

## A REVISTA POR ELA MESMA E O REVISTATIVO: problematizações sobre um modo de ser jornalismo

*The magazine in itself: reflections on a specific form of journalism*

*La revista por si misma: problematizaciones sobre una forma de ser periodismo*

*Frederico de Mello Brandão Tavares*

Docente e Pesquisador da Universidade Federal de Ouro Preto

*Frederico.tavares@ufop.edu.br*

### Resumo

Este artigo, revisando um texto publicado anteriormente (TAVARES, 2011a), pretende discutir a revista como um objeto de estudo, acionando teorias e tensionando conceitos que visam a complexificar sua presença nos estudos comunicacionais, jornalísticos e editoriais. O argumento principal orienta-se pelo questionamento da revista como um problema de pesquisa, relacionando autores que tratam das especificidades deste produto editorial e comunicativo, bem como do jornalismo por ele configurado. Finalizando este trajeto, à luz de proposições de Otto Gröth, propõe-se pensar a revista a partir de conceitos que pretendem oferecer subsídios para reflexões nas quais a revista é o centro de uma problemática investigativa. Por meio das noções de “jornalismo revistativo” e “revistação”, reivindica-se o reconhecimento da revista como articuladora de um “modo de ser” jornalismo na sociedade.

**Palavras-chave:** Revista. Jornalismo revistativo. Revistação.

### Abstract

From a text previously published (TAVARES, 2011a), this article draws a discussion about magazine journalism as a research object. It reviews theories and refines concepts to provide a complex framework for the comprehension of magazine within the fields of communication studies and journalism studies. The article advocates the need to investigate the particularity of magazines, listing scholars who have contributed to the development of this focus. From some reflections of Otto Gröth, it offers concepts that, terminologically and theoretically, aim at grounding reflections capable of placing the magazine at the center of a research agenda. Through the notions of “magazine “jornalismo revistativo” and “revistação”, it is claimed that the magazine should be recognized as an articulator of a “way of being” journalism in society.

**Key words:** Magazine. Jornalismo revistativo. Revistação.

### Resumen

Este artículo, revisando un texto previamente publicado (TAVARES, 2011a), pretende discutir la revista como objeto de estudio, movilizandoteorías y conceptos que pretenden complejizar su presencia en los estudios comunicacionales, periodísticos y editoriales. El argumento principal está guiado por el cuestionamiento de la revista como problema de

investigación, relacionando a autores que abordan las especificidades de este producto editorial y comunicativo, así como el periodismo configurado por él. Al final de este recorrido, desde reflexiones de Otto Gröth, se propone pensar la revista a partir de conceptos que, terminológica y teóricamente, pretenden ofrecer subvenciones a las reflexiones que sitúan a la revista en el centro de una agenda de investigación. A través de las nociones de “periodismo revistativo” y “revistación”, se plantea que la revista sea reconocida como articuladora de una “forma de ser” del periodismo en la sociedad.

**Palabras clave:** Revista; Periodismo revistativo; Revistación.

## 1 CONTEXTUALIZANDO O PROBLEMA

O conceito de *magazine exceptionalism*, formulado pelo professor estadunidense David Abrahamson (2002, 2007)<sup>1</sup> está assentado na ideia de que todas as mídias jornalísticas compartilham um número significativo de características, mas que a revista possui uma “forma genuína”, algo que a difere de outras mídias e produtos jornalísticos. Partindo dessa premissa, este texto busca revisitar e rever uma discussão cunhada há 10 anos (TAVARES, 2011a), orientada pela construção conceitual acerca da dimensão diferencial da revista frente a outros meios e suportes, como produto midiático singular e, ao mesmo tempo, no qual reside um “modo de ser” jornalístico (e editorial) específico.

Historicamente, como aponta Jean-Marie Charon (2001), o surgimento da revista é, de alguma forma, um acontecimento paradigmático no mercado da mídia impressa.

Pour ce dernier, le magazine apparaît progressivement dans le sillage des périodiques et des quotidiens, alors que la lecture qui est faite ici privilégie la thèse d'un phénomène de rupture: le magazine participant d'une logique éditoriale spécifique, d'une forme de relation nouvelle au lecteur (partant des pôles d'intérêt de celui-ci), en concurrence avec la presse quotidienne, au moment où le développement de celle-ci marque le pas (CHARON, 2001, p. 55).

Como vai afirmar De Paula (2012), as revistas, nascidas e configuradas a partir do papel e da impressão, possuem uma “vocação de síntese”. Segundo o autor, trata-se de um veículo que promove “aglutinações de tendências, de demandas, de desafios, de problemas” (p. 15). Revistas culturais e políticas, por exemplo, vai dizer De Paula (2012, p. 15-16), “são o repositório do que cada época vive, daquilo que ela deixa como testemunho, como específico de sua existência estética, política, social e moral”. Ainda que efêmeras, de duração rápida, ou longevas, “não raro as revistas são manifestações exemplares do quanto de novo, significativo

<sup>1</sup> A “excepcionalidade” defendida pelo professor estadunidense é assim explicada: “My thesis is that what is unique to magazines, the essence of the claim to Magazine Exceptionalism, is that they not only reflect or are a product of the social reality of the times, but they also serve a larger and more pro-active function – that they can also be a catalyst, shaping the very social reality of their moment. It can also be argued that magazines do this in ways that other forms of media do not” (ABRAHAMSON, 2002, p.1).

e efetivamente marcante cada geração, grupo e instituição deixa como legado, como contribuição” (2012, p. 16). A fala do professor e pesquisador, tem como objeto revistas que estão, principalmente, fora do circuito jornalístico. A existência de revistas culturais, acadêmicas, científicas, filosóficas, literárias etc. cumpre um papel fundamental nos contornos éticos e estéticos que este meio assumirá (BELO, 2016; ROGERS, 2019) e nas maneiras como sua maturação (TAVARES, 2011b, 2021) se dará, culminando numa profissionalização e massificação via jornalismo/mercado<sup>2</sup>.

Nesse sentido, podemos dizer que as revistas carregam uma perspectiva identitária cujas particularidades tecnológicas ou visuais são um entre outros aspectos de sua diferenciação no campo midiático. Para além de processos de editoração próprios, a “personalidade” deste meio e, conseqüentemente dos títulos e edições que lhe dão vida, articula um processo relacional que condiz com uma ambiência editorial complexa (TAVARES, 2013).

Há dez anos, quando voltamos nosso foco para questões mais investigativas (de pesquisa), dizer das novas tecnologias e olhar para a revista desde esse fenômeno de convergência midiática significava adiantar certos processos analíticos inconclusos (para não dizer incipientes). A revista impressa, como problema de pesquisa, ainda carecia de um olhar mais “carinhoso”, tal qual aquele dirigido pelos leitores a ela (ALI, 2009; CAÑO, 1999; MIRA, 1999; SCALZO, 2004). Em outras palavras, a revista, como objeto de estudo, era pouco estudada e refletida no âmbito da investigação em Jornalismo (TAVARES, 2011b), sendo preterida como fonte de origem para reflexões no interior daquele campo e o da Comunicação<sup>3</sup>, apesar de muito presente, como contexto, em uma série de investigações científico-acadêmicas.

Considerando sua constituição histórica e sua “migração” para outros suportes, sabe-se que o termo revista é hoje (assim como era há dez anos) também incorporado por outros meios, como a televisão o rádio, por exemplo. Desde a explosão dos meios digitais, é comum

---

<sup>2</sup> Tavares e Schwaab (2013b, p. 28) esmiúçam essa perspectiva jornalística/mercadológica ao explicarem que “a revista impressa diz de um casamento histórico entre um suporte e um fazer informativo de grande elaboração e, mais que isso, corresponde a um meio de comunicação cuja relação com a sociedade contribuiu para a definição de nichos de público a partir de segmentos sociais diversos. Partindo daquilo que se costuma dizer sobre a revista, afirma-se sua existência em função de um leitor, que aparece como horizonte e participe de uma oferta de recortes especializados sobre o mundo, cujos significados dão a ver facetas desse mundo”.

<sup>3</sup> Em 2013, Tavares e Schwaab (2013a) organizaram, no Brasil, a coletânea, *A revista e seu jornalismo*, que reuniu, de maneira panorâmica e reflexiva, um importante apanhado de autores e discussões sobre o fenômeno da revista (principalmente impressa) e sua relação com o jornalismo. No mesmo ano, Natansohn (2013) fez movimento editorial semelhante, acerca da relação entre as revistas e o mundo digital, organizando a obra *Jornalismo de Revista em Redes Digitais*. Os dois livros, entretanto, não foram acompanhados, nos anos seguintes, de outras coletâneas de mesmo fôlego sobre o assunto.

escutarmos ou lermos expressões como “revista eletrônica” ou “revista digital. Nesse contexto, muitos dos conteúdos de revista, produzidos para o impresso, já habitam outras mídias e estão, cada vez mais, ganhando espaço em novas plataformas (FREIRE, 2016), adaptando-se, modificando-se nelas e, concomitantemente, impregnando nelas algo de sua “essência”. Em discussão do final da primeira década dos anos 2000, Abrahamson (2009) afirmava que o futuro das revistas não poderia ser pensado senão desde o diálogo do impresso com o telemático (digital, podemos dizer) e o eletrônico. Isso, de certa maneira, tornou-se visível no movimento definitivo de criação dos *sites* de revistas/títulos – antes apenas publicados em impresso – com, inclusive, a produção de material próprio para esses espaços (ou para somente esses espaços), bem como na acessibilidade a produtos como *kindles*, *iPads* e outros dispositivos móveis e no uso destes como horizonte da produção jornalística ao longo da segunda década do século. No começo dos anos 2010, a relação entre *smartphones* e revistas era incipiente, mas promissora. (COSTA, 2016; DOURADO, 2013; FREIRE, 2016; NATANSOHN, 2013; TORRES, 2019). No entanto, hoje já se sabe que muito mais que uma expansão, o mercado de revistas digitais não prosperou como se imaginava. Mundo afora, nos últimos anos, o fechamento de centenas de títulos impressos famosos ou a migração integral destes para o digital não concretizou uma “nova era” da revista<sup>4</sup>, nem como produto, nem como objeto de estudo.

Isto posto, este artigo discute a revista como um objeto de estudo, revisando teorias e conceitos a fim de construir uma reflexão que fale da revista “por ela mesma” – partindo de sua natureza impressa, a qual congrega elementos de sua identidade e de seus processos constituintes. Busca-se colocar a revista no centro de uma problemática investigativa, editorial e comunicativa, traçando perspectivas que permitam pensá-la a partir de suas especificidades e que ofereçam subsídios para pesquisas que, mais que tomar a revista como fonte de objetos, tomem-na, empírica e teoricamente, como articuladora de um “modo de ser” jornalismo na

---

<sup>4</sup> Fernando Barros (2020), em artigo para o *Observatório da Imprensa*, contextualiza essa questão, relacionando-a ao cenário da pandemia do novo coronavírus. Dois anos antes, Camila Yahn (2018) reportou a crise do mercado editorial de revistas, nacional e mundial, para a *Plataforma FFW*, do Portal *Uol*; mesmo panorama realizado por Hanna Yahya (2021), para o Portal *Poder 360*. Ainda que o contexto demande adaptações e permita soluções estratégicas, do ponto de vista mercadológico e jornalístico, as revistas impressas (e mesmo as que se dizem “exclusivamente” digitais) tendem, cada vez mais, a se especializarem e a reduzirem seu escopo de público e circulação, como defende o jornalista Eduardo Tessler (2020) em artigo para o Portal *Meio & Mensagem*. Nas vésperas de fechamento deste artigo, o *Grupo Globo* anunciou, no Brasil, o fechamento da revista *Época*, que circulou, com destaque, como revista semanal de informação no país durante mais de 20 anos. O movimento realizado é o de integração da revista o jornal O Globo, o que reúne uma série de questões a serem pensadas, porém não no espaço deste texto.

sociedade. A partir do impresso, mas considerando suas possíveis remediações (BOLTER; GRUSIN, 2000).

Além de atualizar referências, o texto aqui proposto, por um lado, busca retomar, a reflexão sobre o conceito de “jornalismo revistativo” (TAVARES, 2011b), como noção para pensar e nomear uma prática jornalística que se relaciona a um produto editorial dotado de singularidade; e, por outro lado, explorar a ideia de “revistação” (TAVARES, 2011b), como ação que engloba a ambiência do produto revista, buscando pensá-la para além do jornalismo e a partir dele. Reunindo as duas perspectivas, fundamentadas a partir dos aportes da teoria jornalística de Otto Gröth (2006), reside uma defesa acerca da importância de se pensar esse artefato cultural e midiático, a revista, como problema de pesquisa. O que, ao fim, tensiona experiências profissionais, estéticas e institucionais (incluindo as jornalísticas, numa perspectiva técnica) com experiências mercadológicas e subjetivas (de consumo e leitura), simbólicas (culturais) e sociais (públicas e privadas) a partir de uma leitura crítica sobre processos midiáticos e editoriais que atravessam os tempos.

## 2 “SER REVISTA”: LACUNAS E MOTIVAÇÕES INVESTIGATIVAS

Em uma publicidade institucional de 1983, publicada na página 75 da revista *New Yorker* de 24 de janeiro, a *The Magazines Publishers of America (MPA)*, associação de editores de revista dos Estados Unidos, afirmava, no informe publicitário *The News That Isn't Delivered Day and Night*:

A magazine is like no other medium for the simple reason that isn't a daily routine. Depending on its scope and its point of view, it may be published once every week, once every two weeks, or once every three months. Its subject matter may be the world at large, but more often, it's a study in depth of a vital part of someone's world – an art, a science, a sport, or a certain way of looking at the world for a certain man, a certain woman, a certain child.

Tal definição, além de fazer uma comparação e trazer uma linguagem que mescla informação e persuasão, deixa claro como alguns preceitos fundam um fazer jornalístico específico a partir de um produto. Mais que localizar uma maneira de se ler o mundo a partir de um meio de comunicação e sua prática, o anúncio/informe aponta a revista como ponto de partida e de chegada para um tipo de jornalismo.

Um outro texto fala dessa distinção. Trata-se de uma apresentação da famosa revista *Esquire*, presente na página da revista na internet, em sua versão espanhola, escrita pelo editor Andrés Rodríguez:

Esquire es la mejor revista masculina del mundo y también la más antigua. Sus 75 años de historia la colocan como la pionera de un sector, el de las publicaciones para hombres, en el que queda aún mucho por hacer en España. [...] **En sus páginas se funde información y estilo de vida, como en otras publicaciones para hombres que ya conoces. Pero además, en Esquire también hay periodismo. Periodismo del bueno, leído por los hombres más influyentes. Por eso Esquire es la revista de los hombres interesantes.** [...] Es un honor para mí disfrutar de la oportunidad de editar en España una revista cuyo periodismo está escrito en los libros de honor de este oficio. El próximo otoño el hombre español encontrará en su quiosco una publicación cuya leyenda habrá de ser forjada de nuevo para que los lectores españoles la incorporen a su habito de lectura. Contad con nosotros<sup>5</sup>.

No trecho que grifamos acima, relacionado àquilo que dizia a publicidade da *MPA* citada anteriormente, ressaltamos dois aspectos. 1) A fala de *Esquire*, apresentando a revista ao público na Espanha, evidencia de forma elogiosa as qualidades da revista, atrelando-a a um consumidor, a um histórico e a um mercado editorial. 2) Ao fazer isso, a revista se afirma como diferente e como uma publicação completa, que funde informação e estilo de vida. É quando, então, *Esquire* diz que, além de tudo o que nela há, também, em suas páginas, jornalismo. Afirmação curiosa, que nos chama a atenção.

Se na publicidade da *MPA* apontava-se para um tipo de jornalismo, na apresentação de *Esquire*, de certa maneira, contextualiza-se este jornalismo. Ambas marcam um diferencial do ponto de vista do “ser revista” e, juntamente com as questões que se referem ao campo de pesquisa sobre esse assunto, condensam e encaminham nossa reflexão.

Há cerca de dez anos, as pesquisas comunicacionais sobre os mais diversos produtos da imprensa periódica apontavam, conforme assinalado por Tavares (2008, 2011b), para interessantes formas de se construir o objeto jornalístico, evidenciando e chamando a atenção sobre a complexidade e a densidade de tal objeto. Especificamente sobre a revista, obras mais recentes chamam a atenção para a complexidade desse objeto desde uma perspectiva interdisciplinar (CRESPO, 2010; DELGADO, ROGERS, 2021, 2019; TAVARES, SCHWAAB, 2013a; VIU, 2019).

Dentre a diversidade de pesquisas sobre a revista, é possível observar a existência de estudos que partem de objetivos muito específicos direcionados a análises de coberturas ou de representações midiáticas, deixando de lado, muitas vezes, uma investigação sobre as lógicas propriamente comunicativas que envolvem o dispositivo e fenômeno jornalístico ali envolvido, como já afirmavam Artundo (2010) e Tavares (2011b). Há investigações,

<sup>5</sup> Disponível em: <[http://www.esquire.es/que\\_es.html](http://www.esquire.es/que_es.html)>. Acesso em: 12 jan. 2010.

problematizam os autores, que acabam tomando o produto muito mais como lugar de emergência de um objeto (temas, acontecimentos) do que como um objeto ele mesmo (articulando processos).

Assim, em meio à pluralidade e às diferenças nos estudos sobre revista, o que se pretende aqui é pensar a revista, “por ela mesma”. Refletir sobre como ela engendra processos comunicativos próprios e como, conseqüentemente, tal dinâmica pode contribuir com investigações diversas que a tomam como universo empírico.

Em 1995, David Abrahamson, ao falar sobre as lacunas existentes especificamente nos estudos sobre esse produto jornalístico, cunhou a expressão *brilliant fragments* para caracterizar o estado da arte das pesquisas sobre revistas e seus leitores. O autor dizia que o estudo sobre a revista oscilava entre um polo de força, no qual várias pesquisas eram realizadas, problematizando aspectos sobre história, cultura de gênero, cultura visual etc.; e um outro polo, de fraqueza, derivado do pouco contato e da grande separação teórica entre os pesquisadores, que realizavam trabalhos desde campos e perspectivas completamente distintos (ABRAHAMSON, 1995).

Mais de uma década depois, em encontro realizado nos Estados Unidos, um grupo de estudiosos refletiu sobre os *brilliant fragments* propostos por Abrahamson (1995), alcançando alguns pontos consensuais sobre a mudança e a manutenção de aspectos do estado da arte dos trabalhos teóricos e pesquisas sobre a revista e seu jornalismo naquele país. Scott Fosdick (2008, p. 2-3), ao relatar a respeito desses pontos, citando falas de importantes pesquisadores, afirmava sobre a posição dos estudos sobre as *magazines*: 1) “*Magazines remain second-class citizens in the journalism academy*”, “*My view of the state of the scholarly study of magazines is that it’s a bit dazed and confused, but perhaps it has always been that way*” (David Abrahamson); 2) “*I think most of us realize that magazines are under-taught and under-researched*” (Joe Bernt); e 3) “*Magazines are best studied ‘as a window on something else... a device to better understand history itself’; Studies typically end with ‘and magazines were at the center of it all’. But in this research, they are just the backdrop, something that transmits something else more important. By doing this, ‘We diminish the special status of magazines’*” (Carolyn Kitch).

Tim Holmes (2007), na introdução de um Dossiê em língua inglesa destinada ao estudo da revista, colocava em questão essa “negligência” acadêmica em relação a esse meio de comunicação e produto jornalístico. O autor apontava dois fatos inquestionáveis: 1) a pujança da indústria editorial e 2) o papel da revista, no interior da sociedade, como um vetor

cultural no cenário da midiaticização. Além disso, Holmes (2007) também citava outras “vantagens” e “qualidades” da revista como um objeto em potencial: seu consumo diferenciado, sua durabilidade e seus aspectos materiais outros, sua diversidade temática. No entanto, como explicado pelo autor, convergindo com o que apontamos acima, ainda eram poucos os estudos e os movimentos acadêmicos em prol desse objeto<sup>6</sup>.

No contexto francês, tal lacuna também foi afirmada. Ao apresentarem a edição especial de *Réseaux* (importante periódico científico) sobre o jornalismo de revista, Jean-Marie Charon e Rémy Rieffel (2001, p. 10) afirmavam:

Devant un tel constat, il nous est apparu opportun de combler en partie le retard ou du moins de relancer le mouvement en procédant à une sorte d'état des lieux de la recherche sur la presse contemporaine. Plutôt que de focaliser l'attention sur la situation de la presse quotidienne dont on sait qu'elle a traversé une période de turbulence (notamment en ce qui concerne les quotidiens nationaux), nous avons préféré privilégier ici un secteur quasiment vierge de toute étude d'envergure, celui de la presse magazine.

Com o intuito em pensar o “ser revista”, menos que configurar um campo específico de estudos institucionalizado, a revista vem sendo reivindicada, principalmente desde a primeira década dos anos 2000, como objeto que exige um foco a partir de distintas problematizações. Na América Latina, além do Brasil, estudos interessantes também vêm realizando esse movimento. Apesar de olhar para as revistas desde um universo mais amplo que o do jornalismo, a pesquisadora Patrícia Artundo (2010) reivindica esse lugar de centralidade da revista.

Lo que uno comprende es que el estudio de las revistas sigue resultando funcional al abordaje de diversas problemáticas. Y ¿qué es entonces lo que falta, si es que falta algo? Lo que percibo como una carencia cuando pienso en las revistas constituidas en objeto de estudio, es la ausencia de una reflexión en torno a su misma naturaleza.

[...] A una pregunta básica como cuál es la naturaleza de una revista, seguramente debería ser seguida por otra como ¿cuáles pueden ser las herramientas que permitan comprender su naturaleza y mecanismos de funcionamiento? Y, en ese sentido, ¿es posible pensarlas como objetos autónomos? y si la respuesta es negativa ¿por qué? Por otra parte, si acordamos con que una revista es un instrumento de intervención pública en su propio presente ¿existe algo común a todas que sea posible de identificar y aislar para poder analizarlas en tanto objeto?

Delgado (2014) e Rogers (2019) atualizam essa discussão, buscando, apontar para dimensões metodológicas desse “grande e plural” objeto de estudo. Mais estudos (alguns aqui

---

<sup>6</sup> Em sua reflexão, Holmes (2007) cita publicações (livros e periódicos científicos) que têm as *magazines* como foco, além de elencar associações mercadológicas e acadêmicas que se fundam a partir delas.

elencados e outros neles referenciados), recentes ou contemporâneos à nossa perspectiva inicial (TAVARES, 2011a, 2011b), também encaminham uma interessante revisão bibliográfica acerca da revista como problema de pesquisa. Pesquisas como as de Alves (2015), Belo (2016), Calza (2015) Carli (2013), Costa (2016), Dalmolin (2012), Machado (2013, 2017), Pereira (2015), Pinto (2014), Ribeiro (2014), Rodarte (2017), Schwaab (2011), Silva (2016), Silva (2021), Viegas (2017), além de lidarem com a revista sob distintas perspectivas conceituais, que mobilizam sua natureza como fenômeno singular do Jornalismo e da Comunicação, realizam importantes levantamentos bibliográficos sobre autores e autoras que tem focado na problematização deste objeto. As pesquisas de Calza (2015) e Costa (2016), por exemplo, apontam para uma dimensão estético-visual da revista, sua dimensão gráfica, algo central para se pensá-la; assim como os estudos de Alves (2015), Dalmolin (2012), Ribeiro (2014), Silva (2016), Trindade (2012, 2019) e Viegas (2017) focam em aspectos discursivos e narrativos, respectivamente; bem como os trabalhos de Pinto (2014) e Schwaab (2011), que refletem sobre questões institucionais no entorno das revistas<sup>7</sup>. Na sequência, propomos um caminho possível e próprio, a partir do Jornalismo, para refletir sobre esse objeto. O que significa, em outras palavras, pensar, teoricamente, “a revista por ela mesma”.

### 3 SOBRE UMA “TEORIA” DO JORNALISMO DE REVISTA

Assim como Abrahamson (1995), Sammye Johnson (2007), referindo-se ao estudo da revista, afirma que a diversidade de maneiras através das quais as *magazines* podem ser estudadas relaciona-se não apenas à reunião de pesquisadores de distintos campos que as tomam como objeto, como também ao fato de estes atrelarem a seus estudos um variado e, ao mesmo tempo, díspar conjunto de metodologias. A autora questiona:

Magazines can be studied as shapers, reflectors, cultural crucibles, agenda setters, historical entities, community builders, framers, feminist manifestos, economic commodities, post-modern documents, and more. How do we tackle magazines and their meanings? What kinds of methodologies should we use? Should our approach be quantitative, qualitative, historical, descriptive, Marxist, literary, feminist, post-modern or economic? (JOHNSON, 2007, p. 524).

---

<sup>7</sup> Dalmolin (2013) realiza em seu capítulo na obra *A revista e seu jornalismo*, organizada por Tavares e Schwaab (2013a), um interessante estado da arte sobre pesquisas que têm a revista como objeto. Nesse mesmo livro, textos como os de Benetti (2013), Boff (2013), Buitoni (2013), França (2013), Furtado (2013), Gruszynski e Calza (2013), Storch (2013), Teixeira (2013), Vaz e Trindade (2013), Vogel (2013), entre outros, voltam-se também para a pluralidade de dimensões constituintes da revista, como produto editorial e comunicacional e fenômeno jornalístico.

No cenário dos estudos em jornalismo especificamente, muitas foram as atualizações já levantadas sobre o pensamento de Otto Gröth e seu foco numa “ciência do jornalismo” como um campo de saber autônomo, com um objeto de estudo próprio. Se focamos nas contribuições que podem ser buscadas nas reflexões de Gröth (2006), é justamente na tomada de jornais e revistas como “objetos autênticos” do Jornalismo, cada qual com suas diferenças, que a questão da revista como objeto ganha interessantes perspectivas, o que possibilita uma visita às reflexões do autor e às contribuições que elas trazem para uma problematização sobre o objeto aqui em tela: a revista.

Em sua discussão, Gröth (2006) considera jornais e revistas como “obras culturais”<sup>8</sup>, buscando compreender o “sentido” neles presente. Seu olhar centra-se numa investigação que pretende buscar as características fundamentais do todo que ele nomeia por *Periodikum* (conjunto formado por jornais, revistas e folhas informativas; objetos distintos, mas não tão separados) e nas leis que as relacionam entre si. Uma ciência jornalística, segundo suas colocações, não deve se estabelecer a partir dos conteúdos de um periódico. “*El verdadero contenido de dicha ciencia estará en la investigación del ser y esencia de esse todo, a través del análisis de sus cuatro características fundamentales: Periodicidad, Universalidad, Actualidad y Difusión*” (FERNÁNDEZ DEL MORAL; ESTEVE RAMÍREZ, 1996, p. 130).

No que diz respeito à ciência jornalística especificamente e sua problemática, Gröth (2006) afirma que a pergunta que se faz sobre o seu objeto – em contraposição à maneira como questionaria uma “ciência do ser” –, considerando seu contexto (já que o jornalismo não possui um valor “em si”, mas um valor relativo aos efeitos de sua palavra, um valor “consecutivo”), não é sobre que posição o jornalismo deveria assumir, que tarefas deveria cumprir, que significado deveria ter.

Como, porém, jornal e revista são meios de informação e orientação singulares e imprescindíveis para a sociedade moderna e possuem uma dinâmica própria, cuja inobservância pode acarretar prejuízo para eles ou até sua destruição, suas exigências próprias daí resultantes precisam ser igualmente levadas em consideração e mantidas, não devendo ser sem mais nem menos e inteiramente abandonadas em favor das exigências de outros valores que também são, em si, superiores, valores científicos, artísticos, estatais, religiosos (GRÖTH, 2006, p. 207).

---

<sup>8</sup> “Obras culturais – os objetos das ciências da cultura – são produtos do espírito que estabelecem valores e fins, e os valores e fins dão às obras seu sentido” (GRÖTH, 2006, p. 235).

“A obra cultural, passível de formação e elástica, adapta-se a novos valores, assume novas tarefas, e justamente o jornal ou a revista, nos dá, em seu desenvolvimento histórico, o exemplo modelar de uma extraordinária expansão e multiplicação da aproveitabilidade e ampliação da finalidade de uma obra cultural” (GRÖTH, 2006, p. 237 - 238).

Assim, na opção investigativa do autor e em suas proposições teóricas, fica exposto que a ciência jornalística deve valorizar, a partir de um objeto periódico (principalmente jornais e revistas), seu sentido, sua função; o que, neste caso, seria a mediação ou veiculação.

O que é “essencial” no caso do jornal não é o mediar como agir interpessoal, e sim o *que* e o *como* da mediação. O fato de haver mediação entre pessoas, portanto o processo social, só entra em cogitação para o enfoque da ciência jornalística depois do “o que” e do “como”. Sua atenção se dirige para a universalidade e atualidade da matéria mediada ou veiculada, bem como para a periodicidade e publicidade da mediação. A mediação, a função é, portanto, essencial para ela, sendo um dos condicionantes de sua dinâmica própria, porém a pergunta a respeito do aspecto interpessoal nessa função é, na ciência jornalística, por assim dizer periférica, e esse aspecto ensejaria ou daria quase o direito de dizer que se encontra na “margem” ou “borda” da ciência jornalística (GRÖTH, 2006, p. 250 - 251).

Apesar de em tal afirmação residir uma noção específica de mediação, se destacamos a atenção que tal ideia dá a um *que* e um *como*, como propõe Gröth (2006), alguns pontos tornam-se importantes.

Gröth não nega uma ligação da ciência jornalística com a sociologia, assim como também aponta a relação com outros campos (*ciências auxiliares*)<sup>9</sup>. No entanto, considerando a necessidade de buscar a partir de jornais e revistas um conceito básico para essa ciência, é somente na observação de tais objetos neles mesmos, por meio de uma abordagem comparativa própria dos distintos fenômenos que se oferecem como “semelhantes” entre eles, que se pode tomá-los de uma maneira científica singular.

Precisamos, portanto, nos ater primeiro ao objeto, não podendo nos voltar para o sujeito ao qual a obra está destinada, e só podemos refletir sobre esse sujeito depois de termos assegurado o objeto. Mas a direção voltada para o sujeito remete, implicitamente, para o objeto tanto em seu sentido quanto em suas características [...] (GRÖTH, 2006, p. 263).

Jornais e revistas, nesse sentido, possuem uma “essência”. Um aspecto igual e constante nos elementos múltiplos e modificáveis dos diferentes fenômenos de um sistema cultural<sup>10</sup>. E com a observação dedutiva (por meio de um conceito básico dentro da ciência) e indutiva, com a atenção sobre os fenômenos empíricos do sistema (no caso jornais e revistas), que se chega a *leis (regularidade) e tipos [...]*” (GRÖTH, 2006, p. 266, grifos do autor). É

<sup>9</sup> “Se conseguimos demonstrar que a incorporação da ciência jornalística em outras ciências, na sociologia, na psicologia social, nas ciências da literatura, seria equivocada, isso não quer dizer que essas ciências sejam dispensáveis para a ciência jornalística. O caráter complicado do objeto da ciência jornalística e a diversidade e todas as suas partes e membros acarretam a consequência de que a ciência jornalística necessite do apoio de um número insolitamente grande de ‘*ciências auxiliares*’” (GRÖTH, 2006, p. 289).

<sup>10</sup> Baseado em Hegel, Gröth afirma: “Na medida em que a essência faz o fenômeno sair funcionalmente de si mesma, ela própria alcança a realidade na existência do fenômeno” (GRÖTH, 2006, p. 264).

nesse sentido que “o ser” de uma “coisa” pode ser tomado: a partir do fundamento e conteúdo das leis próprias ou de sua dinâmica própria, como toda criação humana.

Com base nesse apanhado, a ciência jornalística proposta por Gröth (2006) não exclui as outras ciências. Uma vez que seu objeto é uma parte do “cosmo cultural e social”, a ciência jornalística deve não só investigar suas próprias leis (científicas e empíricas, de “seu” objeto), “mas também conhecer as dos outros sistemas culturais e das formações sociais, e por fim da sociedade de cultura elevada em seu conjunto – com a ajuda das respectivas ciências” (GRÖTH, 2006, p. 273). Cabe à teoria da ciência jornalística, nesse sentido, tentar clarear e enquadrar em seu sistema o geral e o constante, “ou seja, a regularidade das interações e efeitos recíprocos entre os sistemas culturais e formações sociais, a sociedade de cultura elevada, por um lado, e a imprensa periódica, por outro – a regularidade que surge das leis próprias dos dois lados” (GRÖTH, 2006, p. 273).

Assim, considerando a lógica do objeto periódico a partir do jornal é que Gröth fala da revista, observando desde a “essência” formada por um quarteto de aspectos fundamentais, a diferente proporção na qual se dá cada uma das quatro características modais (universalidade, periodicidade, atualidade e difusão) em jornais e revistas<sup>11</sup>, explicando e/ou evidenciando a diferença de ambos (FAUS BELAU, 1966; FERNÁNDEZ DEL MORAL, ESTEVE RAMÍREZ, 1996).

Tal proposta tem um caráter importante: agrega ao pensamento sobre o “ser revista” uma atenção a aspectos não apenas contedutísticos, para além de uma ótica apenas “representacionista”. Olhar para a revista, nesse sentido, significa pensá-la como um dispositivo sociotécnico que incorpora lógicas próprias, sem perder a diversidade. Como afirma Braga (2010, p. 49), desde uma abordagem comunicacional,

Dentro de um determinado dispositivo, cada episódio comunicacional “segue as regras” – mas também exerce uma tendência de variações, menores ou maiores, que podem resultar em deslizamentos na própria matriz. Isso não significa que estamos apostando em uma diversidade dispersiva, como se os processos comunicacionais, em uma sociedade, fossem indomavelmente “outros” a cada circunstância. Observar a diversidade, [...] corresponde a procurar (inferencialmente) o que, embora de modo menos evidente, é transversal a variações de superfície. Não se trata, porém, de procurar

---

<sup>11</sup> Segundo Àngel Faus Belau (1966, p. 91): “La teoría de Gröth sobre la Revista es la más completa, científicamente, de cuantas conocemos. En ella se estudia la publicación y sus relaciones con el Periódico. Seda determinación de sus características, cosa hasta Gröth no realizada. Se establece una tipología para la clasificación de las revistas que es la más útil entre las existentes, ya que como expresé en otros trabajos, “las clasificaciones actuales serializan de acuerdo con los contenidos o con la Periodicidad”, como base de diferenciación entre Periódico y Revista”.

“determinantes estruturais”, assumidos como tão fortes que tornariam indiferentes as variações segundo as quais as interações ocorrem.

Retomando as palavras de Gröth (2006, p. 224), de que “é grande demais o perigo de que um fenômeno particular seja equivocadamente tido como representante da universalidade” (GRÖTH, 2006, p. 224), pensando o universo jornalístico aqui focado e relevando os aspectos e o conjunto de particularidades que elencamos, propomos: ao se lidar com a revista, um suporte de matriz impressa, torna-se preciso diferenciar – nominalmente – o jornalismo que nela se faz dos outros que também se encontram materializados em impressão.

Se consideramos o universo do jornalismo de revista e as variações que este produto jornalístico possui, algo demarcado, principalmente por distintas periodicidades e sociabilidades produtivas e de consumo, é possível dizer que cada título (publicação) configura e está configurado por um tipo de jornalismo, não apenas “de revista”, mas “pela revista”. Um jornalismo, pois, “revistativo”, caracterizado por um processo jornalístico e comunicativo específico, correspondente a uma “revistação” (acionada pelo produto e sua globalidade relacional), tal qual cunhado por Tavares (2011b) a partir de Gröth (2006), movimento que corresponde às lógicas que permeiam e constituem este objeto, sua própria dinâmica. A partir de tais “conceitos” encaminhamos nosso raciocínio propositivo final.

#### **4 DA “REVISTAÇÃO” E DO “REVISTATIVO”: PROPOSTAS CONCEITUAIS PARA FALAR DA REVISTA**

“Na concorrência difusa entre os meios, o segredo é ser o que se realmente é. No caso, o segredo é ser ‘revista’” (SCALZO, 2004, p. 52). A frase da jornalista Marília Scalzo, editora de revistas por muitos anos, sintetiza questões importantes e aqui postas em foco: a revista como um meio de comunicação, a revista no contexto dos meios de comunicação, a “originalidade” da revista, a revista como objeto.

No contexto dos meios de comunicação, o jornalismo encontra-se espalhado em diversos veículos e diversos suportes, o que faz com que a revista tenha um diferencial e, ao mesmo tempo, uma identidade complexa, que reúne aspectos materiais, simbólicos e outros mais; aqueles que, reunidos, compõem a “estratégia persuasiva global” de um meio de comunicação (LLANO, 2008)<sup>12</sup>. E é dessa identidade, uma identidade “de” revista, que se pode pensar também “uma” identidade “da” (ou de uma) revista.

<sup>12</sup> Luca (2011) e Rogers (2019) apontam para essas questões ao tomar a revista como objeto de estudo, problematizando para além de sua dimensão como fonte e/ou documento de pesquisa. As autoras falam de

Na teoria jornalística de Otto Gröth, se queremos pensar a uniformidade de um veículo, há uma série de fatores que oferecem recursos para pensarmos uma homogeneidade, harmonia e unidade, refletidos no “todo” ali formado<sup>13</sup>. Referindo-se ao pensamento de Gröth, diz Faus Belau (1966, p. 112-113):

Una tal uniformidad interna, necesaria por su concepto, está dada primero por la continuidad espacial y temporal del ser y los acontecimientos cuyo fruto debemos encontrar en el Periódico y la Revista, que constantemente los comunican. Las relaciones y efectos recíprocos de éstos forman un universo único, pero indefinido. De esta uniformidad relativa separa cada Periodika<sup>14</sup> para si aquel mundo presente en la presencia del cual es tomado en cuenta por su público. Cada público tiene un ambiente común de vida. Numerosos campos comunes del espíritu y del destino unen al público. Con esto originan, de la naturaleza y la función de la Periodika, una armonía y una conformidad del contenido desde dos puntos diferentes: el subjetivo y el objetivo, entre los cuales la Periodika establece comunicación.

Na bibliografia sobre jornalismo, é possível encontrar certos neologismos e tipologias referentes à revista. No entanto, a maioria deles conduz para um mesmo significado: o de descrição de um processo de transformação de um meio (geralmente o jornal, dada sua natureza também impressa) em revista, ou a incorporação, em um meio, de aspectos da revista, dando-lhe um caráter “de” revista.

A professora Maria Pilar Diezhandino (1994) utiliza o termo “*magazinización*” para referir-se ao fenômeno de surgimento, na imprensa diária, de suplementos “com cara de revista”. A “*magazinización*”, segundo a autora, caracterizaria o processo de lançamento de cadernos segmentados nos jornais impressos a fim de concorrerem com as revistas de informação especializada. Um fenômeno que, segundo ela, inicia-se na incorporação pelos jornais, nos anos 1970, de um modelo consolidado de “jornalismo de serviços” já presente há muito nas *magazines*. “*La fórmula, que fue ‘el pan y la mantequilla de los magazines’, la adoptan los periódicos, desde comienzos de los setenta como consecuencia de su obligada reconversión a las nuevas necesidades de los tiempos*” (DIEZHANDINO, 1993, p. 117).

---

aspectos técnicos/materiais do produto, mas também o relacionam a contextos sociais e históricos, apontando, nesse viés, para a interlocução de tais aspectos numa investigação sobre questões relacionadas à produção, recepção e circulação de revistas; com destaque para aquelas “fora” do circuito jornalístico.

<sup>13</sup> Otto Gröth (2006) chega a falar de uma “singularidade da forma jornalística” de jornais e revistas. “[...] a ciência jornalística não vai apenas deduzir essas particularidades jornalísticas, de maneira bem genérica, da natureza do jornal, mas deverá revelar, em investigações empíricas avulsas a partir de publicações de excelentes autores de matérias de seções culturais, políticas e econômicas ou a partir de representações ‘típicas’ do jornalismo, a singularidade da forma jornalística e sua conexão com o efeito particular produzido pelo jornalismo sobre o ‘público’ e suas diversas camadas” (GRÖTH, 2006, p. 296-297).

<sup>14</sup> O conceito de *Periodika* “supõe a unidade mental do periódico”. “Es una unidad, un todo que resulta de su idea principal de comunicación constante de bienes mentales o espirituales” (FAUS BELAU, 1966, p. 112).

Além disso, com a crise da imprensa (anos 1980 e 1990) e a necessidade de reconquistar públicos e novos formatos, os periódicos converteram-se “*en una oferta múltiple, arrevistada, con una tematica renovada acorde con las también renovadas exigencias de públicos y publicitarios*” (DIEZHANDINO, 1994, p. 39, grifo nosso).

Em texto publicado pelo *Observatório da Imprensa*, Marcio Flizikowski (2007) também relaciona uma aproximação dos jornais às revistas devido à crise da imprensa brasileira no início da primeira década deste século. Para ele, a “*revitalização*” deve ocorrer nos jornais através da incorporação por estes “do modelo essencial de jornalismo de revista que prevê análise aprofundada, interpretação isenta e acurada e opinião de credibilidade” (FLIZIKOWSKI, 2007, p. 4). No entanto, adverte o autor, a própria revista tem passado por mudanças, alterando-se em função da Internet e suas novas linguagens. A “*revitalização*”, nesse sentido, seria, de alguma maneira, em “segundo grau”<sup>15</sup>.

Ao falar sobre o contexto de convergência das mídias, Bianca Alighieri (2008, p. 1, grifo da autora) também relembra o processo: “quando os jornais diários passaram a oferecer aos seus leitores muito mais que textos factuais e incluíram entre suas páginas os suplementos especializados, esta atitude foi logo taxada de ‘*revitalização*’, fortalecendo, assim, a principal característica do veículo revista: a segmentação”.

Alberto Dines (2009) situa historicamente o fenômeno no contexto brasileiro, apontando para as reformas sofridas pelo *Jornal do Brasil* na década de 1960 e a tentativa do jornal em “arrumar e coordenar suas diferentes matérias”, processo esse que o autor chamou de “*revistização*”<sup>16</sup>. “Esses padrões de coordenação do material iniciados pelo *JB* foram prontamente adotados pela maioria dos jornais brasileiros” (DINES, 2009, p. 90). Carvalho (2007) diz que a “*revitalização*” surge em 1964 com as primeiras coberturas especializadas, como a de economia, do *Jornal do Brasil*, e os primeiros exemplares do conhecido, hoje, como suplemento de “Turismo” no jornal *Folha de S. Paulo*. Nesse cenário, ganham destaque os suplementos temáticos e semanais, cujo crescimento na imprensa foi marcado também pela entrada progressiva da TV no contexto brasileiro. Avaliando criticamente esse processo no

---

<sup>15</sup> A transposição da revista para outros formatos tecnológicos como os *iPads*, por exemplo, também seria um outro fenômeno de mutação da mídia (este, no entanto, de migração de suporte e não de hibridização do meio, caso da “*revitalização*”). Sobre esse processo também fala Lucas (2010, p. 88): “[...] mas também é certo que desde os anos 1990 assistimos progressivamente a uma tendência de ‘*revistização*’ dos jornais brasileiros (resultante também dos chamados ‘*pescoções*’ nas redações); além disso, muitos acusaram o próprio *USA Today*, nos anos 1980, de ser uma ‘TV de papel’”.

<sup>16</sup> O termo também é lembrado por Plínio Bortolotti (2007) em suas Colunas no *Observatório da Imprensa*. Bortolotti (2205) também fala de uma capa “*revistizada*” de uma edição do jornal cearense *O Povo*.

interior da imprensa, Carvalho (2007, p. 13-14) aponta para contradições que tem a natureza da revista e de seu jornalismo como referência:

os suplementos apresentam-se como um jornalismo de contradições: ao terem uma circulação semanal dentro de um jornal diário; ao apresentarem uma temática única inserida numa versão de assuntos gerais; ao dirigirem-se a um público específico ao mesmo tempo em que a um mais amplo; ao optarem por um estilo trabalhado de reportagem junto ao relato factual dos acontecimentos; ao contrastarem em suas páginas uma estética ousada junto ao tradicionalismo do jornalismo diário.

Para a autora, nos anos 1980, o processo de “*revitalização*” ganha força e é evidenciado. É o momento, como afirmam Pereira e Pereira (2009), em que os jornais assumem uma postura enfatizando a sociedade de consumo. A *revitalização* também é conhecida, nesse período, por “*cadernização*”, referência aos cadernos segmentados ou publicações específicas, cada qual com seu tema (GARCIA, s/d).

Marília Scalzo (2004) fala do fenômeno em período posterior, já na década de 1990, relacionando-o, de certa maneira, à incorporação, nos jornais, da lógica da segmentação. “Na última década, os jornais fizeram um nítido esforço para se tornarem cada vez mais parecidos com revistas – seja nos temas, na linguagem ou na divisão dos cadernos” (SCALZO, 2004, p. 14). Mas sempre com uma desvantagem, lembra a autora: para ler um suplemento específico, é necessário comprar todo o jornal.

Como pode-se observar, todos estes termos tomam a revista tensionando-a em relação ao jornal. No entanto, mesmo considerando sua natureza jornalística, deixam, conceitualmente, uma lacuna: falam da revista, mas a partir de outro veículo de comunicação. Diante disso, lembrando os dizeres de Gröth (2006), que associa a dinâmica de um objeto jornalístico àquilo que corresponde à sua essência, e considerando esse cenário tipológico, é que chegamos então a dois termos para pensar a revista “a partir dela mesma”: “*revistação*” e “*revistativo*”<sup>17</sup>.

A ideia de uma “*revistação*” vem da necessidade de sintetizar e/ou nomear, em um termo, a complexidade que compõe a globalidade que envolve a revista, permitindo, ao mesmo tempo, abranger o que lhe é próprio. Um neologismo criado para referir-se a uma ação que, partindo da revista enquanto meio de comunicação, caracterizaria o seu processo comunicativo e/ou jornalístico. Nesse sentido, tomamos como “*revistação*” (revista + ação –

<sup>17</sup> Ambos os termos foram desenvolvidos ao longo de uma pesquisa mais ampla (TAVARES, 2011b), que analisou a constituição editorial e jornalística de uma revista segmentada e temática, do seu surgimento aos dias atuais, observando uma “*forma de ser*” jornalística a partir de seu tensionamento com um grande tema da vida social (a qualidade de vida) e as dinâmicas e lógicas que envolveram a relação aí configurada.

em sentido substantivado) aquilo que “faz funcionar”, a partir da revista, um circuito que abrange uma tessitura constituída entre produto, práticas, referentes, contextos e interlocutores. A “revistação” como “imagem”, abstrata, que permite entender, no fenômeno mais amplo e histórico da midiaticização<sup>18</sup>, de maneira conceitual e empírica, as relações existentes entre a revista e a vida social. Ideia que busca sintetizar a existência, na revista, jornalística ou não, de uma espécie de vetor que aciona os processos que perpassam o ponto de interseção entre este meio e a sociedade, afetado mutuamente pelas dinâmicas de ambos os sistemas e presentificado em sua materialidade.

Já a ideia de “revistativo”, outra tipologia, mais que caracterizar e adjetivar essa “condição do ser revista”, visa a problematizar sua concretude e natureza plurais. No caso do jornalismo de revista, por exemplo, o “revistativo” aparece como adjetivação que diz de uma qualidade própria do jornalismo que “é” de revista, bem como aponta para, do ponto de vista dos meios de comunicação e do jornalismo, o significado do “ser revista”, reivindicando a este meio uma singularidade. Não se nega a concepção de um jornalismo de revista (expressão corrente e difundida), mas busca-se, pelo (novo) termo, somar a ela algumas particularidades. O “jornalismo revistativo” como um tipo de jornalismo que instaura e participa da composição de um processo comunicativo (e jornalístico) próprio, uma “revistação” específica, e que, frente a outros processos jornalísticos que lhe seriam “concorrentes”, marca sua distinção. O jornalismo “revistativo”, pois, não apenas “de revista”, feito para ela, mas também “pela” revista, por ela configurado.

Apesar de não restringir o adjetivo a uma qualidade material, que diz do meio (temos, nesse contexto, o jornalismo televisivo, o jornalismo radiofônico etc.), a compreensão de um “jornalismo revistativo” vem de nosso compartilhamento com Régis Debray (1993) da ideia de que a matéria e o utensílio nela utilizados modificam o espírito de um traçado. O que, no caso de suportes jornalísticos, nos leva ao pensamento de como matéria e utensílio marcam e são marcados por uma prática jornalística específica, interpenetrando-se.

A reflexão de Otto Gröth (2006) sobre os materiais impressos e sua dimensão material na composição de uma “obra cultural” e a participação desta num sistema cultural também é interessante para pensarmos esse aspecto. Para o autor, nem toda formação do espírito pode se

---

<sup>18</sup> Esse fenômeno de midiaticização, que parte de um ponto de vista que tem a mídia como dispositivo constituinte de práticas comunicativas na vida social, é visto aqui como “um fluxo onde se dão as operações, onde se mesclam e entrecruzam mundos simbólicos e materiais que têm os meios à montante e à jusante, e que em seu curso carrega grande parte das narrativas da contemporaneidade: cotidianas e institucionais, corriqueiras e especializadas, midiáticas e não-midiáticas” (ANTUNES; VAZ, 2006, p 45).

materializar em toda matéria ou material. No entanto, como afirma, um determinado material será sempre o mais apropriado justamente para essa ideia e seus fins, “e a pessoa que cria precisa levar em conta as ‘leis próprias’ da matéria: a ‘natureza’ desse material exige e suporta só seus determinados tratamentos e processamentos, deixando, ao menos, ao ser humano só um campo restrito de atividade” (GRÖTH, 2006, p. 271). Nesse contexto, aponta, jornais e revistas impressos, a partir de todo o aparato formado pelo papel, tipos, tintas, metal, máquinas, dispositivos de transporte etc., além dos custos econômicos exigidos pela aquisição do espírito e sua materialização, correspondem a uma “totalidade materializada”, composta de “elementos psíquicos, intelectual-objetivos e físicos” que se unem, “cada um com suas leis próprias, para formar as leis próprias da obra em seu conjunto” (GRÖTH, 2006, p. 272).

Gröth evidencia, com isso, que toda criação humana está atrelada a um jogo que corresponde a materialidades e regularidades (sociais e culturais), ora se adequando a elas, ora criando, sobre elas, possibilidades de inovação. E a dinâmica própria de tais “obras se estende desde o caráter geral do sistema até o aspecto individual da criação particular” (GRÖTH, 2006, p. 272). O que pode ser pensado especificamente, do jornal para a revista:

Um jornal que é vendido nas ruas não irá onerar suas matérias com instruções minuciosas e profundos romances publicados em partes, mas, de acordo com o conjunto das circunstâncias de sua venda e as condições temporais e espaciais sob as quais costuma ser lido, oferecer, na medida do possível, notícias sensacionais e matérias de entretenimento emocionante. O modo e o tempo de publicação, a apresentação tipográfica, a composição das matérias, mas também o aparato de produção e comercialização estão associados, de maneira estreitamente “adequada a leis” – por causa do condicionamento entre fins e meios –, com a aglomeração, estrutura econômica, estruturação social, estratificação profissional e educacional, etc. da população na qual as editoras esperam encontrar seus públicos (GRÖTH, 2006, p. 276 - 277).

Se tomamos por base as palavras de Gröth (2006) para sustentar nossas ideias, aliadas a outras reflexões de autores e autoras que vem pensando a “natureza” da revista e suas relações, alguns deles aqui elencados, as noções de “revistação” e de “revistativo”, ou mesmo a de “jornalismo revistativo” como adjetivo do que seria relativo a um jornalismo de revista, devem ser vistas como ideias que ultrapassam questões “apenas” jornalísticas (do ponto de vista da produção e do produto), assim como não estão restritas a um público ou a uma temática. São elas, noções que colocam em evidência dinâmicas e regularidades próprias de um objeto e sua relação com tempos e espaços específicos, noções que buscam oferecer maneiras conceituais para se pensar a revista, considerando sua inserção contextual, em relação aos diversos sistemas culturais e formações sociais (GRÖTH, 2006).

À guisa de conclusão, “revistativo” e “revistação”, como termos referentes à revista, devem ser tomados e acionados como nomeações que carregam, em seu entendimento, uma ambiência relacional, marcando tanto uma identidade de um fenômeno e produto, quanto o feixe de conexões que o congrega. Nesse sentido, indo para além de Gröth (2006), “revistativo” e “revistação” referem-se à observação e compreensão da revista – e de seu jornalismo – para o que está “para além dela” e “com ela”. O que congrega, em termos de problematização para estudos, bem como para práticas que envolvem sua produção, recepção e circulação, a promoção de questões que põem em tensão, aspectos gráficos, discursivos, narrativos, visuais, sociais, culturais, econômicos, históricos. Uma sorte de atravessamentos que permite, em cada manifestação – por título/edição e seus entornos – perguntar sobre arranjos singulares – comunicativos, editoriais e jornalísticos – que estão ali postos e em diálogo.

Como aponta Braga (2010, p. 50), na perspectiva processual, “a mídia se coloca socialmente como âmbito privilegiado, ainda que não exclusivo, no qual código e normatividade (estabelecidos) se encontram e se articulam com práticas tentativas, em desenvolvimento inferencial, de estratégias que produzem regras”. Nesse sentido, falar teoricamente da revista e do jornalismo nela (e por ela) configurado significa nomear aquilo que lhe caracteriza. Mas, mais que isso, significa reconhecer, de sua “essência”, aquilo que investigativa e empiricamente se dá pelos seus processos, requisitando, para si (para a revista), um olhar próprio, cujo horizonte diz de uma maneira complexa de se pensar e investigar o jornalismo, a comunicação, os produtos editoriais e sua relação com a vida social.

## REFERÊNCIAS

ABRAHAMSON, David. The future of Magazines, 2010 – 2020. **Journal of Magazine and New Media Research**. Vol. 10, No. 2, Spring 2009, p. 1-3, 2009.

ABRAHAMSON, David. Magazine Exceptionalism: The Concepts, the Criteria, the Challenge. **Journalism Studies in Magazine Journalism**. Vol. 8, No. 4 (August, 2007). p. 667-670, 2007.

ABRAHAMSON, David. Beyond the mirror metaphor: Magazine Exceptionalism and Sociocultural Change. **Journal of Magazine and New Media Research**. Vol. 4, No. 1 (Spring, 2002). Disponível em: <http://aejcmagazine.bsu.edu/journal>. Acesso em: 22 Ago. 2010.

ABRAHAMSON, David. **The American Magazine**: research perspectives and prospects. Ames: Iowa State University Press, 1995.

ALI, Fátima. **A arte de editar revistas**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.

ALIGHIERI, Bianca. As mídias convergem, se adaptam e sobrevivem. **Observatório da Imprensa**, São Paulo, 11 de março de 2008. Disponível em:

<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/as-midias-convergem-se-adaptam-e-sobrevivem/> Acesso em: 12 Mar. 2021.

ALVES, Igor Lage Araújo. **Eu, repórter**: narradores em primeira pessoa nas reportagens de Trip, Tpm e Rolling Stone. Dissertação [Mestrado em Comunicação Social] - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2015.

ANTUNES, Elton; VAZ, Paulo Bernardo. Mídia: um aro, um halo e um elo. In: GUIMARÃES, César; FRANÇA, Vera. (Orgs.). **Na mídia, na rua**: narrativas do cotidiano. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2006. p. 43-60.

ARTUNDO, Patrícia. Reflexiones en torno a un nuevo objeto de estudio: las revistas. **Actas del IX Congreso Argentino de Hispanistas**, La Plata, 1-15, 2010.

BARROS, Fernando. Revistas em revista: descontinuidades e sumiço. **Observatório da Imprensa**, São Paulo, 30 de junho de 2020. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/mercado-editorial/revistas-em-revista-descontinuidades-e-sumico/> Acesso em: 31 Mar. 2021.

BELO, Diego Rodrigues. **Re/vis-à-vis/ta**: a lida cotidiana do design gráfico. Dissertação [Mestrado em Estudos Culturais Contemporâneos] – Universidade FUMEC, Belo Horizonte, 2016.

BENETTI, Marcia. Revista e jornalismo: conceitos e particularidades. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges (Orgs.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013, v. 1, p. 44-57

BOFF, Felipe. Muito além do editorial: a revista e suas opiniões. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges (Orgs.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013, p. 189-202.

BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. **Remediation**: understanding new media. Cambridge: The MIT Press, 2000.

BORTOLOTTI, Plínio. Voz dos Ouvidores. **Observatório da Imprensa**, São Paulo, 06 de novembro de 2007. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/feitos-desfeitas/plinio-bortolotti-35328/> Acesso em: 12 Mar. 2021.

BORTOLOTTI, Plínio. Voz dos Ouvidores. **Observatório da Imprensa**, São Paulo, 04 de julho de 2005. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/voz-dos-ouvidores/plinio-bortolotti-29739/> Acesso em: 12 Mar. 2021.

BRAGA, José Luiz. Comunicação é aquilo que transforma linguagens. **Alceu** (PUCRJ), Rio de Janeiro, v. 10, p. 41-54, 2010. Disponível em: <http://revistaalceu-acervo.com.puc-rio.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?inoid=365&sid=32> Acesso em: 12 Mar. 2021.

BUITONI, Dulcilia Shroeder. Revista e segmentação: dividir para reunir. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges (Orgs.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013, p. 107-118.

CALZA, Márton Uliana. **A identidade visual no projeto gráfico de revistas de moda**. Tese [Doutorado em Comunicação e Informação] – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015.



CAÑO, Juan. **Revistas: una historia de amor y un decálogo**. Madrid: Editorial Eresma e Celeste Ediciones, 1999.

CARLI, Maria Fernanda Nedochoetko. **Revista Topview, Estilos de Vida e o Leitor: Interfaces de Uma Relação em Curitiba**. 2013. Dissertação [Mestrado em Comunicação e Linguagens] – Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, 2013.

CARVALHO, Carmem. Segmentação do jornal, a história do suplemento como estratégia de mercado. In: **Anais do V Congresso Nacional de História da Mídia**. São Paulo: Intercom, 2007. p. 1-16.

CHARON, Jean-Marie. La presse magazine. Un média à part entière?, **Réseaux**, Paris, n° 105, p. 53-78, 2001/1.

CHARON, Jean-Marie; RIEFFEL, Rémy. Presentation. **Réseaux**, Paris, n° 105, p. 9-16, 2001/1.

COSTA, Kleiton Semensatto. **Design editorial e revistas multiplataforma: uma avaliação de publicações nacionais (2015)**. Dissertação [Mestrado em Comunicação e Informação] – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016.

CRESPO, Regina (Org). **Revistas en América Latina: proyectos literários, políticos y culturales. Colección Miradas del Centauro**. Ediciones y Gráficos Éon. UNAM. 2010.

DALMOLIN, Aline. Pesquisa sobre revista: um olhar acerca da produção acadêmica. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges (Orgs.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013, p. 288-300.

DALMOLIN, Aline R. **O discurso sobre o aborto em revistas católicas brasileiras: Rainha e Família Cristã (1980-1990)**. Tese [Doutorado em Ciências da Comunicação] – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2012.

DE PAULA, João Antônio. A Revista da Universidade Federal de Minas Gerais. **Revista da Universidade Federal de Minas Gerais**, Vol. 19, 14-41, 2012.

DEBRAY, Régis. A dinâmica do suporte. In: DEBRAY, Régis. **Curso de Midiologia Geral**. Petrópolis: Vozes, 1993.p. 205-240.

DELGADO, Verónica. Algunas cuestiones críticas y metodológicas en relación con el estudio de revistas. In: DELGADO, Verónica; MAILHE, Alejandra; ROGERS, Geraldine (Orgs.) **Tramas impresas: Publicaciones periódicas argentinas [XIX-XX]**. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, 2014, p. 11-25.

DELGADO, Verônica; ROGERS, Geraldine (Orgs.). **Exposiciones en el tiempo**. Revistas latinoamericanas del siglo XX. Buenos Aires, Katatay, 2021.

DELGADO, Verônica; ROGERS, Geraldine (Orgs.). **Revistas, archivo y exposición: Publicaciones periódicas argentinas del siglo XX**. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, 2019.

DIEZHANDINO, Maria Pilar. **Periodismo de Servicio**. Barcelona: Bosch Casa Editorial, 1994.

DIEZHANDINO, Maria Pilar. El “Periodismo de Servicio”, la utilidad en el discurso periodístico. **Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura**, n° 15, Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, Departament de Periodismo i Ciències de la Comunicació, p. 117-125, 1993.



DINES, Alberto. **O papel do jornal**: e a profissão do jornalista. São Paulo: Summus, 2009.

DOURADO, Tatiana Maria Silva Galvão. **Revistas em formatos digitais**: modelos e novas práticas jornalísticas. Dissertação [Mestrado em Comunicação e Culturas Contemporâneas] – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2013.

FAUS BELAU, Ángel. **La ciencia periodística de Otto Gröth**. Pamplona: Instituto de Periodismo de la Universidad de Navarra, 1966.

FERNÁNDEZ DEL MORAL, Javier; ESTEVE RAMÍREZ, Francisco. **Fundamentos de la Información Periodística Especializada**. Madrid: Editorial Síntesis, 1996.

FLIZIKOWSKI, Maurício. A revistalização da imprensa tradicional. **Observatório da Imprensa**, São Paulo, 13 de março de 2007. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/a-revistalizacao-da-imprensa-tradicional/> Acesso em: 12 Mar. 2021.

FOSDICK, Scott. The State of Magazine Research in 2008. **Journal of Magazine and New Media Research**, Vol. 10, No. 1, p. 1-4, Fall 2008.

FRANÇA, Renné. Revista e referentes: a pensata na construção do mundo de cada publicação. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges (Orgs.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013, p. 93-106.

FREIRE, Marcelo. **Jornalismo de revista em tablets**: um estudo dos aplicativos para *iPad* da revista *Wired* e *Katachi*. 1. ed. Covilhã, Portugal: LabCom Books, 2016.

FURTADO, Thais. O aprofundamento como caminho da reportagem de revista. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges (Orgs.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013, p. 149-160.

GARCIA, Maria Tereza. **Estratégia de Segmentação no Mercado Jornalístico**. s/d. 20 f. Disponível em: <http://www.mercadoideias.com.br/mercado/artigos/jornalismo.pdf> Acesso em: 08 nov. 2010.

GRÖTH, Otto. Tarefas da pesquisa da ciência da cultura. In: MAROCCO, Beatriz; BERGER, Christa. **A era glacial do jornalismo**: teorias sociais da imprensa. Porto Alegre: Sulina, 2006. p. 182-306.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia; CALZA, Márlon. Projeto gráfico: a forma de um conceito editorial. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges Toni (Orgs.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013, v. 1, p. 203-220.

HOLMES, Tim. Mapping the magazine. **Journalism Studies**, Vol. 8, N. 4, p. 510-521, 2007.

JOHNSON, Sammye. Why should they care: the relationship of academic scholarship to the magazine industry. **Journalism Studies**, Vol. 8, nº. 4, p. 522-526, 2007.

LLANO, Rafael. **La especialización Periodística**. Madrid: Tecnos, 2008.

LUCA, Tânia R. de. **Leituras, projetos e (re)vistas(s) do Brasil (1916-1944)**. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

LUCAS, Ricardo Jorge de Lucena. Infografia jornalística: substituta progressiva do fotojornalismo? **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, Vol. VII, Nº 1, p. 87-98, Janeiro a Junho de 2010.



MACHADO, Felipe Viero Kolinski. **Homens que se veem: masculinidades em Júnior e em Men's Health Portugal**. Tese [Doutorado em Ciências da Comunicação] – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2017.

MACHADO, Felipe Viero Kolinski. **Entre o público e o privado: Dos sentidos historicamente movimentados e construídos por Veja sobre a velhice**. Dissertação [Mestrado em Ciências da Comunicação] – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2013.

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revistas: a segmentação da cultura no século XX**. São Paulo: Olho D'Água, 1999.

NATANSOHN, L. Graciela. **Jornalismo de revista em redes digitais**. Salvador: EDUFBA, 2013.

PEREIRA, Ivan Elizeu Bomfim. **O global player megalonânico: a cobertura da política externa brasileira do governo Lula pelo portal Veja**. Tese [Doutorado em Comunicação e Informação] - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015.

PEREIRA, Michelly Regina de Macêdo Massa; PEREIRA, Tiago Santos. **Segmentação e especialização: modos de ver, entender e fazer jornalismo**. 2009. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso em Comunicação Social). Centro Universitário de Maringá, Maringá, PR, 2009.

PINTO, Daniela Caniçali Martins. **piauí e o campo jornalístico: um estudo dos discursos sobre a revista**. 2014. Dissertação [(Mestrado em Jornalismo)] – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2014.

RIBEIRO, Daiane Bertasso. **Jornalismo de revista e ethos discursivo: as imagens de si nas capas e nos editoriais de Veja, Época, IstoÉ e CartaCapital**. Tese [Doutorado em Comunicação e Informação] – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.

RODARTE, Ana Paula. **A contemporaneidade como mistura: Nina Lemos e a seção Badulaque na revista TPM**. Dissertação [Mestrado em Comunicação] – Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, 2017.

ROGERS, Geraldine. Las publicaciones periódicas como dispositivos de exposición. In: DELGADO, Verónica; ROGERS, Geraldine (Orgs.) **Revistas, archivo y exposición: Publicaciones periódicas argentinas del siglo XX**. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, 2019. p. 11-27.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. 2. Ed. São Paulo: Contexto, 2004.

SCHWAAB, Reges T. **Uma ecologia do jornalismo: o valor do verde no saber dizer das revistas da Abril**. Tese [Doutorado em Comunicação e Informação] - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

SILVA, Janderson. **Por uma analítica do ensaio nos Dossiês da revista CULT: formas de pensar a questão Queer como tema da cultura**. Dissertação [Mestrado em Comunicação] – Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, 2021.

SILVA, Marina Santos. **Vida Simples: o papel das emoções em um discurso jornalístico de autoajuda**. Dissertação [Mestrado em Estudos de Linguagens] – Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2016.

STORCH, Laura. Revista e leitura: sujeitos em interação. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges (Orgs.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013, p. 132-148.



TAVARES, Frederico de Mello B. Movimientos del tiempo en revistas: duración e identidad editorial en las ediciones especiales. In: ROGERS, Geraldine; DELGADO, Verónica. (Orgs.). **Exposiciones en el tiempo: revistas latinoamericanas del siglo XX**. Buenos Aires: Katatay, 2021, v. 1, p. 15-33.

TAVARES, Frederico de Mello B. Revista e identidade editorial: mutações e construções de si e de um mesmo. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges (Orgs.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013. p. 76-92.

TAVARES, Frederico de Mello B. A revista por ela mesma: visadas e propostas teóricas sobre um modo de ser jornalismo. In: DORNELLES, Beatriz; GERBASE, Carlos. (Orgs.). **Papel e película queimam depressa: como o cinema e o jornalismo impresso tentam escapar da fogueira midiática do novo século**. 1ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2011a, p. 220-241.

TAVARES, Frederico de Mello B. **Ser revista e viver bem: um estudo de jornalismo a partir de *Vida Simples***. Tese [Doutorado em Ciências da Comunicação] – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2011b.

TAVARES, Frederico de Mello Br. Entre objetos, objetos no entre: Revista, Jornalismo Especializado e Qualidade de Vida. **Contemporânea** (UFBA), Salvador, v. 6, p. 1 – 22, 2008. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/3529> Acesso em: 12 Mar. 2021.

TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges (Orgs.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013a.

TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges. Revista e comunicação: percursos, lógicas e circuitos. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges (Orgs.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013b, p. 27-43.

TEIXEIRA, Tattiana. Infografia e visualização de dados: apontamentos sobre caminhos inovadores no jornalismo de revista praticado no Brasil. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges Toni (Orgs.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013, p. 249-260.

TESSLER, Eduardo. O impresso tem futuro. Portal **Meio & Mensagem**, São Paulo, 7 de agosto de 2020. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/opiniao/2020/08/07/o-impresso-tem-futuro.html> Acesso em: 12 Mar. 2021.

TORRES, Fernando. **Ler, ver, ouvir e tocar: estratégias narrativas e affordances digitais nos aplicativos das revistas *Vis-à-Vis* e *Mine***. Dissertação [Mestrado em Comunicação] – Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, 2019.

VAZ, Paulo Bernardo; TRINDADE, Vanessa Costa. Capas de revista e seus leitores: um novo texto em cartaz. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges (Orgs.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013, p. 221-234.

VIEGAS, Débora Cerutti. **O discurso afetivo na revista *Vida Simples*: estratégias discursivas para (re)afirmação do contrato de comunicação**. Dissertação [(Mestrado em Jornalismo)] – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2017.

VIU, Antonia. **Materialidades de lo impresso**. Revistas latinoamericanas 1910-1950. Santiago: Metales Pesados, 2019.



VOGEL, Daisi. Revista e contemporaneidade: imagens, montagens e suas anacronias. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges (Orgs.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013, p. 17-26.

YAHN, Camila. Crise no mercado editorial não é problema exclusivo da editora Abril nem do Brasil. **Portal FFW**, São Paulo, 07 de agosto de 2018. Disponível em: <https://ffw.uol.com.br/blog/business/crise-no-mercado-editorial-nao-e-problema-exclusivo-da-editora-abril-nem-do-brasil/> Acesso em: 12 Mar. 2021.

YAHYA, Hanna. Negócios de mídia: 2018 foi o ano de fechamento de jornais e revistas. In: **Portal Poder 360**, São Paulo, 31 de dezembro de 2018. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/midia/negocios-de-midia-2018-foi-o-ano-de-fechamento-de-jornais-e-revistas/> Acesso em 21 Mar. 2021.

*Original recebido em: 07 de maio de 2021*  
*Aceito para publicação em: 22 de dezembro de 2021*

*Frederico de Mello Brandão Tavares*

Professor Associado da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). Coordena o GT Estudos de Jornalismo da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS), mandato 2020-2022. Doutor em Ciências da Comunicação pela UNISINOS, com pós-doutorado pela Universidad Nacional de La Plata (UNLP, Argentina). É um dos líderes do GIRO (Grupo de Pesquisa em Mídia e Interações Sociais – CNPq/UFOP).



Esta obra está licenciada com uma Licença  
Creative Commons Atribuição-NãoComercial-CompartilhaIgual 4.0 Internacional

