uma verdadeira corrida tecnológica com várias patentes sendo registradas em diferentes países. Esses primeiros momentos da fotografia são descritos com impressionante detalhamento técnico e social – de uma maneira que Latour certamente aprovaria – pelo historiador Joaquim Marçal Ferreira de Andrade, no livro *História da Fotorreportagem no Brasil*, lançado pela editora da Biblioteca Nacional (ANDRADE, 2004). Os parágrafos seguintes foram baseados nessa obra.

O primeiro processo fotográfico patenteado, o daguerreótipo, é anunciado pelo francês Louis Jacques Mandé Daguerre em uma grande sessão conjunta das academias de Ciências e Belas-Artes de Paris, em 1839. O instrumento consistia em gravar, através de uma câmera escura, a imagem em uma chapa de cobre folheada de prata e sensibilizada a partir de uma combinação com iodo e depois revelada com vapores de

mercúrio. Essa técnica, apesar de ter se tornado bastante popular, não permitia a reprodução dos originais – uma fotografia gerava uma única reprodução.

Quatro anos antes, o inglês William Fox Talbot havia inventado o calótipo, ou talbótico – porém, só o patenteou depois que soube da invenção de Daguerre –, que usava um negativo de papel e permitia a geração de um infinito número de cópias positivas. Também vale lembrar do francês Joseph-Nicéphore Niépce, inventor da heliografia (muito baseado nos processos de litografia) e autor da mais famosa “primeira fotografia” da história – a banal vista da janela de seu apartamento –, tirada em 1816.

Além desses, Hercules Florence – francês radicado no Brasil, na Vila de São Carlos (atual Campinas, em São Paulo) – também inventou um processo fotográfico ao qual chamou de *photographie*, em 1833. Como estava mais interessado em desenvolver processos relacionados à reprodução impressa, não levou suas descobertas adiante e só atentou à importância de suas pesquisas ao receber as notícias da invenção do daguerreótipo seis anos depois. Como nenhuma das imagens de Florence sobreviveu ao tempo, as primeiras fotografias do país conhecidas hoje foram feitas por viajantes vindos da Europa e da América do Norte – além do imperador D. Pedro II, que, aos 14 anos, tirou sua primeira foto com um daguerreótipo trazido da França.

A tecnologia fotográfica continuaria a se desenvolver de diferentes maneiras ao longo das décadas seguintes. O inglês Frederick Scott Archer desenvolveria o processo negativo de vidro de colódio úmido e o ambrótipo. O americano Hannibal L. Smith inventou o ferrótipo e o francês Louis-Desiré Blanquart-Evrard desenvolveu o novo papel fotográfico responsável por imprimir a maior parte das cópias fotográficas produzida no mundo entre 1850 e 1880 – o papel fotográfico albuminado.

Em seguida, sucessivas patentes de processos de reprodução fotomecânica tentaram resolver a dificuldade de se produzir cópias fotográficas em grandes quantidades e a baixo custo da mesma forma que se fazia com os desenhos litografados.

Finalmente, depois de grandes avanços em diferentes partes do mundo, o alemão Georg Meisenbach cria a autotipia, que, com o uso dos clichês, permitiria “uma verdadeira 'revolução' na imprensa periódica ilustrada”. (ANDRADE, 2004, pág. 11.)

No Brasil, a presença indireta da fotografia já ocorrera, como descrito anteriormente, nas páginas da revista *Semana Illustrada*. Os artistas gráficos da

publicação se baseavam em fotografias tiradas por fotógrafos na Guerra do Paraguai (1864–1870) para desenhar as cenas em pedra litográfica.

Esse uso indireto da fotografia perdurou por algumas décadas e a transição da ilustração para uma reprodução fotomecânica, sem interferência de nenhum artista, foi lenta e gradual, garantindo por anos o emprego de artistas gráficos copistas. Essa transição também é um indício do aspecto importante da história da imprensa. O advento da fotografia não provocou uma ruptura na já citada imprensa ilustrada, mas sua entrada gradual absorveu as antigas práticas dos editores, que se adaptaram à nova tecnologia com o passar dos anos.

No caso da imprensa ilustrada, também, a fotografia veio ocupar, em grande medida, um espaço que antes pertencia aos artistas ilustradores – que eram os desenhistas e gravadores, empregados nas redações. No entanto, ali, essa ruptura se deu de forma mais lenta, uma vez que, mesmo após o advento da utilização corriqueira da fotografia pela imprensa, a inexistência de um processo de reprodução fotomecânica técnica e economicamente viável garantiu considerável sobrevivência aos artistas-copistas. (ANDRADE, 2004, pág. XII.)

Para Walter Benjamin, a influência não foi apenas da fotografia sobre o fazer jornalístico das revistas e jornais ilustrados, mas também ocorreu a partir das revistas ilustradas sobre a linguagem fotográfica.

Ao mesmo tempo, os jornais ilustrados começam a se apresentar a ele como indicadores de itinerário. Verdadeiros ou falsos, pouco importa. Com esse gênero de fotos, a legenda tomou-se, pela primeira vez, necessária. E tais legendas detêm, evidentemente, um caráter bem diverso do título de um quadro. (BENJAMIN, 1969.)

### **3.8. Fotografia nas revistas**

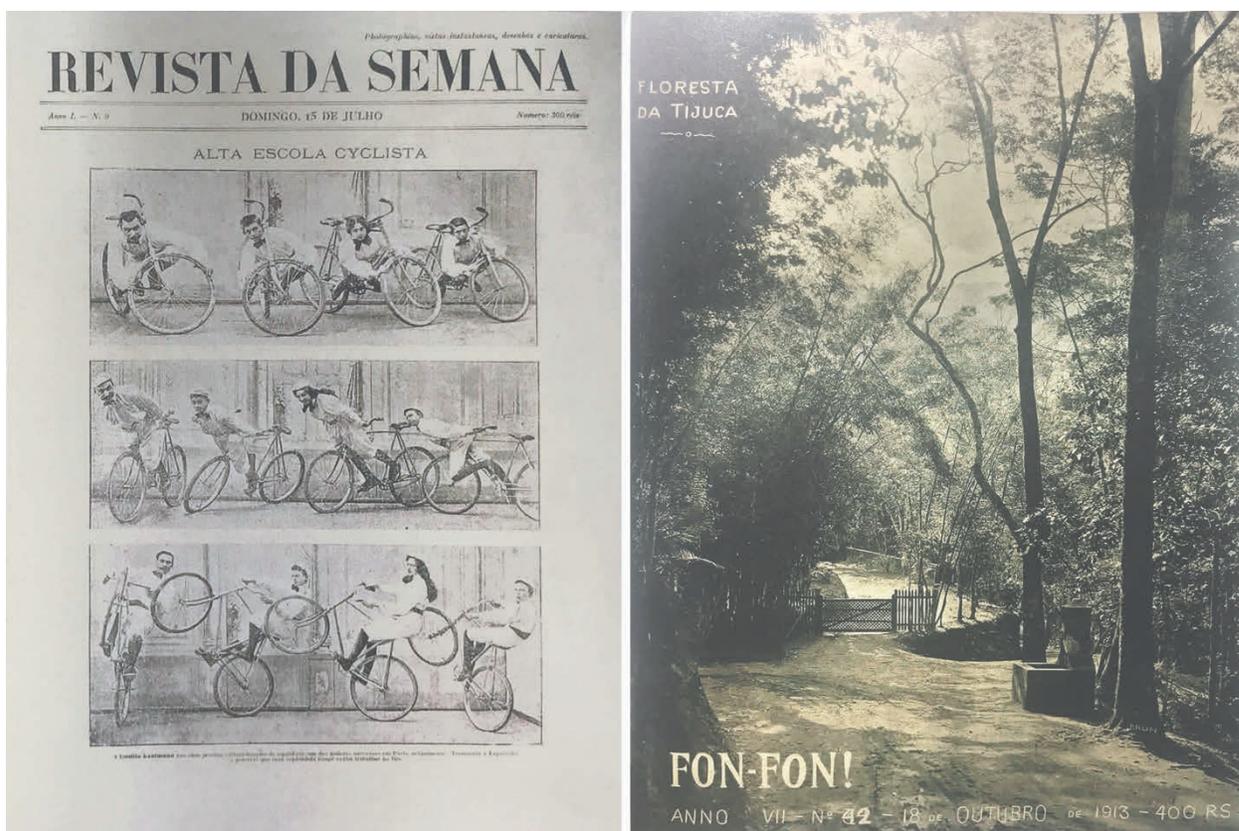
A primeira revista brasileira a publicar uma fotografia reproduzida de forma mecânica em suas páginas é a *Galeria Contemporanea do Brasil*, em 1884, cujo talvez único número, editado pelo belga Henrique Lombaerts, contou com um retrato impresso por autotipia de Machado de Assis feito pelo fotógrafo Insley Pacheco. (WERNECK, 2000, pág. 92.)

No entanto, as fotografias só entrariam de forma contundente nas revistas entre meados da década de 1890 e início do século 20. Martins (2011, pág. 187) destaca um periódico lançado por Arthur Azevedo em 1893. A revista semanal *O Álbum* foi, segundo a pesquisadora, totalmente inovadora no uso da fotografia. Em suas páginas, uma personalidade brasileira era retratada em cada edição. O maestro Carlos Gomes

estampou a primeira, enquanto Machado de Assis<sup>16</sup>, provando que participou ativamente da introdução da fotografia na imprensa brasileira, a segunda. (COSTA, 2012.)

Já Werneck (2000, pág. 92) cita a *Revista da Semana*, nascida, já em 1900, como o lugar em que o fotojornalismo se fixaria em definitivo. Algumas de suas capas exibiam usos da fotografia bastante arrojados para a época, como colagens e sequências de imagens “constituindo discursos visuais autônomos, e não imagens de apoio a blocos de texto”. (MELO, COIMBRA, 2011, pág. 90.) Publicada, primeiro, como suplemento do *Jornal do Brasil* e, depois, de forma independente, a *Revista da Semana* (Figura 8) teve papel pioneiro nesse período, ocupando-se “principalmente com as atualidades sociais, políticas e policiais, tornando-se leve, alegre, elegante”. (SODRÉ, 1998, pág. 301.)

Figura 8 – Capas da *Revista da Semana* – com elaborada montagem fotográfica –, à esquerda, e *Fon-fon!* – a primeira com foto "sangrada".



Fonte: Iconographia (*Revista da Semana*) e Fundação Casa de Rui Barbosa/Arquivo *apud* MELO, COIMBRA, 2012.

16 Machado de Assis se mostra um importante entusiasta das revistas. Ele já foi citado como um dos colaboradores das revistas *Semana Illustrada* (pág. 38) e *A Estação* (pág. 31).

Enquanto isso, os jornais, apesar de também se tornarem grandes empresas com maquinário moderno e altas tiragens – o próprio *Jornal do Brasil* atingira, nos primeiros anos do século 21, a tiragem de 50 mil exemplares, a maior entre os periódicos da América Latina –, suas páginas insistiam em manter padrão visual semelhante ao do século anterior. “A linguagem dos jornais ditos sérios, como *O Estado de S.Paulo* caracteriza-se pelo bloco compacto de texto – a crença de que 'espaço em branco é espaço perdido' perduraria por muito tempo.” (MELO, COIMBRA, 2011, pág. 93.)

Outras revistas desse início de século dignas de nota são a *Fon-Fon!* (Figura 8) e a *Kósmos* (Figura 9). A primeira apresentou, pela primeira vez, uma foto (da Floresta da Tijuca) ocupando toda a área da capa, de maneira sangrada, em 1913. O recurso gráfico amplificava e potencializava o efeito de realidade – “o leitor não mais vê a cena de fora, mas é colocado dentro dela”. (*Idem*, pág. 90.) E a revista *Kósmos* era “a mais exuberante publicação brasileira da primeira década do século 20” (*Idem*, pág. 80).

Com produção luxuosa e destinada a um público mais rico, a *Kósmos* –uma

Figura 9 – Capas de duas edições da revista *Kósmos* de 1904.



Fonte: Ana Maria de Almeida Camargo e Maria Lucia de Oliveira Machado *apud* MELO, COIMBRA, 2012.

“revista artística, científica e literária”, segundo sua epígrafe – reunia, ao mesmo tempo, literatura do mais alto nível (escrita, por exemplo, por Olavo Bilac) e “reportagens ilustradas por fotografias impressas em retículas espantosamente finas” (*Idem*, pág. 80). Com suas capas suntuosamente ilustradas ao estilo *art déco*, a *Kósmos* é um exemplo de como as artes gráficas continuaram a dividir espaço com as fotografias no jornalismo de revista.

A fotografia tomaria cada vez mais espaço nas páginas das revistas brasileiras no início do século 20. Mas seria nas páginas de uma revista especial que a fotografia alcançaria um novo patamar no Brasil – *O Cruzeiro* (Figura 10), que chega às bancas em 1928.

A revista é herdeira de uma tradição iniciada na Europa, quando inovações técnicas – como o desenvolvimento das câmeras de pequeno formato – permitiram à fotografia se tornar mais que mera documentação, mas uma narrativa (GRISOLIO, 2014).

Figura 10 – Capa e página interna de edição especial de *O Cruzeiro* publicada em 1930 por ocasião da passagem de um dirigível no Brasil.



Fonte: FUNDAÇÃO BIBLIOTECA NACIONAL, 2020.

Em seu auge, atingiria a incrível, mas contestada, tiragem de 700 mil exemplares. Hoje, é amplamente citada por acadêmicos e jornalistas como uma das mais importantes publicações brasileiras do século 20. Seu lançamento contou com uma ação de marketing sem precedentes no Brasil.

[...] 4 milhões de folhetos – um número três vezes maior que o de habitantes da cidade – são atirados do alto dos prédios na cabeça de quem passa na então avenida Central. Os volantes anunciam o aparecimento de uma revista 'contemporânea dos arranha-céus', uma revista semanal colorida que 'tudo sabe, tudo vê'. (BARBOSA, 2002.)

O *Cruzeiro* capitaneou as revistas brasileiras a uma era em que a reportagem e o fotojornalismo teriam um peso cada vez maior. “O jornalista deixou o fundo da redação, ganhou a rua, passou a criar matérias para além do ramerrame.” (WERNECK, 2000, pág. 22.)

De propriedade do lendário Assis Chateaubriand, a publicação era um símbolo da modernidade que chegava a um Brasil cada vez mais urbano e promoveu uma verdadeira revolução no jornalismo brasileiro.

Apesar do uso arrojado da fotografia se tornar uma das marcas da revista, ela também contava com outros atributos:

[...] capas atraentes, diagramação movimentada, uso intensivo da fotografia, ilustrações a cargo dos mestres do ofício. E tudo isso apoiado em uma produção gráfica das mais avançadas da época, que incluía desde papel couchê de boa qualidade até impressão em equipamentos de última geração. (MELO, COIMBRA, 2011.)

Para Werneck (2000), O *Cruzeiro* também foi responsável por consolidar, através das duplas de repórter e fotógrafo, uma atividade jornalística que se tornaria outra marca das revistas e do jornalismo: a reportagem.

Com impressionante visão jornalística, Chateaubriand empenhou-se na consolidação da reportagem ilustrada em sua revista. O comando da tarefa coube, nos anos de 1940, ao fotógrafo francês Jean Manzon e ao repórter paulista David Nasser, que formariam uma das mais bem-sucedidas parcerias do jornalismo brasileiro. A dupla peregrinava por um Brasil desconhecido e retornava com fotos e histórias sensacionais. Na O *Cruzeiro*, o morador dos centros mais desenvolvidos entrevistava o extraordinário Brasil do interior, das selvas dos sertões.” (WERNECK, 2000, pág. 47.)

Em uma época quando a televisão era para poucos e seus programas ainda eram gravados dentro de estúdios, as páginas de O *Cruzeiro* revelaram o Brasil para os

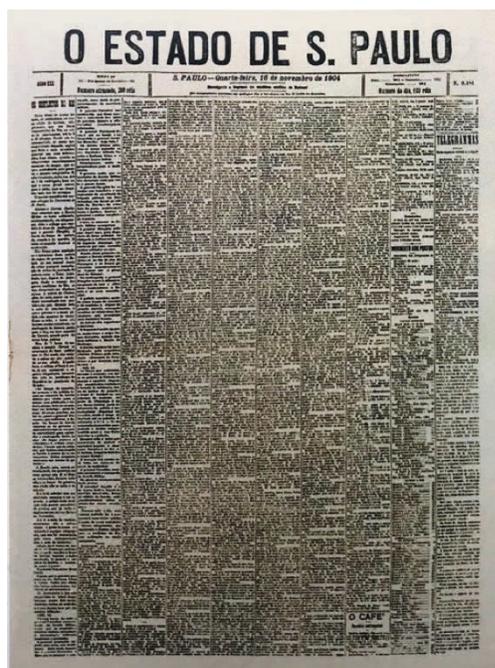
brasileiros. Foi ali que conhecemos os xavantes – em reportagem de Mazon e Nasser, os primeiros brancos a entrarem em contato com a etnia (WERNECK, 2000, pág. 49) –, os rituais de candomblé – na polêmica reportagem *As Noivas dos Deuses Sanguinários*, do fotógrafo José Medeiros e do repórter Arlindo Silva.

A revista foi também uma das mais longevas, tendo sido publicada por 47 anos (1928–1975) e deixou marcado um caminho trilhado por várias outras publicações.

### 3.9. Jornais

Apesar de alguma novidade ser perceptível a partir da década de 1930, com as “possibilidades oferecidas pela viabilidade técnica do uso mais extensivo da fotografia” (MELO, COIMBRA, 2011, pág. 203), os jornais, em grande parte, continuaram a abusar das colunas de texto e do tom sisudo e sério (Figura 11). Salvo exceções como uma bela ilustração em duas cores feitas para retratar a morte de Joseph Stalin, no *Última Hora*, em 1953 (*Idem*, pág. 306), ilustrações ou quaisquer intervenções artísticas – elementos já consagrados nas revistas – nos grandes jornais, eram coisa rara até o fim da década

Figura 11 – Primeira página do jornal *O Estado de S. Paulo* de 1904.



Fonte: Agência Estado *apud* MELO, COIMBRA, 2012.

de 1950.

Isso muda quando, em meados da década de 1950, o *Jornal do Brasil* contrata o artista Amílcar de Castro, ícone dos movimentos concretistas e neoconcretistas, para reformular seu projeto gráfico e, principalmente, lançar seu *Suplemento Dominical*, em 1957.

A iniciativa influenciaria a criação de outros suplementos culturais com linguagem gráfica inovadora em jornais, como o suplemento literário do *Diário de Minas*, que “cumpru papel importante no cenário cultural mineiro” (MELO, COIMBRA, 2011, pág. 414) e do *Jornal do Humor*, uma seção semanal do *Diário do Paraná*, editado por Oswaldo Miranda (Miran) que, “contando com a colaboração de redatores que eram parceiros de fato, as páginas criadas por Mirian são antológicas” (*Idem*, pág. 511).

Futuramente, na década de 1980, surgiram outras iniciativas com grande vigor visual nos jornais, como o *Folhetim*, suplemento cultural semanal da *Folha de S.Paulo*, e o *Caderno 2*, caderno cultural diário d'O *Estado de S.Paulo*.

É preciso também citar o *Jornal da Tarde* e as sensacionais obras de artes que eram suas primeiras páginas e fizeram o diário mais inovador já produzido no Brasil. (*Idem*, pág. 518.)

Dito isso, fica claro que os jornais também levaram ao mercado editorial brasileiro inovações visuais que também aproximaram o jornalismo da arte – ter em seu corpo de empregados Amílcar de Castro, por exemplo, é um sinal impossível de passar despercebido.

No entanto, também se evidencia o papel inovador das revistas de superar os limites rígidos e sisudos impostos tradicionalmente pelos jornais ao jornalismo. As ilustrações e a plasticidade e qualidade visual das fotografias aparecem muito antes nas revistas que nos jornais.

### **3.10. Conclusão do capítulo**

Muito mais poderia ser escrito sobre a evolução das revistas e muitos títulos importantes poderiam ser citados. Nem chegamos à era da Editora Abril, por exemplo, que revolucionou o mercado editorial brasileiro com revistas como *Veja*, *Realidade*, *Cláudia*, *Playboy* etc. Nem mesmo falamos sobre o surgimento de diferentes empreendimentos independentes de uma imprensa alternativa, surgida na década de 1970, que buscou

revitalizar o formato revista – com *Bondinho*, por exemplo.

No entanto, acredito que esse mergulho na história da imprensa brasileira, embora raso, revela que a revista é um importante e frutífero ponto de encontro entre atores muito particulares. A partir desse encontro, o jornalismo se transforma – deixa de ser apenas um meio de transmitir os acontecimentos para se tornar algo entre a notícia e a obra de arte.

Agora que conseguimos compreender um pouco melhor algumas das características que constituem o nosso objeto de estudo e dominamos a base teórica da teoria atore-rede, poderemos, finalmente, sair em busca de vestígios do jornalismo de revista no ambiente digital.

#### 4. TEORIA ATOR-REDE, JORNALISMO E AMBIENTE DIGITAL

No primeiro capítulo, discorreremos a respeito das origens e do significado da teoria ator-rede. No segundo, fizemos um breve levantamento histórico sobre os primórdios e o desenvolvimento do jornalismo de revista no Brasil – desde as primeiras publicações nas prensas semelhantes às de Gutemberg até a moderna *O Cruzeiro*. Neste terceiro vamos juntar os dois anteriores para tentar encontrar marcas do nosso objeto de estudo – o jornalismo de revista – nas redes digitais.

Aplicar a TAR a qualquer tipo de pesquisa não é tarefa fácil. Aliás, não é recomendado nem por Bruno Latour. Em um divertido interlúdio do livro *Reagregando o Social*, Latour descreve um diálogo fictício entre um estudante e um professor da Escola de Economia de Londres<sup>17</sup>. Quando o aluno pergunta como poderia aplicar a teoria ator-rede ao seu estudo de caso sobre empresas, o professor o rebate com veemência, dizendo que a TAR não pode ser aplicada àquilo ou a isso nem a coisa alguma. Confuso, o estudante insiste, tentando compreender como a teoria pode servir como uma ferramenta para ajudá-lo em sua tese. O professor responde:

P[rofessor]: Porque ela não é uma ferramenta, ou melhor, porque as ferramentas nunca são “meras” ferramentas a serem aplicadas: sempre modificam os objetivos que se tem em mente. Esse é o significado de “ator”. O Ator-Rede (sim, o nome é mesmo idiota) lhe permite produzir alguns efeitos que você não obteria por meio de alguma outra teoria social. É só o que posso garantir. (LATOURE, 2012, pág. 208.)

Para utilizar essa ferramenta, vamos, portanto, procurar em algumas experiências anteriores.

Essa tarefa também não é das mais simples. Apesar de articular com destreza a teoria, a maioria dos estudos que envolvem especificamente jornalismo e TAR é propositiva. Quero dizer, apenas propõem aproximar o ator-rede aos estudos de jornalismo, mas não colocam a mão na massa.

Para Turner (2005), os atores descritos nos estudos de jornalismo são sempre seres humanos e estão determinados a ocupar apenas três categorias: audiência, fontes e jornalistas.

In journalism and much of journalism studies, actors generally come in three flavors: sources, journalists and audience members. All are human. Though the members of any one group might at times be members of the

others, they are treated as analytically distinct. Each serves as a link in a chain: sources reveal information, journalists gather and package it, and audience members receive and digest it. Information itself travels through a series of representations, relatively unchanged by each.<sup>18</sup> (TURNER, 2005.)

Primo e Zago (2015) têm um argumento semelhante. Segundo os autores, definições sobre o que é bom jornalismo, como ele precisa ser ou quem está autorizado a trabalhar como jornalista são abordagens baseadas em um determinismo social. Eles acreditam que a perspectiva não funcionalista da TAR e seu ceticismo a respeito de conceitos essencializados – como “o social”, “o técnico” e “o cultural” – podem contribuir significativamente para avançar o entendimento de como o jornalismo acontece.

Based on ANT’s ontological propositions, we argue that journalism should not be seen through purist standpoints, which define characteristics it needs to have to honor its name. Journalism is not a tag that may be attributed to some texts and images. Instead, it is a momentary process that takes place while specific associations are maintained. In other words, nothing is journalism per se. Journalism happens. Journalism becomes.<sup>19</sup> (PRIMO, ZAGO, 2015.)

Esse entendimento da teoria pode ser especialmente importante para compreender como o jornalismo de revista acontece.

No levantamento feito no capítulo anterior, percebemos que, ao longo dos anos, as revistas concentraram uma variedade de atores que fizeram o jornalismo acontecer de uma forma particular, diferente do jornalismo feito em jornal ou televisão, por exemplo.

Mapear essa rede e os atores que a criaram poderia servir para diferentes motivações. Compreender a história do Brasil seria uma delas. No capítulo anterior, falamos sobre esforço antiescravista e a conseqüente abolição da escravidão; a presença do país na Guerra do Paraguai; a transição da Monarquia para a República; o processo de urbanização do Brasil.

---

18 *No jornalismo e em boa parte dos estudos de jornalismo, atores normalmente aparecem em três sabores: fontes, jornalistas e membros da audiência. Todos são humanos. Apesar dos membros de um grupo às vezes serem membros de outro, eles são tratados analiticamente como diferentes. Cada um serve como um nó em uma corrente: fontes revelam informação, jornalistas agrupa e empacota e membros da audiência recebe e digere. A informação viaja por uma série de representações, relativamente inalterada por cada uma.* Tradução livre.

19 *Baseados nas proposições ontológicas da TAR, argumentamos que o jornalismo não deve ser visto desde pontos de vista puristas, que definem as características que ele precisa ter para honrar seu nome. Jornalismo não é uma etiqueta que pode ser atribuída a alguns textos e imagens. Ao contrário, é um processo que acontece enquanto associações específicas são mantidas. Em outras palavras, nada é jornalismo per se. Jornalismo acontece. Jornalismo torna-se.* Tradução livre.

Outro caminho que essa pesquisa oferece é estudar como a fotografia se estabeleceu no Brasil e como a linguagem fotográfica se desenvolveu no país na primeira metade do século 20. Afinal, começamos a abrir a caixa-preta que é a invenção da fotografia e a tecnologia de reprodução fotográfica na imprensa. Como vimos, a fotografia não simplesmente chegou e substituiu as ilustrações que pretendiam retratar a realidade. Na verdade, as fotos serviram por muitos anos como ferramentas que auxiliaram o trabalho dos artistas gráficos que trabalhavam para reproduzir os acontecimentos. A proximidade das linguagens fotográficas e de ilustração em revistas na virada do século 20 para o 21 é uma conexão que poderia contar uma boa história sobre o desenvolvimento da fotografia aqui no Brasil.

A intenção desta monografia, no entanto, é mapear esses atores envolvidos na história da revista impressa para identificar como esse jornalismo que eles fizeram acontecer na forma do jornalismo de revista se desenvolve nas redes digitais – outra tarefa complicada.

#### **4.1. Atores envolvidos no atual cenário das redes digitais**

O advento das novas tecnologias digitais e da internet trouxe novos paradigmas ao jornalismo e ao jornalismo de revista. Hoje, os atores envolvidos no fazer jornalístico são completamente distintos dos que produziam revistas e jornais no século passado.

Uma das maiores diferenças é a quantidade de dados disponíveis na rede. Diversos autores discutem termos como excesso informativo, ansiedade da informação e dieta informativa desde os anos 1970 (CORRÊA, BERTOCHI, 2012). Mas novas tecnologias como os smartphones levaram a disponibilidade de informação no mundo a um patamar inimaginável. Ainda em 2009, uma pesquisa da Universidade da Califórnia-San Diego mostrou que os americanos tinham consumido 3,6 zetabytes de informação em 2008 – apenas um ano depois do lançamento do iPhone. Se toda essa informação fosse impressa, isso equivaleria a um livro com mais de 75 bilhões de quilômetros de espessura, ou oito viagens de ida e volta da Terra a Plutão (WEINBERGER, 2011., capítulo 1, *Knowledge Overload*, subcapítulo *Info Overload as a Way of Life*).

Nesse contexto, pesquisadores como Bertochi e Corrêa (2012) argumentam que os responsáveis por fazer a ponte entre toda essa informação produzida e a audiência são, cada vez mais, algoritmos.

[...] atualmente temos muito mais uma curadoria algorítmica de informação que propriamente humana. Falta ao comunicador da era digital se posicionar diante desse novo panorama curatorial explorando competências de re-mediação, agregação de audiências, mineração de dados, inteligência distribuída, agenciamentos e adição de valor às informações. (BERTOCHI, CORRÊA, 2012, pág. 3.)

Anderson (2011) defende que os algoritmos estão exercendo um papel cada vez mais importante na mediação entre os atores envolvidos na produção e no consumo do jornalismo.

Its primary claim is that the algorithm is playing an increasingly important sociotechnical role in mediating between journalists, audiences, newsrooms, and media products, and that this mediation has both sociological and normative implications.<sup>20</sup> (ANDERSON, 2011, pág. 530.)

Um novo desafio levantado por outros pesquisadores é um certo vício em ferramentas de webmétricas que têm criado uma nociva cultura caça-clique nas redações. A habilidade de mensurar e rastrear o movimento do público é uma característica celebrada como uma das maiores vantagens do jornalismo online desde seu começo, ainda na década de 1990. Hoje, toda a redação de jornal digital está ligada em um rastreador de audiência em tempo real a todo momento. Mas, nos últimos anos, pesquisadores estão cada vez mais preocupados com essa nova forma de fazer jornalismo. O principal sintoma disso é um aumento da cultura caça-clique nas redações (NGUYEN, 2016).

Outra questão é a importância de novos dispositivos, principalmente os smartphones, no dia a dia das pessoas. O professor da Universidade de Georgetown Cal Newport acredita que nos tornamos escravos desses novos artefatos, das redes sociais e do acesso contínuo à internet, que roubam horas de nossa atenção diariamente. Palestras em que Newport sugere que todos saiam das redes sociais acumulam milhões de visualizações. Mas, apesar do aspecto de autor de livros de autoajuda, Newport levanta questões interessantes sobre como o ciclo de notícias ajuda a manter o vício nos dispositivos. Ele descreve o consumo de notícias pelos americanos como entrando em um ciclo por uma sequência estabelecida de sites e feeds de mídias sociais. Por exemplo: se você está interessado em política, vai ir à homepage da *Folha de São Paulo*, depois à

---

20 Sua [do artigo] afirmação principal é que o algoritmo está exercendo um papel sociotécnico cada vez mais importante na mediação entre jornalistas, audiências, redações e produtos da mídia, e essa mediação tem implicações tanto sociológicas quanto normativas. Tradução livre.

do *UOL*, e talvez em seguida à *d'O Globo* antes de acessar seu *Twitter* para finalmente abrir o *Facebook*. Se gosta de tecnologia, pode incluir *Canal Tech* e *Reddit*. Se gosta de esportes, o *Globoesporte* e o site da *ESPN*, além das páginas específicas de cada time. E por aí vai.<sup>21</sup>

Crucial to this news consumption habit is the ritualistic nature of the sequence. You don't make a conscious decision about each of the sites and feeds you end up visiting; instead, once the sequence is activated, it unfolds on autopilot.<sup>22</sup> (NEWPORT, 2019, em PART 2: Practices, 7: Join the Attention Resistance.)

Cientes da onipresença dos dispositivos digitais, Corrêa e Silveira propõe usar justamente a teoria ator-rede como fundamento teórico-metodológico na pesquisa de objetos do jornalismo.

[...] como poderíamos explicar o cenário midiático atual se não déssemos a devida atenção à agência dos dispositivos móveis digitais? Como seria possível compreender o contexto da comunicação na era atual sem levarmos em conta, enquanto atores, os aparatos tecnológicos, a internet, os smartphones e a conexão ubíqua? (CORRÊA, SILVEIRA, 2017, pág. 168.)

Para os autores, o atual cenário do jornalismo exige elevar os objetos à categoria de elementos ativos e influenciadores, identificar as conexões flexíveis, resilientes e transversais, entre todos os componentes do processo de produção, disseminação e consumo informativo, e enquadrá-las em

[...] teorias sistêmicas que deslocam a autorreflexividade da práxis jornalística para um cenário de conexões intersistêmicas infundáveis que se formam, deformam e reconstroem como espumas que flutuam no ar. (CORRÊA, SILVEIRA, 2017, pág. 176.)

Todos esses atores (algoritmos, ferramentas de webmétricas, novos dispositivos) são apenas alguns dos envolvidos no jornalismo feito nas redes digitais e oferecem uma

---

21 No original, o autor cita uma série de sites populares nos Estados Unidos. Escolhemos fazer uma tradução bem livre para mostrar uma relação direta entre os consumidores de notícias nos EUA e no Brasil. Este é o trecho original: *Many people now consume news by cycling through a set sequence of websites and social media feeds. If you're interested in politics, for example, and lean toward the left side of the political spectrum, this sequence might go from CNN.com, to the New York Times homepage, to Politico, to the Atlantic, to your Twitter feed, and finally to your Facebook timeline. If you're into technology, Hacker News and Reddit might be in that list. If you're into sports, you'll include ESPN.com and team-specific fan pages, and so on.*

22 *Crucial para este hábito de consumo de notícias é a natureza ritualística da sequência. Você não faz uma decisão consciente sobre cada um dos sites e feeds que acaba visitando; ao contrário, quando a sequência é ativada, ela se dá em piloto automático.*

pequena amostra de como é hercúlea a tarefa de migrar o jornalismo de revista do impresso para o digital.

Acredito que as pesquisas sobre o cenário atual da mídia são essenciais para avançar seu entendimento e acabam servindo como importantes ferramentas para profissionais da mídia e do jornalismo interessados nesses desenvolvimentos. No entanto, gostaria de utilizar este parágrafo para advogar pelo estudo das histórias do jornalismo. Para este pesquisador, compreender os avanços e as conexões entre diferentes atores que, ao longo da história, permitiram que o jornalismo acontecesse pode, sobretudo para o jornalismo de revista, dar dicas valiosas sobre como entender as conexões entre os atores que fazem o jornalismo acontecer hoje.

#### **4.2. Revistas para tablet**

Um dos pesquisadores que tentaram utilizar a teoria ator-rede para construir uma ponte entre o jornalismo impresso – nesse caso, os jornais – e as redes digitais foi o já citado André Holanda, que resolveu focar em um novo ator que ganhava proeminência entre estudiosos e profissionais do jornalismo: os tablets.

Em sua tese de doutorado, Holanda traçou como objetivo:

[...] mapear os elementos atuantes na adaptação de veículos jornalísticos aos tablets, despertando novas práticas de territorialização informacional, produção, comercialização e consumo de notícias em um cenário de convergência midiática”. (HOLANDA, 2014.)

Holanda também relatou problemas em encontrar um modelo que aplicasse a teoria ator-rede ao seu estudo de caso. Segundo ele, “uma grave dificuldade encontrada durante os estudos exploratórios foi a ausência de uma padronização técnica desse tipo de mapeamento” (HOLANDA, 2014, pág. 236). Propondo uma nova modelagem, o autor usou a TAR para compreender como dez jornais diferentes – entre eles *Folha*, *Estadão*, *The New York Times* e *The Guardian* – disponibilizaram seus conteúdos em tablets.

Por um tempo, os tablets pareciam guardar um espaço empolgante não só para os jornais mas também para as revistas e o tipo de jornalismo produzido por elas. No artigo com o bem-humorado título *We were promised jetpacks, The Digital Magazine Non-Revolution and the Waning Promise of an Enhanced Content Explosion*<sup>23</sup>, os professores

---

23 *Nos Prometeram Mochilas Voadoras, a Não-Revolução da Revista Digital e a Promessa*

Jeff Inman e Jill VanWyke – da Universidade de Iowa, nos Estados Unidos – contam do entusiasmo dos editores de revista com a chegada ao mercado do iPad, em 2010.

Their infatuation with the iPad began when it was still in the early stages of development, long before its release in spring 2010 transformed the market. Tablets and mobile were seen as one way to make up some of the ground lost by discounted content and plummeting advertising revenue. Publishers hoped that with tablet magazines, they could charge their readers more and attract new advertising.<sup>24</sup> (INMAN, VAN WYKE, 2014.)

No Brasil, em 2013, eu pude testemunhar o investimento que a maior editora de revistas do país fazia para publicar edições para tablet de suas revistas impressas. Recém-formado em Comunicação Social pela Universidade de Brasília, em meados de 2012, e preparado pelo Curso Abril de Jornalismo, uma espécie de programa de trainee da editora, fui contratado em abril de 2013, junto com outros sete designers gráficos, para integrar uma equipe responsável por editar as versões para tablet de diferentes títulos da companhia.

A empresa vinha de um ano de faturamento recorde – R\$ 2,98 bilhões entraram nos cofres da Abril S.A., holding que controlava a editora, entre outros empreendimentos, como a distribuidora e a gráfica, em 2012 (AYRES, 2013) – e queria iniciar a transição para uma lógica digital. Mas o entusiasmo teria vida curta. Tanto para a Editora Abril – que, no segundo semestre do mesmo 2013, demitiria 150 jornalistas e entraria em um ciclo de declínio que culminaria com o pedido de recuperação judicial – quanto para os editores de revista nos Estados Unidos.

By mid-2013, our research shows, publishers had arrived at a more measured and realistic understanding of mobile and were still seeking a sound, focused strategy – for advertising, circulation, and editorial – that would make their investment in mobile worthwhile.<sup>25</sup> (INMAN, VAN WYKE, 2014.)

O entusiasmo no meio acadêmico também diminuiu. Hoje em dia, é difícil achar

---

*Esgotada da Explosão do Conteúdo Turbinado. Tradução livre.*

24 *A paixão deles [editores] pelo iPad começou quando ele ainda estava nos primeiros estágios de desenvolvimento, muito antes de seu lançamento na primavera de 2010 transformar o mercado. Tablets e dispositivos móveis eram vistos como uma maneira de recuperar o terreno perdido por conteúdo barato e receitas de anúncios em queda brusca. Editores tinham esperança de que, com as revistas para tablet, eles poderiam cobrar mais de seus leitores e atrair novos anunciantes. Tradução livre.*

25 *Já em meados de 2013, nossa pesquisa mostra, editores tinham chegado em um entendimento mais comedido e realístico dos dispositivos móveis e ainda estavam procurando uma estratégia boa e focada – para publicidade, circulação e editorial – que faria seus investimentos em dispositivos móveis valer a pena. Tradução livre.*

teses ou artigos sobre a migração de revistas e jornais para os tablets, algo muito comum entre 2012 e 2014. Podemos citar o próprio Holanda (2014), Paulino (2013), Silva (2014) e Dourado (2014), entre muitos outros estudos facilmente encontrados em uma busca no Google Scholar.

A chegada do iPad também despertou a criatividade de diversos jornalistas, que lançaram revistas exclusivas para iPad que tinham a ambição de estabelecer uma nova linguagem do jornalismo de revistas. Eu identifiquei algumas dessas iniciativas durante pesquisas para o trabalho de conclusão do meu curso de bacharel em Comunicação Social na Universidade de Brasília.

*Once Magazine*, por exemplo, criada em 2011, exibia um projeto gráfico que valorizava reportagens fotográficas e estampava o slogan *A photo magazine for reimagined storytelling*<sup>26</sup>. Certamente se tratava de um esforço de levar às redes digitais um aspecto mais visual e artístico do jornalismo. No entanto, a publicação mensal durou apenas um ano.

Com capas em formato de vídeo repletas de efeitos visuais, *Project*, iniciativa do bilionário britânico Richard Branson, dono da Virgin Atlantic, foi lançada em 2010 com estardalhaço e prometia ser a primeira “revista verdadeiramente digital” para o iPad (PILKINGTON, 2010). Mas desapareceu das redes digitais, sem alarde, no fim de 2011. Não consegui encontrar nenhum vestígio da existência da publicação após dezembro de 2011 – nem nas redes sociais da publicação nem no site oficial (que foi descontinuado) nem em reportagens.

Até a categoria *Best Tablet Magazine*<sup>27</sup> – do prêmio mais importante para os editores de revistas dos Estados Unidos, o National Magazine Awards – foi extinta em 2017. Enfim, ficou claro que, apesar de promover “jetpacks”, o iPad e os outros tablets não se consolidaram como caminho para o jornalismo de revista.

### 4.3. Outras mídias

O tablet não foi a primeira tentativa de publicar revistas em meios digitais. Nos anos 1990, revistas em CD-ROM se popularizaram, assim como os websites que replicavam, às

---

26 *Uma revista de fotografia para modos reimaginados de contar histórias*. Tradução livre.

27 *Melhor revista para tablet*. Tradução livre.

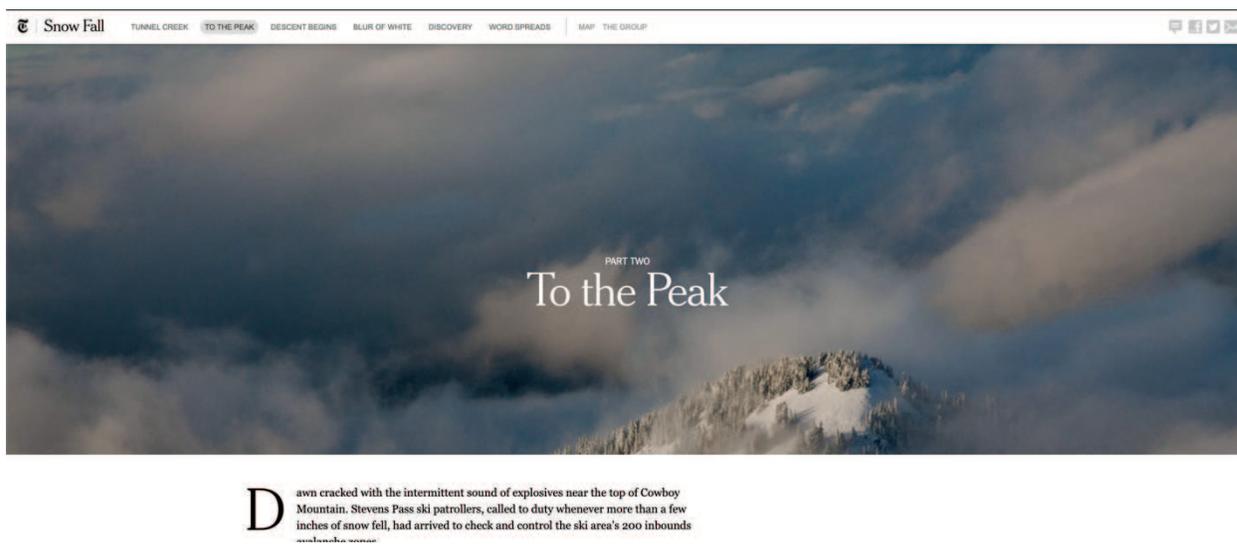
vezes com conteúdo multimídia extra, as reportagens de revistas impressas. Natansohn, *et al* (2010), cita outras tecnologias nas quais editores ainda depositavam esperanças na época da publicação do artigo. Entre elas, revistas multimídias desenvolvidas em *Flash*, arquivos interativos em PDF e páginas transpostas em HTML. Sobre as mídias sociais, em que uma nascente interação surgia entre leitores e produtores de revista, a autora cita Orkut, Twitter, fotologs, blogs, Facebook, hi5, Myspace (NATANSOHN, *et al*, 2010.)

No mesmo livro, Cunha e Natansohn (2010) identificam formatos utilizados pelas revistas impressas para distribuírem conteúdo em dispositivos móveis.

Detectamos três formas de disponibilização de conteúdo das revistas em plataformas móveis: SMS (cujo usuário assina um serviço de envio de mensagens tarifadas para o celular), mobile sites (versões de sites adaptadas para a tela menor do aparelho) e os aplicativos (softwares que são instalados no próprio celular, para acesso de conteúdo on-line ou off-line) (*Ibidem*, pág. 146.)

Em 2012, o jornal americano *The New York Times* publicou uma reportagem especial cujo formato chamou a atenção de amantes do jornalismo de profundidade em todo o mundo. *Snow Fall: The Avalanche at Tunnel Creek* (BRANCH, 2014) (Figura 12) é um especial com mais de 17 mil palavras, adaptável a diferentes telas, recheado de infográficos animados em 3D, fotos, vídeos e mapas que contam a história de uma avalanche que atingiu um resort de esqui no estado americano de Washington.

Figura 12 – Captura de tela do especial *Snow Fall*, de 2014.



Fonte: BRANCH, 2014.

“Snow Fall” established a model various media outlets have since mimicked to cultivate a similar sense of prestige. The New York Times’ then executive editor Jill Abramson claims “Snow Fall” is now a verb used by editors who want to create similarly glitzy and high-profile projects [...]. When faced with a major story, editors now reportedly ask their staff: can we “snowfall” this?<sup>28</sup> (DOWLING, VOGAN, 2015.)

O formato multimídia, responsivo em diferentes tamanhos de tela e com navegação na horizontal e na vertical mudou, mas ainda hoje é utilizado por sites de jornalismo para publicar grandes reportagens especiais.

Todos esses esforços foram muito estudados, mas nenhum ajudou a salvar o modelo tradicional de jornalismo de revista. O formato *Flash* já está fadado a desaparecer – a Adobe, seu fabricante, diz que pretende parar de atualizar e distribuir o plug-in até o fim de 2020 (ADOBE BLOG, 2020). As revistas interativas em PDF nunca obtiveram viabilidade comercial – na melhor das hipóteses, são vendidas como complementos à assinatura da versão impressa.

Já os especiais como o *Snow Fall* continuam sendo publicados e talvez são o formato que melhor acomoda as aspirações de editores que apreciam o jornalismo de revista. No Brasil, porém, esses especiais são raramente produzidos e, na maioria dos casos, publicados somente por grandes jornais como *Folha de S.Paulo*, *O Globo* e portais como o UOL. Na experiência deste pesquisador, que já trabalhou algumas vezes com esse tipo de conteúdo, especiais como o *Snow Fall* tem um custo elevado e as revistas e jornais, a maioria deles em situação financeira precária, preferem publicar reportagens curtas, ilustradas com fotos de banco de imagens, que, por se encaixarem na lógica das já citadas cultura caça-clique e no ciclo sem fim de notícias compartilhadas nas redes sociais, geram retorno mais rápido e mais fácil de ser compreendido pelas ferramentas de webmétricas.

#### **4.4. Conclusão do capítulo**

Já é possível perceber que, nos últimos 30 anos, poucas soluções para encaixar o jornalismo às redes digitais perduraram por muito tempo. Com exceção das páginas web

---

28 “*Snow Fall*” estabeleceu um modelo que vários veículos de mídia copiaram para cultivar um senso parecido de prestígio. A então editora executiva do The New York Times Jill Abramson afirma que “*Snow Fall*” é hoje um verbo usado por editores que querem criar projetos igualmente brilhantes e de alto nível. Quando apresentados a uma grande reportagem, editores agora perguntam à sua equipe: “Podemos ‘snowfall’ nisto?”

baseadas em sistemas de gerenciamento de conteúdo – Wordpress, Drupal, Joomla, por exemplo –, que priorizam a agilidade e facilidade para se publicar reportagens, esforços para migrar a tradição impressa analógica para o ambiente digital tiveram vida curta. CD-ROMs, aplicativos em Flash, PDFs interativos, jornais e revistas para tablets – todas tecnologias recebidas com entusiasmo pelas empresas de mídia, mas abandonadas depois de alguns anos.

## 5. JORNALISMO EM VÍDEO ONLINE

Nos últimos anos, conseguimos identificar mais uma bola da vez – os vídeos, publicados principalmente no YouTube.

Graças a uma conjunção de fatores, os vídeos online têm se tornado um meio cada vez mais relevante para o jornalismo digital. Kalogeropoulos e Nielson os consideram um aspecto importante do que chamam de segunda onda de disrupção digital, caracterizada pela emergência dos smartphones, das plataformas de mídia social e de uma internet que suporta vídeos.

Online news video thus represents the intersection between the editorial opportunities of digital media, the rise of platform companies that increasingly define the digital media environment [...], as well as a potentially important part of the business of digital news. It is a new frontier in journalism, like the websites scholars have studied previously, a paradigmatic example of how news organizations navigate current digital developments.<sup>29</sup> (KALOGEROPOULOS, NIELSEN, 2018.)

Algumas das conexões da tradição analógica com as plataformas de vídeo são fáceis de visualizar. Afinal, grande parte dos veículos tradicionais de mídia impressa produz vídeos e tem presença no YouTube. No Brasil, dos cinco jornais de maior circulação impressa em outubro de 2019, segundo o Instituto Verificador de Circulação (IVC) (PODER360, 2019), três – *Estado de S.Paulo*, *Folha de S.Paulo* e *O Globo* – têm canal no YouTube com vídeos produzidos para as redes digitais. O *Zero Hora*, quinto maior jornal em circulação, divide seu canal com a Rádio Gaúcha (ambos os veículos são controlados pelo Grupo RBS) e publica vídeos de transmissões de rádio ao vivo.

No caso do jornalismo em revista, a migração é ainda mais clara. Todas as cinco mensais e as cinco semanais ou quinzenais de maior circulação em 2017, segundo o IVC (MEIO E MENSAGEM, 2018), possuem canais e produzem vídeos para distribuição nas redes digitais.

Um outro fator curioso que revela semelhanças entre a tradição jornalística e o YouTube é aparente apenas em inglês. Quando alguém gosta de um canal do site e

---

29 *Vídeos de notícias online representam, portanto, a intersecção entre oportunidades editoriais em mídia digital, a ascensão de empresas de plataformas que cada vez mais definem o ambiente da mídia digital e parte potencialmente importante do negócio de mídia digital. É uma nova fronteira no jornalismo, como os sites que acadêmicos estudaram anteriormente, um exemplo paradigmático de como organizações de notícia [ou jornalismo] navegam entre os desenvolvimentos digitais correntes.* Tradução livre.

deseja receber atualizações sobre novas publicações, o usuário brasileiro aperta o botão “Inscrever”. Em inglês, o botão é “Subscribe” – exatamente a mesma palavra usada por periódicos em língua inglesa para as assinaturas. Se, no Brasil, se fala “Assine a Folha de S.Paulo”, nos EUA se diz “*Subscribe to The New York Times*”.

Mas, para além das analogias mais óbvias, acreditamos que outras iniciativas cujas conexões com a tradição impressa são mais difíceis de perceber também estão produzindo algo parecido com o jornalismo de revista.

Uma das hipóteses iniciais descritas no pré-projeto desta pesquisa previa que o tipo de jornalismo desenvolvido por séculos nas revistas impressas tem surgido de formas variadas no ambiente digital. A escolha da teoria ator-rede como metodologia serviria para, primeiro, mapear as características do jornalismo de revista e os atores que o permitiram acontecer e, depois, identificar como as redes digitais absorveram essa linguagem.

Por isso, tendo o Brasil como foco, mapeamos os atores envolvidos desde a criação das primeiras revistas, no início do século 19, passando pelo seu desenvolvimento ao longo dos anos, até chegar à revista *O Cruzeiro*, publicada entre 1928 e 1975. Agora, ao analisar alguns canais do YouTube, percebemos semelhanças entre os vídeos desses canais e o tradicional jornalismo de revista impressa.

### **5.1. Vox.com**

O site Vox.com, por exemplo, foi criado, em 2014, pelos jornalistas Ezra Klein, Melissa Bell e Matthew Yglesias como um produto do grupo Vox Media. Apesar de, no início, não ter focado em vídeos, o conteúdo audiovisual de Vox foi ganhando cada vez mais relevância na companhia. A qualidade da produção foi se aprimorando ao ponto de, em 2017, Vox receber quatro indicações ao Emmy, o principal prêmio da televisão.

Os vídeos do site (Figura 13), que em nenhum momento se identifica como revista ou jornalismo de revista, revelam, no entanto, algumas características parecidas com as que mapeamos ao longo do capítulo 3. Para começar, as conexões mais óbvias podem ser identificadas ao se pesquisar o currículo dos atores humanos envolvidos na fundação do site. Tanto Ezra Klein quanto Matthew Yglesias passaram por revistas impressas no passado. Klein trabalhou na revista *The American Prospect* antes de criar um blog no jornal *The Washington Post* em que criticava a falta de profundidade dos veículos de

mídia online. Além de uma passagem pela revista *The Atlantic*, Yglesias também escreveu para *The American Prospect*. Já Melissa Bell, formada em literatura inglesa e teologia com pós-graduação em jornalismo, trabalhou como diretora de plataformas no jornal *The Washington Post*.

Quando focamos nos vídeos propriamente ditos, as semelhanças ficam ainda mais marcantes. A série *Vox Pop* – que aborda a cultura pop, principalmente música – foi indicada ao Emmy na categoria Outstanding Graphic Design and Art Direction<sup>30</sup>. O cuidado com o design e a proeminência de artistas visuais ao longo da história do jornalismo de revista é uma das características mapeadas em nosso levantamento histórico e que reaparece nos vídeos de Vox. Estelle Caswell, responsável pelos vídeos da série (é creditada como “vídeo de”), não tem formação em jornalismo – nem academicamente nem ao longo de sua carreira (pelo menos não no site LinkedIn) – mas é bacharel em artes, com especialização em produção de filme e vídeo. Os elementos visuais, de design gráfico, são muito característicos dos vídeos produzidos por Vox e

Figura 13 – Capturas de telas do canal de Youtube Vox.



Fonte: Canal de Youtube Vox, disponível em <<https://www.youtube.com/user/voxdotcom/>>. Acesso em 8 fev. 2020.

<sup>30</sup> *Excepcional design gráfico e direção de arte.* Tradução livre.

influenciaram muitos outros canais.

A série de vídeos *explainers* foi tão popularizada por Vox, que ganhou produção luxuosa da gigante de streaming de vídeo Netflix<sup>31</sup>.

Além de reaproximar o design gráfico e as artes visuais ao jornalismo, os vídeos de Vox também seguem o jornalismo de revista no tipo de conteúdo publicado. Afinal, às revistas ficaram reservadas “a informação em profundidade, a análise, a crítica, o entretenimento” (COSTA, 2012), e é exatamente isso que Vox faz – vide a descrição contida na página Sobre: “Vox te ajuda a eliminar o barulho e compreender o que está por trás dos eventos nas manchetes nas nossas vidas”.

## 5.2. Nexo Jornal

No Brasil, um esforço semelhante nasceu com o site Nexo Jornal, que, apesar do nome e de nenhum dos três fundadores ter experiência em revistas, também reúne muitas características do jornalismo de revista. Nexo surgiu em 2015, fruto de uma parceria entre a cientista social Paula Miraglia, a engenheira Renata Rizzi e o jornalista Conrado Corsalette. Segundo Miraglia (*apud de* SOUZA, SILVEIRA, 2017, pág. 148), trata-se de um jornal de explicação, de uma reflexão sobre o conteúdo.

[...] o Nexo se incorporou ao mercado editorial brasileiro com o objetivo de ser um jornal explicativo. Sua preocupação não está em noticiar de imediato os acontecimentos, mas buscar informações que ajudem seus leitores a compreender o que está acontecendo. (SOUZA, SILVEIRA, 2017, pág. 148.)

Em seu expediente, o site diz reunir “profissionais de diferentes áreas entre jornalismo, arte, tecnologia, pesquisa, negócios e estratégia”. (NEXO, 2020.) Ao analisar o perfil dos integrantes da equipe, podemos ter uma ideia dos novos tipos de ator envolvidos na opção de jornalismo digital produzido por Nexo. Dos 39 profissionais, há um editor de arte, um assistente de arte, um estagiário de arte, um infografista, quatro desenvolvedores, quatro redatores, dois repórteres especiais, um estagiário de vídeo, um produtor de vídeo, três cargos com dados no título, entre outras ocupações. Essa variedade de atores é outro aspecto que identificamos no nosso levantamento histórico das revistas. Também é curioso observar a presença de quatro desenvolvedores na

---

<sup>31</sup> A série *Explicado*.

equipe, uma quantidade razoável tendo em vista que o número de redatores e repórteres somados é seis – um indício do esforço em apropriar novas tecnologias.

No canal do YouTube (Figura 14), conseguimos identificar mais alguns aspectos que aproximam o Nexo do jornalismo de revista. A série *Extratos*, por exemplo, é semanal e faz uma retrospectiva analítica dos acontecimentos da semana. Já a série *Explicado* elege um tema em alta e o contextualiza, uma prática muito comum no jornalismo de revista. Já os vídeos da série *Cientistas do Brasil Que Você Precisa Conhecer*, com duração média de seis minutos, são inteiramente produzidos com base em ilustrações animadas. Como já vimos, ilustradores foram atores fundamentais na história do jornalismo de revista. Não há nenhum vídeo com notícias *hard news*, como se esperaria de um jornal tradicional.

Dada todas essas características, acredito que o nome mais apropriado para o site seria Nexo Revista, e não Nexo Jornal.

Figura 14 – Capturas de tela do canal de Youtube do Nexo Jornal.



Fonte: Canal de Youtube Nexo Jornal. Disponível em <https://www.youtube.com/channel/UCJVTsYjG0KLNWL6OyHx7ZGw>. Acessado em 8 fev. 2020.

### 5.3. Jornalistas youtubers

A emergência dos youtubers<sup>32</sup> e vlogueiros são um dos aspectos que melhor demonstram a confusão entre os tradicionais atores do jornalismo – fontes, jornalistas, membros da audiência – citada por Turner (2005) no início do capítulo 4. Hoje, é fácil encontrar canais no YouTube em que profissionais de outras áreas produzem conteúdo que parece com jornalismo em vários aspectos.

Por exemplo: no canal Aviões e Música, o youtuber Joselito Sousa conta diferentes histórias sobre o tema aviação. Entre seus vídeos mais acessados – alguns com milhões de visualizações – estão análises aprofundadas em que ele, de frente para a câmera, fala sobre acidentes aéreos e o que os motivou. Os relatos duram entre 12 e 20 minutos e contam com apuração cuidadosa na qual Sousa acessa registros de voo, relatórios de acidente, imagens de satélite, entrevistas, entre outras fontes. Às vezes, os vídeos contam com reconstituições feitas com simuladores de voo. As histórias são bem mais detalhadas que a maioria das reportagens sobre acidentes aéreos publicadas por veículos de mídia digital. No entanto, carregam um dilema: Joselito Sousa não é jornalista, aliás, está muito longe disso e com frequência critica a cobertura da mídia sobre acidentes ou incidentes aéreos – segundo ele, sempre buscam aumentar o problema ou individualizar heroísmos. De acordo com sua página no LinkedIn, Sousa é graduado em tecnologia em manutenção de aeronaves e trabalha há 23 anos como supervisor internacional de manutenção de aeronaves<sup>33</sup> na United Airlines. Ou seja, no entendimento tradicional, ele é uma fonte ou um potencial membro de uma audiência segmentada, não um jornalista. O trabalho que Joselito de Sousa faz no YouTube seria, então, jornalismo? E mais: seria jornalismo de revista?

Como vimos no início deste capítulo 4, Primo e Zago (2015) sugerem abrimos mão de visões puristas sobre o que é e quem faz jornalismo. Para eles, o jornalismo não pode ser reduzido ao que o jornalista faz. E, nesse ambiente incerto, eles sugerem justamente utilizar a visão não essencialista da teoria ator-rede para identificar os lugares em que esse jornalismo acontece.

The prescription of what is good journalism, how it needs to be, or who is

---

32 Segundo, Jerslev (2016), “o nome youtuber se refere a blogueiros de vídeo (vlogueiros) que regularmente postam vídeos em seus canais pessoais no YouTube”.

33 *Line maintenance international supervisor*. Tradução livre.

authorized to work as a journalist are no more than social deterministic approaches. Yes, it is common for working fields to have their codes of excellence. Scholars, though, should not confuse these propositions of ideal conditions and routines with reality itself. Essentialist definitions of journalism function as if all actors were known, their behaviors could be foreseen, and all expected products were created in a vacuum, according to some standards. Any divergence would not be considered journalism.<sup>34</sup> (PRIMO, ZAGO, 2015.)

No caso de *Aviões e Música*, a questão não é permitir que Joselito Sousa se identifique como jornalista – aparentemente, ele não faz nenhuma questão. Mas acredito que descartar esse tipo de conteúdo dos estudos sobre o jornalismo pode esconder o real cenário de produção e consumo de informações na atualidade.

O caso do canal *Buenas Ideias* (Figura 15), do jornalista Eduardo Bueno, também conhecido como *Peninha*, é um pouco distinto. A principal diferença para a análise é que as conexões do conteúdo distribuído nesse canal com o jornalismo tradicional são mais óbvias e mais fáceis de serem identificadas. Afinal, Eduardo Bueno, mesmo tendo escrito diversos livros sobre a história do Brasil, é um jornalista e se identifica como um. Ele diz consultar fontes secundárias e, por isso, não se considera um historiador – em entrevista à revista *Veja* diz que seu texto tem tom jornalístico, não acadêmico (MAIA, 2010).

No entanto, apesar da profissão do apresentador, o canal *Buenas Ideias* não parece reivindicar o título de produto jornalístico. Os vídeos são descrições de acontecimentos reais e frutos de apuração e pesquisa, mas esta é a descrição presente na página *Sobre*:

*Buenas Ideias é um canal dedicado à história do Brasil, contada por Eduardo Bueno, pesquisador, escritor e agora youtuber. No canal Buenas Ideias, você conhece a história através de um ponto de vista divertido, que marca a genialidade e humildade do autor. (BUENAS IDEIAS, 2020.)*

Tudo indica que o canal é resultado de um empreendimento quase pessoal. A única menção encontrada nos créditos dos últimos vídeos publicados é à *Flicks.tv*, responsável pela produção executiva. A empresa é pequena – na página do *Linkedin*

---

34 A prescrição sobre o que é bom jornalismo, como ele deve ser, ou quem está autorizado a trabalhar como um jornalista não são nada mais que abordagens sócio-deterministas. Sim, é comum que campos de trabalho tenham seus códigos de excelência. Acadêmicos, no entanto, não devem confundir essas proposições de condições e rotinas ideais com a própria realidade. Definições essencialistas do jornalismo funcionam como se todos os atores fossem conhecidos, seus comportamentos poderiam ser previstos e todos produtos esperados fossem criados no vácuo, de acordo com certos padrões. Qualquer divergência não seria considerada jornalismo.

constam 19 funcionários – e também produz vídeos para outros seis canais do YouTube.

Podemos levantar uma série de características que aproximam Buenas Ideias de um conteúdo de revista. Primeiro, é um periódico – os vídeos da série *Não Vai Cair no Enem* são publicados às quartas e os da *Ora, Pílulas*, aos domingos. Segundo, os vídeos são recheados de ilustrações e outros elementos gráficos que servem para identificar as séries e ilustrar os vídeos. Em terceiro, é segmentado – fosse uma revista, seria uma revista de história. Por último, publica crônicas da vida social – na série *Ora, Pílulas*, Bueno comenta notícias da semana, às vezes as contextualizando com eventos históricos.

Vídeos sobre a ditadura militar no Brasil, a história das favelas no país, a Guerra de Canudos e a biografia de Lampião estão entre os mais populares, acumulando centenas de milhares de visualizações.

#### 5.4. Como nossos antepassados

Além das semelhanças em termos de conteúdo, também é curioso observar a uma

Figura 15 – Capturas de tela do canal de Youtube Buenas Ideias.



Fonte: Canal Buenas Ideias. Disponível: <<https://www.youtube.com/channel/UCQRPDZMSwXFEDS67uc7kldg>>. Acessado: 8 fev. 2020.

relação específica entre o caso de youtubers jornalistas (ou não) se apropriando de novas tecnologias e os primórdios do jornalismo no Brasil.

Assim como Buenas Ideias e Aviões e Música, nos primeiros anos da imprensa no Brasil, revistas e jornais eram frutos de empreendimentos ou individuais ou de grupos pequenos. Somente na passagem do século 19 para o 20 que surge a chamada grande imprensa.

A passagem do século, assim, assinala, no Brasil, a transição da pequena à grande imprensa. Os pequenos jornais, de estrutura simples, as folhas tipográficas, cedem lugar às empresas jornalísticas, com estrutura específica, dotadas de equipamento gráfico necessário ao exercício de sua função. (SODRÉ, 1998, pág. 275.)

Apesar do texto de Sodré citar apenas jornais, acreditamos, baseados no levantamento feito no capítulo 3, que as revistas do século 19 também seguiram essa mesma lógica. Os maiores exemplos são *Revista Ilustrada*, iniciativa de Ângelo Agostini, e *Semana Ilustrada*, fruto da parceria entre Henrique Fleiuss, seu irmão Carlos Fleiuss e Carlos Linde. Como pudemos ver, Ângelo Agostini e Henrique Fleiuss eram responsáveis por quase todas as ilustrações de suas revistas, e eram personalidades muito identificadas com suas respectivas publicações. As ilustrações, além de retratar aspectos da realidade e reproduzir acontecimentos, também desenhavam uma crônica da vida social que continha a opinião dos artistas.

Seriam então os Eduardos Bueno e os Joselitos Sousa os Ângelos Agostini e Henriques Fleiuss do nosso tempo? Certamente, há muitas diferenças entre os dois casos – talvez seja até uma heresia comparar o traço virtuoso e sublime desses artistas com vídeos youtubers. Mas acredito que aproximar esse tipo de conteúdo com o jornalismo tradicional poderá abrir novos caminhos para o entendimento sobre o grande mistério de como o jornalismo acontece hoje. Onde foram parar todos os consumidores que, de repente, pararam de assinar revistas e deixaram uma pujante indústria à beira da falência? Talvez estejam assistindo vídeos online.

## **5.5. Conclusão do capítulo**

Os estudos de casos apresentados neste capítulo são apenas alguns em meio a um imenso oceano de vídeos produzidos para determinados segmentos por profissionais que não necessariamente são jornalistas ou empresas de jornalismo. Há canais de

helicópteros feitos por pilotos de helicóptero, de ciclismo feitos por ciclistas, de cerveja feito por cervejeiros e até de quadril feito por médico ortopedista especialista em quadril. Falar sobre eles não é uma novidade.

É certo que existe uma produção significativa de conhecimento e um amplo debate sobre o fenômeno do chamado “jornalismo cidadão” ou “jornalismo participativo” feito fora das redações de jornais e revistas. Mas me parece que, na maioria dos casos, se discute apenas o jornalismo *hard news*, quando um cidadão mais próximo do acontecimento, e munido de equipamento amador, consegue dar o furo da notícia antes de qualquer veículo de comunicação.

Aqui, propomos nos atentar a duas coisas. Primeiro, a como a maneira de fazer jornalismo de revista aparece de forma às vezes óbvia, às vezes sutil, em novas empresas de jornalismo online, principalmente na forma de vídeos. E, segundo, a como esses youtubers, jornalistas ou não, conseguem, utilizando alguma estrutura técnica, produzir conteúdo que de alguma maneira se parece com o tipo de jornalismo historicamente associado às revistas.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pudemos identificar o papel fundador que as artes visuais tiveram no jornalismo e como perduraram ao longo dos séculos, principalmente nas revistas. Também vimos que a mensagem do jornalismo por vezes foi transmitida por artistas gráficos como Ângelo Agostini, fundador e editor da *Revista Illustrada*, Henrique Fleiuss, da *Semana Illustrada*, e J. Carlos, que trabalhou em diferentes revistas – *Para Todos...* sendo a mais destacada. Mesmo com novas técnicas de reprodução mecânica de fotografias, as artes gráficas seguiram conquistando proeminência entre as revistas e tomaram outras proporções com a *Senhor*, cujo conteúdo contava não só com o desenho de artistas visuais renomados, mas também com textos de alguns dos mais importantes escritores de sua época.

Além disso, como vimos com a litografia e posteriormente com a fotografia, novas tecnologias foram primeiro apropriadas pelas revistas para, somente anos depois, aparecerem nas páginas de jornais. A mobilização dessas então novas tecnologias mostra que objetos que atuam como agentes mediadores no jornalismo não surgiram no século 21, mas sempre acompanharam a produção jornalística.

Outro aspecto fundamental descrito no capítulo 3 é a separação entre os tipos de conteúdo publicados por revistas e jornais. Afinal, desde muito cedo, ficou claro o papel de cada tipo de publicação. Apesar dos caminhos começarem a ser trilhados separadamente desde o início da imprensa, a partir de 1870, quando o telégrafo, o telefone, a fotografia e a prensa a vapor são implantados, o campo das publicações é delimitado com clareza.

Com a rapidez da chegada das notícias, cabe ao jornal e à imprensa diária se dedicarem ao que se convencionou chamar de *hard news*: a tragédia, a catástrofe, o fato ocorrido na véspera. E às revistas, sobretudo as ilustradas, estariam reservadas a informação em profundidade, a análise, a crítica, o entretenimento. (COSTA, 2012.)

Apontamos também que o jornalismo de revista, através de publicações como *O Cruzeiro*, teve importância fundamental para consolidar alguns dos gêneros mais identificados com o jornalismo hoje: o fotojornalismo e a reportagem. Fotógrafos como Jean Manzon e José Medeiros deixaram um legado perseguido por muitos outros profissionais.

Esses atores de uma era completamente distinta certamente são muito diferentes

dos atores que produzem jornalismo hoje. É difícil imaginar como essas técnicas e a conjunção desses atores poderiam funcionar em um tempo de dominação dos algoritmos, da cultura caça-clique em meio à ubiquidade de dispositivos digitais e o acesso incessante a novas pílulas de informação. De certo modo, é até compreensível a crise pela qual o jornalismo de revista atravessa.

Mesmo assim, acredito que ainda conseguimos enxergar algumas características desenvolvidas nas revistas ao longo dos anos em canais exclusivamente digitais, como exemplificado nos casos dos vídeos dos sites Vox e Nexo. Além disso, também reconhecemos semelhanças entre conteúdos produzidos de forma quase individual por youtubers e vlogueiros – os canais Buenas Ideias e Aviões e Música – e o tipo de conteúdo publicado historicamente pelas revistas impressas.

É certo que um aspecto fundamental – a proximidade das artes visuais com o jornalismo – parece ainda ser coisa rara entre as publicações digitais. Mesmo as novas empresas de jornalismo citadas anteriormente, Vox e Nexo Jornal, apesar de utilizarem elementos gráficos, ainda estão distantes do virtuosismo apresentado por artistas do passado das revistas. Mas em pouco tempo existência, alguns canais de Youtube como o Buenas Ideias mostraram uma notável evolução na qualidade visual de seus vídeos.

Tampouco a tradição da fotorreportagem parece ter lugar nas redes digitais. Apesar da ubiquidade das câmeras digitais e das redes sociais de compartilhamento de imagens, reportagens aprofundadas nas quais a organização das fotos conta a história principal são raras em empresas de mídia tradicional e quase inexistentes entre os novos veículos exclusivamente digitais. As últimas reportagens publicadas por Sebastião Salgado (SERVA, 2020) e Lalo de Almeida (ALMEIDA, DIAS, 2020) no site da *Folha de São Paulo* são algumas interessantes exceções.

O maior dos mistérios, no entanto, parece ser a completa falta de analogia nas redes digitais de um elemento fundamental do jornalismo de revista impressa: a capa. A folha mais bem analisada de uma publicação tem pouquíssimas correspondências no mundo analógico e menos ainda no digital. Será que um dia haverá semelhante conjunto compacto de informações que às vezes funciona como uma obra de arte, um aviso

importante ou, até, uma ferramenta de manifestação política, como aconteceu às vésperas das eleições de 2014<sup>35</sup>?

### 6.1. Próximas pesquisas

As revistas sempre despertaram paixão. São várias as teses, dissertações e artigos sobre títulos específicos – *Senhor, Realidade, O Cruzeiro, Revista Illustrada, Piauí*. Os livros – principalmente Costa (2012), Andrade (2004) e Melo, Coimbra (2012) – utilizados nesta monografia são alguns indícios do grande interesse despertado pelas revistas e da importância delas para o estudo da história do Brasil. Por um tempo, houve também um esforço por parte da academia de tentar compreender e propor modelos de migração da tradição analógica para o digital. No entanto, e talvez por causa das sucessivas tentativas que se mostraram frustradas e do contínuo declínio do formato impresso, pesquisadores da comunicação parecem ter desistido de estudar uma das mídias mais bem-sucedidas ao longo da história.

Na nossa visão, recolocar o jornalismo de revista nos estudos sobre o jornalismo pode não só trazer boas ideias sobre como aliviar o consumo ansioso de notícias ao lembrar uma maneira de reportar os acontecimentos com mais calma e profundidade mas também retomar um aspecto muitas vezes esquecido em meio ao grande debate sobre o jornalismo contemporâneo: a subjetividade. Resgatar o jornalismo de revista é resgatar a maneira de se fazer jornalismo como obra de arte.

E a teoria ator-rede pode desempenhar um papel especialmente útil, ajudando a superar pressupostos tradicionais e essencialistas sobre quem faz e o que é jornalismo e, portanto, contribuindo para revelar essa misteriosa rede da produção de conteúdo nas redes digitais.

---

<sup>35</sup> Às vésperas da eleição de 2014, a revista *Veja* publicou uma reportagem de capa que colocava Lula e Dilma, que concorria à reeleição, no centro da operação Lava-Jato, dizendo que os dois sempre souberam dos desvios milionários que ocorriam da Petrobrás e, mesmo assim, nada fizeram. A capa virou cartaz segurado por manifestantes que protestavam contra o governo de Dilma Rousseff. O episódio, e o tratamento da revista a Lula e ao Partido dos Trabalhadores é explicado e analisado em artigo de Tavares *et al* (2016), pág. 30.

## 7. BIBLIOGRAFIA

ABRAHAMSON, David; HENDRICKSON, Elizabeth; PECK, Abe. There Once Was a Profession Called Magazine Editing: Exploring the Brave New World. *Journal of Magazine Media*, v. 18, n. 2, 2018.

ABRAHAMSON, David. *The Future Foretold: A Special Theory of Magazines*. 2016.

ADOBE BLOG. Flash & The Future of Interactive Content. Disponível em <<https://theblog.adobe.com/adobe-flash-update/>>. Acessado em 29 de janeiro de 2020.

ALMEIDA, Lalo de, DIAS, Marina. Americanos, os anos Trump. *Folha de São Paulo*. Disponível em <<https://arte.folha.uol.com.br/mundo/2019/12/os-americanos/>>. Acessado em 9 fev. 2020.

ANDERSON, Chris W. Deliberative, agonistic, and algorithmic audiences: Journalism's vision of its public in an age of audience transparency. *International Journal of Communication*, v. 5, p. 19, 2011.

ANDRADE, Joaquim Marçal Ferreira de. *História da fotorreportagem no Brasil: a fotografia na imprensa do Rio de Janeiro de 1839 a 1900*. Elsevier, 2004.

AYRES, Marcela. Abril S.A. eleva base de assinantes e fatura R\$ 3 bi em 2012. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/abril-s-a-eleva-base-de-assinantes-e-fatura-r-3-bi-em-2012/>>. Acessado em 11 janeiro 2019. 29 de abril 2013.

BARBOSA, Marialva. O Cruzeiro: uma revista síntese de uma época da história da imprensa brasileira. *C-Legenda-Revista do Programa de Pós-Graduação em Cinema e Audiovisual*, n. 7, 2002.

BEETHAM, Margaret. *A magazine of her own: domesticity and desire in the woman's magazine, 1800–1914*. Routledge, 2003.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução. Em: GRÜNEWALD, José Lino (org.). *A idéia do cinema*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira. pp. 55-95. 1969.

BLEAKLEY, Alan. The proof is in the pudding: Putting actor-network-theory to work in medical education. *Medical teacher*, v. 34, n. 6, pág. 462–467, 2012.

BRANCH, John. Snow fall: The avalanche at tunnel creek. Disponível em <<http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html#/?part=tunnel-creek>> Acessado em 29 janeiro 2020. *The New York Times*, 2014.

BROWN, Nicholas GF. *Ordering hope: representations of xenotransplantation: an actor/actant network theory account*. Tese de Doutorado. University of Lancaster. 1998.

BRUNO, Fernanda. Rastros digitais sob a perspectiva da teoria ator-rede. *Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*, v. 19, n. 3, p. 681-704, 2012.

BUENAS IDEIAS. Sobre. Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UCQRPDZMSwXFEDS67uc7kldg/about>>. Acessado em: 2 fev. 2020.

CALLON, Michel. Some elements of a sociology of translation: domestication of the scallops and the fishermen of St Brieuc Bay. *The sociological review*, v. 32, n. 1\_suppl, p. 196-233, 1984.

CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina. O cidadão como produtor de informação: estudo de caso na imprensa online portuguesa. *Estudos em jornalismo e mídia*, v. 9, n. 2, p. 269-283, 2012.

CORRÊA, Elizabeth Saad; BERTOCCHI, Daniela. A cena cibercultural do jornalismo contemporâneo: web semântica, algoritmos, aplicativos e curadoria. *Matrizes*, v. 5, n. 2, p. 123-144, 2012.

CORRÊA, Elizabeth Saad; DA SILVEIRA, Stefanie Carlan. Proposta teórico-metodológica para a pesquisa de objetos no jornalismo. *Matrizes*, v. 11, n. 2, p. 163-182, 2017.

COSTA, Carlos Roberto da. A revista no Brasil, o século XIX. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo, 2012.

COULDRY, Nick. Actor network theory and media: Do they connect and on what terms? 2008.

DE SOUZA, Pedro Carlos Ferreira; DA SILVEIRA, Letícia Lopes. Experiências de Inovação no Jornalismo Digital: um estudo de caso do Jornal Nexô. *Parágrafo*, v. 5, n. 2, p. 146-157, 2017.

DOS SANTOS, Heloísa Mônaco. Coleta e análise de dados em pesquisas no campo de sistemas de informação que adotam a perspectiva da teoria ator-rede. 2006.

DOURADO, Tatiana Maria Silva Galvão. Modelos de revistas em formatos digitais: novas ideias e um conceito ampliado. *Leituras do Jornalismo*, v. 1, n. 1, 2014.

DOWLING, David; VOGAN, Travis. Can we “Snowfall” this? Digital longform and the race for the tablet market. *Digital Journalism*, v. 3, n. 2, p. 209-224, 2015.

ENCYCLOPAEDIA BRITANNICA. Journalism. Disponível em: <<https://www.britannica.com/topic/journalism>>. Acessado em 24 de nov. de 2019. Encyclopædia Britannica, Inc. 22 de maio de 2019.

FIORAVANTI, Carlos Henrique; VELHO, Lea. Let's follow the actors! Does Actor-Network Theory have anything to contribute to science journalism? *Journal of Science Communication*, v. 9, n. 4, pág. A02, 2010.

FOLHA DE S.PAULO. Com dívida de R\$ 1,6 bi, Abril entra com pedido de recuperação judicial. Disponível em <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/08/abril-entra-com->

[pedido-de-recuperacao-judicial.shtml](#)>. Acesso em 20 de nov. de 2019. 15 de agosto de 2018

FOLHA DE S.PAULO. Editora Abril fecha 4 revistas, um portal e demite 150 pessoas. 1 de ago. 2013. Disponível em <<https://adnews.com.br/admidia/abril-confirma-fechamento-de-4-revistas-e-demissao-de-150-funcionarios>>. Acesso em 20 de nov. de 2019.

FREDERICO DE MELLO, B. Tavares; SCHWAAB, Reges. A revista e seu jornalismo. Penso Editora, 2013.

FUNDAÇÃO BIBLIOTECA NACIONAL. Hemeroteca digital. Disponível em <<http://memoria.bn.br/hdb/periodico.aspx>>. Acessado em 9 fev. 2020.

GRISOLIO, Lilian Marta. Uma revista em guerra: a revista o cruzeiro nos primeiros anos da guerra fria no Brasil. 2014.

HOLANDA, André Fabrício da Cunha. Traduzindo o jornalismo para tablets com a teoria ator-rede. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Salvador. 2014.

IMS, Instituto Moreira Salles. J.Carlos: Originais. Disponível em: <<https://ims.com.br/exposicao/j-carlos-originais-ims-paulista/>> Acessado em 25 de dez. De 2019

INMAN, Jeff; VAN WYKE, Jill. We Were Promised Jetpacks: The Digital Magazine Non-Revolution and the Waning Promise of an Enhanced Content Explosion. Journal of Magazine & New Media Research, v. 15, n. 2, 2014.

JERSLEV, Anne. Media Times| in the time of the microcelebrity: Celebrification and the YouTuber zoella. International Journal of Communication, v. 10, p. 19, 2016.

KALOGEROPOULOS, Antonis; NIELSEN, Rasmus Kleis. Investing in online video news: a cross-national analysis of news organizations' enterprising approach to digital media. Journalism Studies, v. 19, n. 15, p. 2207-2224, 2018.

KOFMAN, Ava. Bruno Latour, the Post-Truth Philosopher, Mounts a Defense of Science. Em New York Times Magazine. Oct. 25, 2018. Disponível em <<https://www.nytimes.com/2018/10/25/magazine/bruno-latour-post-truth-philosopher-science.html>>. Acessado em 3 de novembro de 2019.

LAJOLO, Marisa & ZILBERMAN, Regina. A formação da leitura no Brasil. São Paulo: Ática, 1996.

LATOURE, Bruno. On actor-network theory A few clarifications plus more than a few complications. Soziale Welt, v. 47, n. 4, p. 1-14, 1990.

LATOURE, Bruno. On technical mediation - philosophy, sociology, genealogy. Common Knowledge, v. 3, n. 2, pág. 29–64, 1994.

LATOUR, Bruno. Reagregando o social – uma introdução à teoria ator-rede. Salvador; Bauru: EDUFBA; EDUSC, 2012.

LATOUR, Bruno. Reassembling the Social. New York: Oxford University Press. 2005.

LATOUR, Bruno. The pasteurization of France. Harvard University Press, 1993.

LAW, John. Notas sobre a Teoria do Ator-Rede: ordenamento, estratégia e heterogeneidade. Tradução de Fernando Manso. Disponível em <<http://www.necso.ufrj.br/Trads/Notas%20sobre%20a%20teoria%20Ator-Rede.htm>>. Acesso em 9 fev. 2020. Rio de Janeiro: COMUM, 2006.

LAW, John. On the methods of long-distance control: vessels, navigation and the Portuguese route to India. The Sociological Review, v. 32, n. 1 – suppl, pág. 234–263, 1984.

LAW, John. Traduction/trahison: Notes on ANT. Convergencia, v. 13, n. 42, p. 47-72, 2006.

LE MASURIER, Megan, What is a magazine? Em: TEXT Special Issue 25: Australasian magazines: new perspectives on writing and publishing. Eds Rosemary Williamson and Rebecca Johnke, April 2014.

LE MASURIER, Megan; JOHINKE, Rebecca. Magazine studies: pedagogy and practice in a nascent field. TEXT, v. 18, n. 25, p. 1-16, 2014.

LEWIS, Seth C.; WESTLUND, Oscar. Actors, actants, audiences, and activities in cross-media news work: A matrix and a research agenda. Digital Journalism, v. 3, n. 1, pág. 19–37, 2015.

MAIA, Maria Carolina. Eduardo Bueno: como a história se repete no Brasil. Veja. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/blog/meus-livros/eduardo-bueno-como-a-historia-se-repete-no-brasil/>>. Acessado em 2 fev. 2020. Publicado em 4 set 2010.

MARINGONI, Gilberto. Angelo Agostini e o Massacre de Canudos. Projeto História: Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados de História, v. 32, n. 1, 2006.

MARTINO, Luís Mauro Sá. Métodos de pesquisa em comunicação: projetos, ideias, práticas. Petrópolis: Editora Vozes Limitada, 2018.

MARTINS, Ana Luiza. Revistas em revista: imprensa e práticas culturais em tempos de República, São Paulo (1890–1922). Edusp, 2001.

MEIO E MENSAGEM. Apesar de queda geral, revistas crescem em digital. Disponível em <<https://www.meioemensagem.com.br/home/ultimas-noticias/2018/03/19/apesar-de-queda-geral-revistas-crescem-em-digital.html>>. Acessado em 1 fev. 2020. 19 mar. 2018.

MELO, Francisco Inacio Scaramelli Homem de; COIMBRA, Elaine Ramos. Linha do tempo do design gráfico no Brasil. 2011.

MUNIESA, Fabian *et al.* Actor-network theory. 2015.

NATANSOHN, Leonor Graciela et al. Revistas online: do papel às telinhas. *Lumina*, v. 4, n. 1, 2010.

NATANSOHN, Leonor Graciela. *Jornalismo de revista em redes digitais*. Edufba, 2013.

NEWPORT, Cal. *Digital Minimalism: Choosing a Focused Life in a Noisy World*. E-book. Penguin, 2019.

NEXO. Nossa equipe. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/sobre/Nossa-Equipe>>. Acessado em 1 fev. 2020.

NGUYEN, An. O Julgamento das Notícias na Cultura “Caça-Clique”: o impacto das métricas sobre o jornalismo e sobre os jornalistas. Tradução de Edson Rossi. Em *Parágrafo*, v. 4, n. 2, pág. 88–101, 2016.

NIEMEYER, Lucy Carlinda da Rocha de *et al.* O design gráfico da Revista Senhor: uma utopia em circulação. 2002.

PAULINO, Rita de Cássia Romeiro. Conteúdo digital interativo para tablets-iPad: uma forma híbrida de conteúdo digital. *Revista de Estudos Da Comunicação*, v. 14, n. 33, 2013.

PEER, Limor; KSIAZEK, Thomas B. YouTube and the challenge to journalism: new standards for news videos online. *Journalism Studies*, v. 12, n. 1, pág. 45–63, 2011.

PILKINGTON, Ed. Richard Branson launches Project as 'first truly digital' magazine for iPad. Em *TheGuardian.com*. Disponível em <<https://www.theguardian.com/technology/2010/nov/30/ipad-branson-project-magazine-launch>> Acessado em 12 de janeiro 2019. 30 de novembro de 2010.

PLESNER, Ursula. An actor-network perspective on changing work practices: Communication technologies as actants in newswork. *Journalism*, v. 10, n. 5, pág. 604–626, 2009.

PODER360. Jornais no Brasil perdem tiragem impressa e venda digital ainda é modesta. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/midia/jornais-no-brasil-perdem-tiragem-impressa-e-venda-digital-ainda-e-modesta/>>. Acessado em: 1 fev. 2020. 26 nov. 2019.

PRIMO, Alex; ZAGO, Gabriela. Who and what do journalism? An actor-network perspective. *Digital Journalism*, v. 3, n. 1, pág. 38–52, 2015.

ROLLEMBERG, Marcello. Uma questão de estilo: a gênese de Piauí. *Revista USP*, n. 96, p. 124-135, 2013.

SCHAFFER, Simon. *The pasteurization of France: Bruno Latour*, translated by Alan Sheridan and John Law (Cambridge, Massachusetts and London: Harvard University Press, 1988), 273 pp. ISBN 0-674-65760-8 Cloth£ 23.95. *Studies in History and Philosophy of Science Part A*, v. 22, n. 1, p. 174-192, 1991.

SENEFELDER, Alois. *A Complete Course of Lithography: Containing Clear and Explicit Instructions*. R. Ackermann, 1819.

SERVA, Leão. Sebastião Salgado na Amazônia. Folha de São Paulo. Disponível em <<https://arte.folha.uol.com.br/ilustrada/2017/sebastiao-salgado/medo/>>. Acessado em 9 fev. 2020.

SILVA, Dora Santos. Aproveitamento das potencialidades dos dispositivos móveis pelas revistas impressas: um estudo de caso da aplicação da revista Visão para iPad. *Prisma*. com, n. 24, p. 109-138, 2014.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. Mauad Editora Ltda., 1998.

SOKAL, Alan. Comment on the New York Times Magazine's profile of Bruno Latour. Disponível em <[https://physics.nyu.edu/faculty/sokal/comment\\_on\\_NYT\\_latour.html](https://physics.nyu.edu/faculty/sokal/comment_on_NYT_latour.html)>. Acessado em 3 de novembro de 2019.

SOUZA, Pedro Carlos Ferreira de; SILVEIRA, Leticia Lopes da. Experiências de Inovação no Jornalismo Digital: um estudo de caso do Jornal Nexo. *Parágrafo*, v. 5, n. 2, p. 146-157, 2017.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão; BERGER, Christa; VAZ, Paulo Bernardo. Um golpe anunciado: Lula, Dilma e o discurso pró-impeachment na revista *Veja*. *Pauta Geral-Estudos em Jornalismo*, v. 3, n. 2, p. 20-44, 2016.

TIMPKA, Toomas *et al.* Information infrastructure for inter-organizational mental health services: an actor network theory analysis of psychiatric rehabilitation. *Journal of biomedical informatics*, v. 40, n. 4, pág. 429–437, 2007.

TONELLI, Dany Flávio; DE BRITO, Mozar José; ZAMBALDE, André Luiz. Empreendedorismo na ótica da teoria ator-rede: explorando alternativa às perspectivas subjetivista e objetivista. *Cadernos EBAPE. BR*, v. 9, pág. 586–603, 2011.

TSALLIS, Alexandra Cleopatres *et al.* O que nós psicólogos podemos aprender com a teoria ator-rede. *Interações*, n. 22, pág. 57–86, 2006.

TURNER, Fred. Actor-networking the news. *Social Epistemology*, v. 19, n. 4, p. 321-324, 2005.

VIANA, Helio. *Contribuição à história da imprensa brasileira (1812–1869)*. Rio de Janeiro: Imprensa Nacional, 1945.

WEINBERGER, David. *Too Big to Know: Rethinking Knowledge Now That the Facts Aren't the Facts, Experts Are Everywhere, and the Smartest Person in the Room Is the Room*. E-book. Basic Books, 2011.

WERNECK, Humberto *et al.* *A revista no Brasil*. São Paulo: Editora Abril, 2000.