

# Revista da Semana

12 de Maio de 1928

ANNO XXIX -- N. 21



Revista da Semana,  
publicada de 1900 a  
1962: enfoque político  
e colaboração de  
intelectuais e artistas

M  
XXVII

# A HISTÓRIA EM REVISTA

As revistas surgiram na Europa, tendo como publicação pioneira o *Journal des Savants*, da França, que circulou de 1665 a 1795.

A história registra como primeira publicação do gênero no Brasil a revista *As Variedades*, de janeiro de 1812, lançada por Silva Serva, ainda que o rótulo só viesse a ser adotado em 1828, ano em que surgiu no Rio de Janeiro a *Revista Semanária dos Trabalhos Legislativos da Câmara dos Senhores Deputados*. A despeito do inicial isolamento de São Paulo na época em que o Brasil acabara de conquistar sua autonomia política, foi na província que surgiu a primeira publicação independente do império, a *Revista da Sociedade Filomática*, iniciativa da faculdade de Direito, em 1833. A publicação confirmava uma tendência então existente: aos jornais cabia o papel de imprensa política; às revistas, o de informativo literário.

Em um Brasil defasado em relação ao estágio gráfico da imprensa estrangeira, surgiu em São Paulo, em 1866, um lançamento atrevido já no título: *Cabrião, Semanário Humorístico*. De autoria do piemontês Ângelo Agostini, verdadeiro gênio

da pena, a publicação tinha força por suas ilustrações e as primeiras tiras de histórias em quadrinhos, mas sofria com a limitação das gráficas da época, que somente no final daquele século ganhavam recursos técnicos para ilustrações — da fotografia ao clichê em cores e à rotogravura.

Havia uma concorrente, a *Revista Commercial*, que trouxe em seu editorial um texto que se referia à *Cabrião* como "jornalzinho". Nessa altura, em termos de impresso, a revista era mais conceituada que o jornal e a denominação tinha acento nitidamente pejorativo. Enquanto isso, na Corte, no Rio de Janeiro, surgiam iniciativas mais respaldadas: a *Revista Brasileira, Jornal de Ciências, Letras e Artes* (1857), sob direção de Cândido Baptista de Oliveira.

Em 1897, o que existia de mais atraente no gênero era a *Revista Illustrada*, também de Agostini, mas não competia com as congêneres estrangeiras, fosse pela qualidade do papel, fosse devido ao número exíguo de páginas. Pouco antes dela, outro



A *Revista Illustrada*, de Ângelo Agostini, e a *Revista do Brasil*, dois dos maiores sucessos do gênero no Brasil, e *O Espelho Diamantino*, uma das primeiras publicações dirigidas para o público feminino

grande lançamento foi a *Revista Brasileira* (em sua terceira fase, de 1879 a 1881), editada por Nicolau Midossi, que expressou de fato o entendimento da categoria "revista". No rastro dessa publicação, que durou até 1901, surgiu a *Revista do Brasil*, em 1916. Seu diretor já era um renomado jornalista: Júlio Mesquita, do poderoso grupo do jornal *O Estado de S. Paulo*. A revista foi a primeira a ser lançada sob cuidadoso planejamento, com linha editorial e diretrizes bem pensadas.

Além das revistas de variedades, havia, desde os primórdios, algo muito próximo ao que definimos hoje como publicações especializadas. Assim, para o homem do campo circulavam a *Revista Agrícola* (1895-1902), *A Lavoura* (1900) e o *Boletim de Agricultura* (1901); os advogados eram leitores da revista *O Direito* (1880-1882); e mesmo os devotos tinham a *Revista Católica* (1896).

#### EMPASTELAMENTO

Um ano após a proclamação da República, o País entrava em um ritmo veloz de transformação socioeconômica. Ao lado disso, o primeiro decreto do Governo Provisório trazia de volta, em 23

de novembro de 1889, um fantasma imperial: a censura à imprensa, que calava gente como Rui Barbosa, usava de violência contra vários jornalistas e empastelava redações. Ainda assim, foi um período transbordante de jornais que contestavam a repressão aos meios de comunicação. Enquanto isso, as revistas constituíram-se no "sorriso da sociedade". Lidando com público diverso, empenhavam-se em cooptar leitores para o sucesso de seu empreendimento, experimentando as modernas formas de comunicação técnica e visual, ensaiando novas estéticas literárias e representando grupos institucionais e sociais que buscavam sua representação.

Portanto, na virada do século 19 para o 20, em sua maioria, as revistas quase não eram atingidas pela censura, já que propagavam os valores da "Ordem e Progresso". As pautas de títulos como *Ilustração Brasileira* (1905, impressa em Paris) e *São Paulo ilustrado* (1920) comprometiam-se com o sucesso de público e de mercado, visando à rentabilidade de seus negócios — portanto, ainda que não houvesse a



Com a introdução de novas tecnologias e recursos gráficos, as revistas começaram a usar e abusar das cores em suas capas



Consideradas o "sorriso da sociedade", muitas publicações empenhavam-se na técnica visual, mas limitavam-se a temas superficiais

censura política, estava a "lei do lucro" ali presente para imprimir somente o que *vendia*.

No entanto, havia quem sáísse da linha. É o caso das revistas de humor, que se voltaram, sem temor, contra as mazelas do regime, valendo-se do talento, pincel e lápis de seus ilustradores e cartunistas. *O Parafuso*, *A Rolha*, *A Farpa* e *O Queixoso* investiam principalmente contra a oligarquia com a arma decisiva de ataque: o riso.

Nas três décadas seguintes ao advento da República, o jornalismo brasileiro saiu de um cenário dominado por intelectuais, poetas e romancistas para dar lugar ao jornalismo como grande *impresa*.

Criava-se o mercado jornalístico, e os veículos dispunham de tabela fixa para salários.

A parte gráfica, no entanto, carecia de um apelo rmais contundente. O escritor Lima Barreto dava conta disso em artigo de 1907 na revista *Floreal*. Comenta ele: "Faltam às revistas desenhos, fotogravuras, páginas em cores com 'chapadas de vermelho' e, sobretudo, um diretor sobre todas as artes estéticas e técnicas". Por volta de 1910, os recursos técnicos estimularam inovações no visual das seções, resultando em formas gráficas inusitadas demais para defini-las. Na evolução do periodismo surgiu espaço para os artigos e reportagens. Em uma edição de julho de 1914, a revista *O Momento* constata a importância da reportagem, que punha às escancaras os bastidores da notícia ficcionalizada e tratada. Não apenas esta publicação, mas todas as revistas ilustradas da época, agora com o recurso fotográfico do instantâneo, revelaram-se "revistas de reportagens", traço marcante do periodismo paulista. Também surgiram as novelas, e parte significativa da produção ficcional do período resultou de inicial publicação em forma de folhetim nas revistas — uma lista imensa que inclui escritores como Machado de Assis e Lima Barreto.



As capas da *Para Todos* eram valorizadas pela arte do grande ilustrador J. Carlos

## EVOLUÇÃO GRÁFICA

No final do século 19, a imprensa já estava mecanizada, descobrindo no linotipo e nas rotativas a produção imediata da notícia. Beneficiada pelos métodos fotoquímicos de impressão e reprodução da imagem, documentava, qualificava e otimizava sua mensagem por meio da fotografia e seus derivados, o clichê em cores e a rotogravura. Assim, as técnicas convencionais de reprodução foram rapidamente substituídas pelas inovações em curso. A diagramação foi privilegiada, investindo-se na inovação técnica; as máquinas modernas poderiam ser adquiridas com o dinheiro fácil do café e da indústria nascente, enquanto o domínio da técnica era apenas uma questão de dedicação a seu aprendizado.

Alguns expoentes dessa fartura de recursos gráficos são a revista *A Cigarra*, com capricho no colorido, e *A Camélia*, inusitadamente impressa em cetim, o tecido rmais sofisticado da época. Também a fotografia tinha espaço de destaque graças a isso. A revista *Ilustração Paulista* colocava a imagem a serviço da propaganda política, e *A Garoa* tinha ilustradores como Victor Brecheret. Se a técnica avançava e os recursos gráficos eram de ponta, o mesmo não poderia ser dito sobre o conteúdo das revistas no início do século 20. A maioria ainda trazia em si um ranço monárquico.

À transformação econômica paulista somava-se o crescimento demográfico e o avanço dos meios de comunicação, com o moderno aparelhamento das máquinas impressoras e a profissionalização do setor a serviço da expressiva produção editorial, mudanças que se deram em paralelo ao aumento da população leitora. Também se tornou confortável a situação dos anunciantes, que encontravam nas revistas o veículo perfeito para vender seus produtos. De fato, no impresso



De outubro de 1905 a janeiro de 1962, *O Tico-Tico* povoou o imaginário dos pequenos leitores

"revista", textos e imagens — instrumentos da publicidade — reproduziram as transformações da virada do século, captadas por intermédio de recursos literários e gráficos, desenvolvidas ao público numa terceira dimensão, valorizando artigos, produtos e serviços.



Kósmos celebrou-se com 3 colaboração de nomes como Olavo Bilac. *Diretrizes* foi a primeira revista do jornalista Samuel Wainer

#### REVISTAS CONTEMPORÂNEAS

Quando a imagem tomou grande espaço na produção gráfica, mais ou menos até fins da década de 1920, as revistas deixaram de lado os artigos de fôlego, publicando basicamente pequenos textos-legendas. Na pauta não havia espaço para muita imaginação: com poucas exceções, os jornalistas, no fundo das redações, limitavam-se a traçar os temas que a atualidade lhes atirava no colo.

O panorama já era outro em 1930, ano em que dois aconte-

cimentos mexeram, cada um à sua maneira, com os brios da nacionalidade: a revolução que veio abrir a longa Era Vargas e a eleição de uma Miss Universo gaúcha, Yolanda Pereira, evento ocorrido nos Estados Unidos, com cobertura local de *O Cruzeiro* — um feito para a época. Foi justamente após essa publicação, criada em 1928 por Assis Chateaubriand, que as revistas ingressaram em uma fase em que a reportagem teria peso cada vez maior, e assim os jornalistas saíram das redações diretamente para as ruas em busca do fato.

Outra novidade foi a criação da chamada de capa. Se antes, em geral, utilizavam-se apenas desenhos ou reproduções de pinturas, as revistas mudaram totalmente o padrão. Novamente puxadas por *O Cruzeiro*, que fez essa inovação nos anos de 1940, e com a *Manchete*, na década seguinte. Sair atrás do furo jornalístico — da capa — era agora prioridade. Pautas ousadíssimas para aquela primeira metade do século 20 traziam o cotidiano de prostitutas, de presidiários e até de fumadores de ópio. Um dos pioneiros nessa linha foi João do Rio (pseudônimo do jornalista carioca Paulo Barreto), repórter da *Kósmos*.

A reportagem fotográfica ganhava espaço, conduzida pelo visionário Chateaubriand, em seu *O*

*Cruzeiro*. A revista passou a ter seguidores, como *Diretrizes*, do jornalista Samuel Wainer, em 1938, que, minada pela censura, deixou de circular em 1944. A real concorrente da revista de Chateaubriand foi mesmo a *Manchete*, lançada por Adolpho Bloch em 1952, especialmente porque, ao contrário de *O Cruzeiro*, impressa em papel de má qualidade e tinta sépia, a nova revista tinha produção caprichada e era carregada em cores, até por privilegiar a fotografia.



A edição brasileira da *Seleções* ainda circula. *O Cruzeiro* (1928 a 1983), de Assis Chateaubriand, alcançou a marca de 720 mil exemplares em 1954. Em 1952, Adolpho Bloch lançou *Manchete*, disputando o mercado com a revista de Chatô



Com grandes colaboradores e esmerado design gráfico, **Senhor** conquistou um público exigente, de 1959 a 1964. Seu vazio foi ocupado por **Realidade**, de 1966 a 1976, com grandes reportagens e primorosos ensaios fotográficos

A disputa entre as duas continuava quando a Editora Abril, nas mãos do empreendedor Victor Civita, lançou a mensal *Realidade*, com um padrão de reportagem aprofundado e de nível até então desconhecido pelos leitores. Também a *Seleções*, originária dos Estados Unidos e considerada a revista mais lida do mundo — traduzida para 19 línguas e distribuída em 60 países —, chegou a competir em tiragem com *O Cruzeiro*, superando os 500 mil exemplares na década de 1950. No entanto, foi nas

revistas de informação que a reportagem encontrou seu terreno natural, com a *Visão*, de 1952, e *Veja*, criada em 1968, poucas semanas antes que o AI-5 inaugurasse a fase mais violenta da censura à imprensa. Na esteira vieram outros títulos, alguns deles em circulação até hoje, como *IstoÉ* (Editora Três), em 1976 e, mais recentemente, *Época*, de 1998 (Globo). Líder absoluta entre as semanais, a *Veja* foi a primeira revista semanal brasileira a ultrapassar um milhão de exemplares (atualmente a publicação circula com cerca de 1,2 milhão de exemplares). Ainda desse período, vale mencionar a revista *Senhor*, lançada em 1959, no Rio de Janeiro, que circulou por quase cinco anos e demonstrou seu papel principal no campo do jornalismo cultural, servindo como um importante espaço público para a veiculação da produção intelectual, além de primar pela programação visual.

No início dos anos 1960, o eixo da indústria de revistas começava a mudar do Rio de Janeiro para São Paulo. Outro fato era o progressivo enraizamento das revistas na vida nacional, o que acabaria por criar a necessidade de atender públicos cada vez mais diversificados.

Cada perfil de leitor ganhava sua própria publicação, como *Quatro Rodas*, em 1960; *Placar*, em 1970; *Homem*, em 1975 (renomeada para *Playboy* em 1978); *eExame*, em 1976. Publicadas desde 1827, com o pioneiro *O Espelho Diamantino - Periódico de Política, Literatura, Bellas Artes, Teatro e Modas Dedicado as Senhoras Brasileiras*, as femininas foram as que mais deram frutos, ganhando grande multiplicidade de títulos até chegar aos dias de hoje, com o sucesso alcançado, a partir da década de 1970, por revistas como *Claudia* (Editora Abril), *Vogue* (Carta Editorial) e *Marie Claire* (Editora Globo), entre outras. Vale ressaltar a importância



Automóveis e futebol: a segmentação marca o mercado editorial de revistas



A qualidade gráfica e de conteúdo editorial é encontrada tanto nas revistas de negócios quanto nas femininas

das revistas femininas no modo de fazer jornalismo nos últimos 50 ou 60 anos, contribuindo para a liberdade feminina de um modo geral.

As revistas também contribuíram para mudar a sociedade, trazendo tendências, introduzindo costumes, modificando hábitos. Em 200 anos de história, chegando a 2008 com ampla variedade de títulos, para todos os gostos, as revistas encontram no mercado editorial um espaço garantido e, sabiamente, seus criadores, diretores, e também a indústria gráfica, vêm sabendo mame-las como importante fonte: de informação, a despeito da concorrência de

outras mídias. Há cerca de 30 anos, outro formato desse gênero de publicação se tornaria um grande sucesso de mercado: as revis-



Três revistas semanais disputam a preferência dos leitores: *Veja*, lançada em 1968; *IstoÉ*, em 1976; e *Época*, em 1998, com maior presença da primeira, que registra tiragem superior a 1,2 milhão de exemplares

tas dominicais encartadas em jornais de grandes tiragens. Funcionando como um caderno de serviços de luxo para os leitores, contribuem para impulsionar as vendas e têm como principais expoentes a *Revista Domingo*, que circula com o *Jornal do Brasil* desde 1976, e a *Revista da Folha*, lançada no início da década de 1990.

#### BIBLIOGRAFIA

- CAMARGO, Susana (coordenadora). *A Revista no Brasil*. São Paulo, Editora Abril, 2000.
- MARTINS, Ana Luiza. *Revistas em Revista - Imprensa e Práticas Culturais em Tempos de República*. São Paulo, Edusp, 2001.
- SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. 3ª edição. São Paulo, Martins Fontes, 1983.
- MORAIS, Fernando. *Chotô - O Rei do Brasil*. 2ª edição. São Paulo, Companhia das Letras, 1994.
- VIVEIROS, Ricardo (organizador). *Abigraf 40 Anos*. São Paulo, Clemente e Gramani, 2005.
- PRESAS, Guadalupe Fernandez e PRESAS, Joaquin Fernandez. *Memórias e Histórias da Indústria Gráfica do Paraná*. Curitiba, Sigep/Abigraf-PR, 2007.