



De Nacionais a Regionais: História, Conceitos e Especificidades das Revistas¹

Poliana QUEIROZ²
Universidade Federal da Paraíba, PB

RESUMO

As revistas, historicamente, acompanharam o processo de evolução do jornalismo, desde as publicações incipientes que mais pareciam jornais e livros até a utilização de recursos visuais mais atrativos na sua formatação. Além da mudança no formato, outra característica que evoluiu foi a segmentação. Atualmente, existem diversos títulos, para todos os tipos de público. Entre eles, destacamos as publicações de origem regional - objeto da nossa pesquisa. Para abordar esse fenômeno, o presente artigo parte de uma revisão de literatura, a partir de conceitos e especificidades da revista enquanto veículo de comunicação. Traçamos um levantamento histórico, do surgimento até a consolidação, para então localizar as edições regionais.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo; revista; revista regional.

INTRODUÇÃO

As revistas conquistaram, ao longo do tempo, seu espaço na imprensa e foram se modificando de acordo com a evolução técnica e as necessidades de cada época. Com uma mistura entre informação e entretenimento, menos densas que os livros e mais aprofundadas que os jornais, elas são a prova verdadeira que o jornalismo, em virtude de seu público, está se tornando cada vez mais segmentado, com inúmeros títulos voltados para diferentes tipos de leitores³.

Diante desse vasto campo das revistas, emerge um fenômeno editorial, calcado nas especificidades e desenvolvimento regionais, comprometido em revelar um cotidiano até então não abordado pela grande mídia – centralizada no eixo Rio de Janeiro/São Paulo. Esse novo tipo de publicação, denominado regional, está diretamente vinculado a um espaço e vem conquistando nos últimos anos mercado e leitores. No

¹ Trabalho apresentado no DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 12 a 14 de junho de 2013.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba. Integrante do Grupo de Pesquisa sobre o Cotidiano e o Jornalismo – Grupecj. Pesquisa o cotidiano do Semiárido na revista Nordeste. E-mail: polianaq@gmail.com

³ A tentativa mais próxima de segmentação dos jornais é a divisão do veículo em editorias. Apesar disto, os jornais não conseguem atrair públicos distintos como as revistas. O que acontece é que para se ler um caderno de cultura, por exemplo, é necessário adquirir o jornal inteiro, dificultando a aquisição do produto por grupos segmentados.



entanto, os registros de veiculação e as pesquisas acadêmicas ainda não se debruçaram para investigar a fundo esse fenômeno.

Para tratar desse fenômeno, optamos primeiramente por realizar uma revisão de literatura, contemplando conceitos e especificidades da revista enquanto veículo de comunicação, traçando um levantamento histórico – do surgimento até a materialização, para em seguida identificar as publicações regionais.

A revista enquanto veículo: conceito e especificidades

A segmentação por assunto e tipo de público, conforme aponta Scalzo (2008), faz parte da própria essência desse tipo de publicação. Segundo a autora, enquanto o jornal preenche o espaço público do cidadão e fala para plateias heterogêneas, a revista invade o espaço privado da intimidade, e entra na casa dos leitores. Para isso, a revista investe na segmentação, considerando que os tipos mais comuns são: por gênero (masculino e feminino), por faixa etária (infantil, adolescente, adulta), por área geográfica (cidade ou região), e por tema (educação, esportes, ciência, cinema, etc). A propósito, em relação a essa divisão, podemos acrescentar outras categorias como: conotação política (direita ou esquerda) e religiosa (católico, evangélico, espírita).

O fato é que, independente de sua especificidade, a revista cumpre, na sociedade contemporânea, um importante papel no que diz respeito à informação, à formação e às práticas de sociabilidade. Isto se deve tanto por sua característica de atualização dos acontecimentos, como pelo acesso a diversas opiniões num mesmo espaço, bem como pela possibilidade de análise e aprofundamento dos conteúdos e seu poder de continuidade.

Longe do caráter superficial e da pressão do tempo conferidos aos jornais impressos, à televisão e, especialmente, à internet⁴, as revistas são capazes de produzir uma maior quantidade de informação já fornecida por outros veículos e de forma mais apurada e com maior número de personagens, podendo ouvir as várias versões possíveis sobre um acontecimento⁵. E ainda “com mais tempo para extrapolações analíticas do fato, as revistas podem produzir textos mais criativos, utilizando recursos estilísticos

⁴ Em relação à internet, por exemplo, a disputa pelo ineditismo faz com que sites, muitas vezes, publiquem notícias incompletas ou mal apuradas. Mas os leitores não estão interessados em saber primeiro um fato, e sim saber de forma correta. Para tentar corrigir ou complementar os fatos já divulgados, estes sites acabam por publicar diversas outras notícias sobre o mesmo assunto, ou como correção ou continuidade.

⁵ Neste caso, não levamos em consideração o caráter organizacional do veículo, que muitas vezes vai interferir na apuração do acontecimento, preferindo umas fontes em detrimento de outras.



geralmente incompatíveis com a velocidade do jornalismo diário” (VILLAS BOAS, 1996, p. 9).

Também, devido à sua periodicidade – que varia, na maioria das vezes, entre semanal, quinzenal ou mensal – as revistas conseguem envolver funções mais abrangentes que a simples difusão de acontecimentos. Nascimento (2002) acredita que as revistas se diferem de outros veículos principalmente pelo tratamento textual, por lidarem com fatos já divulgados pelos jornais e canais de televisão, podendo, de maneira mais analítica, fornecer um maior número de informações sobre determinado assunto.

O que torna a informação publicada nas revistas ainda mais importante é a credibilidade alcançada pelos veículos impressos. No entender de Scalzo (2008), o impresso parece ser mais verdadeiro do que o que não é⁶.

Se ocorre um fato que mobiliza a população e tem ampla cobertura na televisão [...] é certo que jornais e revistas venderão muito mais no dia e na semana seguintes – eles servem para confirmar, explicar e aprofundar a história já vista na televisão e ouvida no rádio. (SCALZO, 2008, p. 12-13).

Outra característica tida como marcante e que distingue de outros veículos é o formato. O tratamento visual distingue, ainda mais, as revistas de outros veículos impressos, como os jornais, por possuírem melhor qualidade de papel e impressão, maior liberdade de diagramação, de utilização das cores e a infinidade de recursos gráficos.

Uma das maiores diferenças entre o jornal e a revista pode ainda ser explicada por fatores econômicos. Os jornais nascem e crescem engajados, ligados a tendências ideológicas, a partidos políticos e à defesa de causas públicas, enquanto as revistas são muito mais ligadas à complementação e interpretação dos acontecimentos. Isso pode ser explicado pela necessidade das revistas de buscarem modelos paralelos, como esclarece Scalzo (2008), visto que, no início de sua existência, não podiam competir com os jornais que tinham acesso às novidades tecnológicas – telégrafos e agências de notícias – e dispunham de recursos financeiros bem superiores. Esse fator pode ter sido o responsável por delinear a vocação desse tipo específico de publicação, que tive de

⁶ Para Scalzo (2008), essa questão da credibilidade do impresso pode até mudar com o tempo e as mudanças trazidas pelas novas tecnologias, mas por enquanto essa realidade ainda perdura.



desenvolver uma natureza diferente, distante do noticiário, mais focada em buscar caminhos alternativos, a descobrir sua própria função, seu público, sua linguagem.

Surgimento e evolução

As revistas possuem, desde sua gênese, um caráter intermediário – tanto intelectual como material – entre a densidade dos livros e a efemeridade dos jornais. Ora se aproximando ao mais discursivo, ora ao mais documental, e se firmaram a partir de aspectos oriundos dos dois produtos.

Atualmente, as revistas são visualmente sofisticadas, coloridas, envolventes, recheadas de imagens, com linguagem simplificada, conteúdo acessível e especializado. No entanto, nem sempre tiveram esse padrão.

Para tanto, a fim de melhor entender as características, as mudanças e o formato, fizemos um breve levantamento acerca do surgimento e evolução desse tipo de publicação no Brasil. A revisão de literatura é embasada nas considerações dos autores Scalzo (2008); Nascimento (2002) e Villas Boas (1996).

Assim como os jornais, as revistas surgem no século XVII, um século e meio após o advento da tipografia com os tipos móveis de Gutenberg. Nesta época, também surgiram outros tipos de publicações, com escritos sobre vários assuntos, mas, por não possuírem periodicidade, não se perpetuaram. Para se ter uma noção, os jornais só passaram a ser diários, efetivamente, entre o final do século XIX, início do XX.

Apesar de possuir aspecto de livro, a primeira revista publicada na Alemanha, em 1663⁷, é assim considerada por trazer diversos artigos sobre um único tema. Depois da pioneira alemã, os demais países da Europa, e em seguida os Estados Unidos, viram nascer outras publicações. Todas com proposta de periodicidade, aprofundamentos dos assuntos e destinadas a públicos específicos.

A história das revistas no Brasil, bem como a da imprensa, está atrelada à da história econômica e da indústria no país. As primeiras notícias a respeito das revistas datam do século XIX, trazidas junto com a corte portuguesa. Essas revistas já chegaram aqui com o molde pronto, ou seja, com o assunto definido e as formas para serem produzidas. Eram, em geral, publicações institucionais e eruditas, que pouco se

⁷ Nesta época ainda não existia uma denominação concreta para o veículo. O termo revista só aparece em 1704, na Inglaterra.



assemelhavam ao formato atual, sem caráter noticioso e definidas muitas vezes como ensaio ou folheto.

Dentre elas, é unânime a opinião dos autores ao considerarem *As variedades* ou *Ensaio de Literatura*, criada em 1812, em Salvador, como a primeira revista do Brasil. A publicação versava sobre costumes, virtudes morais e sociais, novelas, história antiga e moderna, resumos de viagem, literatura, dentre outros.

Do mesmo modo que ocorreu em outros países, a pioneira brasileira também mais se assemelhava a um livro e teve um fim curto, durando apenas duas edições – uma no início de fevereiro e outra no fim de julho. Sobre a revista, Nelson Werneck Sodré (1999, p.30) comenta, em *História da Imprensa no Brasil*: “suas características de jornal, assim, era muito vagas. Foi ensaio frustrado de periodismo de cultura – destinava-se a mensário – que o meio não comportava”.

Logo após a publicação da revista baiana, várias outras, publicadas principalmente no Rio de Janeiro, seguiram o mesmo modelo e também o mesmo destino: *O Patriota*, em 1813, tinha a finalidade de divulgar autores e temas nacionais; *Anais Fluminenses de Ciências, Artes e Literatura*, em 1822, abordava vários campos do campos do saber humano; *O Propagador das Ciências Médicas*, em 1827, primeira revista especializada, tratava dos novos médicos atuantes no país; ainda no mesmo ano foi criada a primeira revista dedicada ao gênero feminino *Espelho Diamantino – Periódico de Política, Literatura, Belas Artes, Teatro e Moda*. Podemos listar ainda: *Revista Semanaria dos Trabalhadores Legislativos da Câmara dos Senhores Deputado* (1828); *Revista da Sociedade Filomática* (1833). Devido à falta de assinantes e de recursos, nenhuma dessas publicações sobreviveu, no máximo um ou dois anos.

Mas, foi somente em 1837, com a publicação da revista *Museu Universal*, uma reprodução dos magazines europeus, que fazia uso de textos leves, acessíveis e ilustrados que as revistas passaram a atrair mais leitores, permitindo deste modo a sobrevivência desse veículo no país.

Em 1849 começa a era das revistas de variedades, com o lançamento de *A Marmota da Corte*. O novo estilo prioriza as ilustrações, textos curtos, humor e em seguida, as caricaturas. Esse estilo influenciou as edições posteriores como: a *Revista Ilustrada* (1876) e a *Semana Ilustrada* (1860) – primeira a publicar fotos nas revistas.



A seca ganha as páginas da revista⁸

Seguindo a fórmula das revistas ilustradas da época, surge, em 1878, *O Besouro: folha ilustrada, humorística e satyrica*⁹. Dentre os diversos temas tratados pela revista, a seca do Nordeste – em especial as dificuldades enfrentadas pelos habitantes do estado do Ceará – está presente em várias edições.

Costa (2007, p. 236)¹⁰ resgata em sua tese de doutorado as informações a respeito das secas¹¹ contidas nas páginas do periódico como: a nota “A cal”, que denuncia o envio de farinha misturada com cal para o estado do Ceará em ajuda aos habitantes em virtude da seca; o comentário de um redator sobre meninas que saíam do Ceará para se prostituir no Rio de Janeiro em busca de sobrevivência - “o retirante, que symbolizava uma calamidade, passou a ser emigrado que symbolisa uma inuquidade” e o artigo “A seca no Ceará”; a posição da revista sobre o comentário do repórter: “O Besouro abre um parenthesis aos seus zumbidos alegres, a sua jovialidade innata, para pedir um pouco de atenção para semelhante facto”.

A seca é responsável por demarcar os períodos da história de imprensa. *O Besouro* traz, em outra edição, a capa com o título “Páginas Tristes”, apontada como a primeira fotorreportagem brasileira¹², escrita por José do Patrocínio e considerado o trabalho jornalístico de maior relevância sobre as secas no Nordeste na época, como ressalta Andrade *apud* Costa (2007, p. 238)¹³.

O então jovem jornalista José do Patrocínio partiu de viagem em 13 de maio de 1878. Até alcançar o Ceará, o navio em que viajava fez várias escalas ao longo do litoral nordestino, oferecendo aos olhos de Patrocínio um espetáculo variado de encanto e miséria. O hábil jornalista transformou essas imagens em artigos enviados à redação da

⁸ Vale ressaltar que, no processo de resgate da história das revistas, encontramos a publicação *O Besouro*, importante por ser considerada a primeira revista a trazer uma fotorreportagem em sua edição, que, não por acaso, aborda a questão das secas do estado do Ceará. Por este motivo, demos tanto destaque a esse título, que aborda o marco na imprensa e a questão do no nosso objeto de estudo – o Semiárido nordestino.

⁹ Escrita conforme o padrão ortográfico da época.

¹⁰ Tese de doutorado de Carlos Roberto da Costa trata sobre as revista do Brasil no século XIX, defendida em 2007 pela Universidade de São Paulo.

¹¹ A seca é responsável por chamar a atenção da sociedade para a região semiárida. Foi por meio dela que se criou o conceito de Nordeste. E na imprensa instaurou formas de ver e dizer a região, primeiro através dos jornais impressos e logo em seguida das revistas.

¹² A fotorreportagem acrescenta imagens ao texto escrito. O surgimento desse tipo de gênero estaria possivelmente atrelado a uma espécie de prova do visto e dito pelo jornalista. É provável que no caso da reportagem escrita por José do Patrocínio, por se tratar de um assunto polêmico e uma situação, muitas vezes não imaginada pela sociedade, as imagens fossem necessárias para dar *status* de veracidade ao texto.

¹³ Esse trecho citado por Costa (2007) foi retirado do livro *História da fotorreportagem no Brasil*. A fotografia na imprensa do Rio de Janeiro de 1839 a 1900, escrito pelo pesquisador e funcionário de Biblioteca Nacional, Joaquim Marçal Ferreira de Andrade.

Gazeta, e publicados sempre ao pé da primeira página, sob o título de *Viagem ao Norte*. Ao chegar finalmente ao Ceará, Patrocínio depara um cenário ainda mais chocante e miserável do que tudo que tinha visto. A população doente e inválida, que morria nas ruas como insetos secos, impressionaria qualquer observador e sensibilizou ainda mais os olhos e a pena de Patrocínio. As reportagens que nasceram da experiência desses dias constituíram, nas palavras de Raimundo Magalhães Júnior, o primeiro trabalho jornalístico importante que apareceu na imprensa brasileira sobre o problema das secas nordestinas.

Acreditando que imagens dariam impacto ao seu texto, Patrocínio obteve de um fotógrafo cearense duas imagens em formato *carte-de-visite*, uma espécie de cartão postal da época, muito populares e de vasta circulação na segunda metade do século XIX. Essas imagens, além de ilustrarem a reportagem, foram reproduzidas na capa da revista, como mostra a figura a seguir.



Figura 1: Capa da Revista *O Besouro*, primeira revista a registrar a seca do Nordeste
Fonte: A revista no Brasil, o século XIX de Carlos Roberto da Costa.

A capa da revista, nas palavras de Costa (2007, p. 238), despojada para os padrões utilizados, “mostra uma mão de esqueleto humano, punho de camisa fechado



com uma abotoadura, segurando as duas *cartes-de-visite* com a fotografia de duas crianças vitimadas pelas conseqüências da seca”. Abaixo do título “Páginas Tristes” se lê: “Scenas e aspectos do Ceará, Para S. Magestade, o sr. Governo e os srs. Fornecedores verem – cópias fidelíssimas de photographias que nos foram remetidas pelo nosso amigo e collega José do Patrocínio”. Embaixo a legenda: “Estado da população retirante... e ainda ha quem lhes mande farinha falsificada e especule com eles!!!”.

No texto intitulado “O Ceará”, publicado na segunda página, o editor da revista, Bordallo Pinheiro comenta as imagens que inspiram os desenhos da primeira página. Ele descreve as fotos como dois verdadeiros quadros de fome e miséria.

É n’aquelle estado que os retirantes chegam á capital, aonde quasi sempre morrem, apesar dos apregoados socorros que segundo informações exactas são distribuidos de uma maneira improficua. A nossa estampa da primeira pagina é uma resposta cabal áquelles que acusavam de exageração a pintura que se fazia do estado da infeliz provincia (PR SOR *apud* COSTA, 2007, p. 238).

Em outros momentos, registros sobre mortes de animais, necessidades dos habitantes do Sertão nordestino, emigração destes do campo para a cidade em busca de melhores condições de vida e relatos com tom pejorativo sobre a realidade da região são registrados pela revista que teve vida curta. Sua última edição foi publicada pouco mais de um ano após seu nascimento.

Mensais, semanais, masculinas, femininas, infantis: as revistas acompanham a diversidade do público

No início do século XX uma série de transformações científicas e tecnológicas ocorridas pelo mundo vai refletir na vida cotidiana, na remodelação das cidades e na imprensa. No Brasil, com a chamada *Belle Époque*, as revistas ganham definição e espaço diferenciado em relação aos jornais, que passavam naquele momento por mudanças estruturais. Acompanhando a euforia vigente em função das inovações na indústria gráfica, centenas de títulos são lançados com qualidade superior aos então produzidos.

Nessa época surgiu a *Klaxon* (1922) para divulgar os ideais da Semana de Arte Moderna. Houve ainda uma propagação das segmentadas, quais sejam: *Tico-Tico*



(1905), com histórias em quadrinhos, voltada para o público infantil; *Revista de Automóveis* (1911) e *Aerófilo* (1915), pioneiras sobre carros e aviões, respectivamente; *A Maçã* (1922), do gênero das "galantes"¹⁴, revistas eróticas voltadas para o público masculino e *Gibi* (1939), que se transformou em sinônimo das histórias em quadrinhos.

Vive-se o momento de profissionalização da imprensa¹⁵ e as revistas seguem esse caminho. Com recursos mais disponíveis e mais acesso à população, inúmeros títulos nasceram, criados por grupos de intelectuais das mais diversas tendências. O avanço dos processos de impressão permitiu ainda que as fotografias ganhassem um grande espaço nas revistas. A *Revista da Semana* (1900) é a primeira a utilizar de forma sistemática e frequente fotos em suas edições, especializando-se em reconstituir crimes em estúdios fotográficos. E, em 1928, nasce um marco das revistas brasileiras: *O Cruzeiro*. A publicação criada por Carlos Malheiros Dias, mas unificada à rede dos Diários Associados por Assis Chateaubriand, institui uma nova linguagem na imprensa, dando destaque para as grandes reportagens e ao fotojornalismo.

A partir de meados do século XX as mulheres passam a ser vistas como público consumidor em potencial e novos lançamentos são destinados a elas como: *Manequim* (1959), *Cláudia* (1961) e *Nova* (1970). Em seguida, os homens recebem atenção do mercado editorial e surgem: *Fairplay* (1966), *Ele e Ela* (1969), *Status* (1974) e *Homem* (1975), que depois passou a se chamar *Playboy*. Já na década de 80, acompanhando a tendência da segmentação, aumentou o número de revistas que discutem os cuidados com a saúde e o corpo. São elas: *Saúde*, *Boa Forma*, *Corpo a Corpo*, *Plástica* e *Dieta*.

Com a superabundância de informações impressas, passa a existir outro estilo de revistas – as semanais de informações gerais. Este novo gênero busca atender à necessidade de informar com mais concisão e é considerado um progresso para a história do veículo. A ideia é abordar notícias da semana, de caráter nacional e internacional, divididas em seções, com linguagem concisa e sistemática, com informações devidamente pesquisadas e checadas.

Em virtude da periodicidade semanal, essas revistas conseguem trazer para mais próximo dos leitores os fatos cotidianos ocorridos durante a semana, sem a pressa e a factualidade dos jornais diários. A primeira do gênero é a *Time*, criada em 1923, nos Estados Unidos. No Brasil, esse formato estreia com a *Cruzeiro*. Mais tarde surgem

¹⁴ Essas revistas, voltadas para o público masculino, traziam notas políticas e sociais, piadas e contos picantes, caricaturas, desenhos e fotos eróticas.

¹⁵ Para criar e manter uma revista era preciso agora unir técnica e capital.



fenômenos editoriais a exemplo da *Manchete* (1952) e *Realidade* (1966) – esta nasceu semanal e em seguida se transformou em mensal. Em época de censura e repressão militar, mostrou um país diferente das outras revistas.

Desde então, cresceu o número de revistas semanais, e alguns nomes se mantêm em circulação até hoje, são exemplos as revistas: *Veja* (1968), *IstoÉ* (1976), *Carta Capital* (1994) e *Época* (1998).

Revistas regionais

As revistas de informações gerais conquistaram o mercado editorial e possuem público garantido. No entanto, muitas pessoas não se identificam com o que é noticiado nas páginas desse gênero – publicado, sobretudo no eixo centralizador formado entre Rio de Janeiro e São Paulo. Os discursos, em sua maioria, privilegiam os lugares de onde a informação é originada. Assuntos de ordem regionais e locais são tratados por estas revistas, comumente de forma genérica, sem aproximação com a realidade e as especificidades vividas nos espaços geográficos.

A fim de diminuir a lacuna entre o que se mostra e o que se gostaria de ver, passam a existir, aos poucos e de forma ainda desordenada, algumas publicações de origem regional¹⁶.

A segmentação de ordem geográfica tem o objetivo de aproximar o veículo e seu público, instaurando uma realidade espacial e temporária condizente com a vida cotidiana do cidadão. Essa regionalização das publicações indica a valorização de problemas específicos, mais próximos das comunidades, precisamente aqueles que não são contemplados pela grande mídia nacional.

Na prática do jornalismo regional, além dos processos mercadológicos, há o sentimento de pertencimento, neste caso à realidade sociocultural do espaço geográfico. Elas falam de dentro, com propriedade de quem vivencia a realidade do espaço territorial.

Apesar desse fator, no Brasil esse tipo de publicação ainda não possui uma estrutura consolidada e conceituação definida. Exemplo disto são as inúmeras publicações que surgem, porém não conseguem se firmar e chegam ao fim. Somado ao

¹⁶ Incorporamos o conceito de região delimitado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) Ministério da Integração Nacional, e consolidado a partir de autores como Durval Muniz, Roberto Corrêa, Maura Penna, Manoel Correia de Andrade, dentre outros.



problema de manutenção, acrescentamos a questão da invisibilidade, característica marcante deste meio. Muitas vezes, algumas publicações têm começo e fim e são conhecidas apenas por pequenos grupos da sociedade.

Além disso, não há uma definição do que seria a publicação regional. Este conceito geralmente é reduzido aos jornais de bairro, aos cadernos regionais de alguns jornais ou edições regionais de algumas revistas nacionais.

É possível que, em virtude desta fluidez, se consiga explicar o fato de existir poucos estudos no campo acadêmico sobre mídia regional no país, sobretudo sobre revistas, como também pela obscuridade com a qual são tratadas pelo mercado jornalístico de revistas.

Entre as poucas pesquisas sobre a questão regional¹⁷, se sobressaem as da rede de *Folkcomunicação* e da rede de desenvolvimento regional, hoje já são consolidadas enquanto campo de investigação desse tipo de fenômeno. As obras *Mídia e região na era digital: diversidade cultural, convergência midiática* (2007); *Regionalização midiática: estudos sobre comunicação e desenvolvimento regional* (2006) e *Mídia regional* (2010), organizadas por Anamaria Fadul e Cristina Gobbi; José Marques de Melo, Cidoval Sousa e Cristina Gobbi; Maria Érica de Oliveira, respectivamente, acreditam que o termo mídia regional ainda esteja em construção. Nenhuma dessas obras, entretanto, se detém a analisar as revistas regionais.

O único trabalho que conseguimos rastrear sobre as revistas regionais é a Tese de Virgínia Salomão *Identidades regionais em revista: um estudo comparado de revistas das regiões brasileiras* (2009), que trata da construção das identidades culturais pelas revistas regionais. A pesquisadora fez um mapeamento das principais publicações de cada uma das regiões do país, excetuado o eixo Rio-São Paulo, e chegou ao número de 902 títulos¹⁸. Embora não seja um dado preciso, pois muitas revistas não são catalogadas¹⁹, o resultado mostra que a expansão das revistas regionais é uma realidade.

Assim como nós, Salomão (2009) admite a inexistência de literatura nacional acerca das revistas regionais, e recorre para a análise do fenômeno os estudos já consolidados dos Estados Unidos, onde praticamente todas as cidades de maior porte têm uma revista de abrangência local ou regional.

¹⁷ Neste ponto não reduzimos a busca por estudos sobre revistas regionais, mas sobre as pesquisas que se destinam a investigar as publicações originadas do espaço regional.

¹⁸ Do vasto leque de exemplares encontrados, foram considerados cinco títulos para cada macrorregião, analisando seis edições disponíveis – mês composto – totalizando 30 exemplares, do ano de 2007.

¹⁹ Podemos atribuir o motivo ao fator da obscuridade. Muitas revistas surgem e findam sem ser conhecidas, tanto pela questão da divulgação, quanto pela periodicidade.



No país americano, as revistas de cunho regional são classificadas como revistas de interesse regional e são consideradas “revistas geograficamente especializadas, que direcionam sua atenção a uma cidade ou região particular, que alcançam uma considerável audiência de consumidores em geral, provendo seus leitores com informação e entretenimento.” (SELNOW, RILEY *apud* SALOMÃO, 2009, p. 14), explicando que uso da terminologia pode abranger:

1. Revistas de Cidades (City magazines), tais como New York, Chicago, Boston que contém artigos e uma miríade de assuntos relacionados a uma cidade em particular ou seu entorno imediato.
2. Revistas Regionais (Regional Magazines) de vários conteúdos temáticos, como Down East Magazine, The Iwoan, Mid-Atlantic Country, Southern Living que direcionam sua cobertura a um vasto nicho geográfico (um estado, parte de um estado, mais de um estado, ou uma região maior).
3. Revistas Especializadas de Cidades (City Specialty Magazines), como Phoneix Home & Garden ou San Diego Woman que são especializadas tanto em relação à cobertura geográfica quanto ao conteúdo das matérias.
4. Revistas Regionais Especializadas (Regional Specialty Magazines) como Outdoor Indiana, Southwest Art and WildLife in North Carolina, que são especializadas tanto geograficamente e em relação a algo mais abrangente que os interesses da cidade quanto pelo conteúdo das matérias (SELNOW, RILEY *apud* SALOMÃO, 2009, p. 14-15).

Metodologia de análise das revistas regionais

Como forma de ajudar a classificar as revistas regionais, Salomão (2009) instituiu uma metodologia com base nas conceituações desenvolvidas por Marques de Melo e traça sete categorias de análise avaliando: gêneros jornalísticos, temáticas jornalística, vinculação geográfica, identidade geocultural, linguagem icônica, protagonismo da ação jornalística e natureza.

Dentre os itens elencados pela autora e detalhados, destacamos dois²⁰ que mais consideramos privilegiar o espaço regional:

1) a caracterização quanto à vinculação geográfica das matérias, que indicam o local onde os fatos noticiosos se originaram, contabilizado em duas dimensões: regiões supranacionais (mesorregião e megarregião) e infranacionais (minirregião, midirregião,

²⁰ Vale salientar que essas duas categorias irão nos ajudar, a posteriori, na análise do nosso material empírico: a revista Nordeste. As demais serão reconfiguradas a partir da análise das formas sociais.



maxirregião, macrorregião e outras minirregiões), que de forma detalhada se definem como:

- **Mini-região (Local):** refere-se à cidade sede da revista onde se dão os fatos relatados nas matérias jornalísticas. Matérias locais são aquelas que focam fatos, entidades, peculiaridades ou personagens cuja atuação não ultrapassa os limites da própria cidade.
- **Maxi-região (Estadual):** categoria relativa aos agrupamentos determinados por fatores de ordem político-cultural, balizados por tradições, costumes, pela história e imaginário comuns.
- **Midi-região (Metrópole e/ou Centro Regional):** referem-se às regiões que, segundo o Ipea, centralizam funções essenciais à malha urbana, conforme o caso, constituindo-se ou não em metrópoles, sede da revista onde se dão os fatos relatados nas matérias jornalísticas. A abrangência do entorno é característica destes pólos urbanos, análogos ao que comumente se denomina a “grande” cidade, como por exemplo, a Grande Belo Horizonte. Matérias relativas à Metrópole e/ou Centro Regional enfatizam fatos, entidades, peculiaridades ou personagens chave no desempenho da centralidade funcional do local.
- **Outras Minirregiões:** categoria relativa às Microrregiões Geográficas, excetuada a sede da revista – conforme o caso – dentro de qualquer Estado pertencente à macrorregião onde está estabelecida a revista, cujos fatos são reportados nas matérias jornalísticas.
- **Macrorregião:** refere-se à macrorregião sede da revista onde se dão os fatos relatados nas matérias jornalísticas. São consideradas as cinco macrorregiões oficiais do território brasileiro: Norte, Nordeste, Centro Oeste, Sudeste e Sul.
- **Meso-Regiões (Nacional):** referem-se às demais regiões, excetuada a macrorregião onde está sediada a revista, onde se dão os fatos relatados nas matérias jornalísticas. São de cunho mesorregional, não apenas em razão de sua localização geográfica, mas essencialmente porque sua relevância extrapola a abrangência de uma única região geográfica, referindo-se a porções do espaços nacionais que possuem identidade comum.
- **Mega-regiões (Global):** refere-se a qualquer localidade supranacional exterior ao Brasil.
- **Indeterminadas:** são as matérias jornalísticas que não declaram, ou declaram de forma vaga ou imprecisa, o espaço geográfico sobre o qual relatam. Há categoria indeterminada infra-nacional e supranacional para os casos em que há indícios na matéria jornalística, embora insuficientes, sobre a ligação geográfica do assunto, de modo que não se pode precisar sua



vinculação ou identidade geocultural (MARQUES DE MELO
apud SALOMÃO, 2009, p. 54-55)

2) a identificação geocultural da produção jornalística, buscando a partir do território os traços distintos que marcam à vinculação espaço-temporal do foco noticioso, ou seja, permite delinear as identidades da produção por meio do olhar com o qual as temáticas são discutidas.

Considerações Finais

Ao observarmos a história da imprensa, em especial a que se detêm a registrar a trajetória das revistas, percebemos que, desde a sua gênese até a atualidade, este veículo de comunicação aborda os principais acontecimentos ocorridos no cotidiano de cada época. Sua evolução na maneira de tratamento do discurso, no formato e na segmentação é perceptível.

Apesar do crescimento no mercado editorial, detectamos que ainda são poucos os estudos que se dedicam a entender e analisar este tipo de veículo. Se falarmos na questão das edições regionais – nosso objeto de pesquisa – notamos que este vácuo aumenta. Localizamos somente o trabalho de Salomão (2009) que trata do assunto, referenciado pelos estudos norte-americanos que, apesar de não se referirem ao cenário nacional, nos ajudam a entender o processo de formação das revistas regionais brasileiras. As conceituações propostas pelos autores estadunidenses não fogem ao que compreendemos por este meio.

Além disso, a metodologia de análise proposta pela autora servirá de norte para nosso estudo sobre a revista Nordeste e a construção do Semiárido, com também para demais pesquisas referentes ao campo das revistas regionais e quiçá de outras mídias.

REFERÊNCIAS

COSTA, Carlos Roberto da. **A revista no Brasil, o século XIX**. Tese de doutorado. USP. São Paulo, 2007.

NASCIMENTO, Patrícia Ceolin. **Jornalismo em revistas no Brasil: um estudo das construções discursivas em veja e manchete**. São Paulo: Annablume, 2002.

SALOMÃO, Virgínia. **Identidades regionais em revista: um estudo comparado de revistas das regiões brasileiras**. 2009. 353 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2009.



SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto, 2008.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. 4. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

VILLAS BOAS, Sérgio. **O estilo magazine: o texto em revista**. São Paulo: Summus, 1996.