

Para uma história das revistas de informação geral em Portugal

Carla Rodrigues Cardoso
Celiana Azevedo
& Jorge Pedro Sousa

Ficha Técnica

Título

*Para uma história das
revistas de informação geral
em Portugal*

Title

*Towards a history of news
magazines in Portugal*

Autores

Carla Rodrigues Cardoso
Celiana Azevedo
& Jorge Pedro Sousa

Data de publicação

2022, Coleção ICNOVA

ISBN

978-989-9048-27-0

[Suporte: Eletrónico]

978-989-9048-26-3

[Suporte: Impresso]

DOI

<https://doi.org/10.34619/7wgf-1qrv>

Edição

ICNOVA — Instituto
de Comunicação da NOVA
Faculdade de Ciências
Sociais e Humanas
Universidade Nova de Lisboa
Avenida de Berna, 26-C
1069-061 Lisboa
icnova@fcsh.unl.pt
www.icnova.fcsh.unl.pt

Direção da coleção

António Granado
Cláudia Madeira
Fernanda Bonacho

Gestora editorial

Patrícia Contreiras

Design

Tomás Gouveia

Apoio

FCT Fundação
para a Ciência
e a Tecnologia

A edição deste livro é financiada por
fundos nacionais através
da FCT — Fundação para a Ciência
e a Tecnologia, I.P., no âmbito do
projeto PTDC/COM-JOR/28144/2017
— Para uma história do jornalismo
em Portugal



O conteúdo desta obra está
protegido por Lei. Qualquer forma
de reprodução, distribuição,
comunicação, publicação
ou transformação da totalidade ou
de parte desta obra carece
de expressa autorização do editor
e dos seus autores. Os artigos, bem
como a autorização de publicação
das imagens, são da exclusiva
responsabilidade dos autores.

A presente publicação
encontra-se disponível
gratuitamente em:
www.icnova.fcsh.unl.pt

Título:

Para uma história das revistas de informação geral em Portugal

Resumo: As revistas vão para lá da atualidade, criam comunidades e afirmam-se como testemunhas das vivências em sociedade, captando o pulsar dos tempos. Apesar das suas potencialidades enquanto objeto de análise, transversal a várias áreas do conhecimento, este segmento da imprensa mantém-se pouco estudado, mesmo no campo da História do Jornalismo, que privilegia os jornais. *Para uma história das revistas de informação geral em Portugal* vem, por isso, preencher um lugar quase vazio, que oscila entre a escassez e a dispersão. Pela primeira vez, publica-se uma obra de fôlego que descreve e caracteriza de forma sistemática e cronológica o fenómeno revista de informação geral em Portugal. Dos primeiros títulos, em meados do século XVIII, até às newsmagazines da atualidade, os quatro capítulos acompanham os quatro regimes políticos, tal como determinado pelo projeto de investigação que enquadra este livro — Monarquia; I República; Ditadura Militar e Estado Novo; e Democracia. Como o título o indica, esta obra não se afirma como “a história”, mas sim como um ponto de partida que vai permitir desenvolver inúmeras outras investigações sobre revistas, do *case study* aos estudos comparativos mais complexos, sempre com o mesmo objetivo: lançar luz sobre as especificidades e a riqueza deste objeto, contribuindo para a sua consolidação enquanto campo de saber autónomo.

Palavras-chave: História do jornalismo; história da imprensa; história das revistas de informação geral; newsmagazines; Portugal

Title:

Towards a history of news magazines in Portugal

Abstract: Magazines go beyond news, they create communities and become witnesses to living in society, capturing the spirit of each particular time. Despite its potential as object of analysis across several fields of knowledge, this segment of press remains understudied, even in the area of History of Journalism, which favours newspapers. *Towards a history of news magazines in Portugal* therefore fills an almost empty space, one that oscillates between scarcity and dispersion. For the first time, a comprehensive volume is published that systematically and chronologically describes and characterizes the phenomenon of the general-interest magazine in Portugal. From the first publications, in the mid-18th century, to today's newsmagazines, the four chapters follow the four political regimes, as determined by the research project that frames this book — Monarchy; 1st Republic; Dictatorship and *Estado Novo*; and Democracy. As indicated by the title, this work does not claim to be “the history”, but rather a starting point which will allow many other studies on magazines to be developed, from case studies to more complex comparative studies, always with the same goal in mind: to cast light on the specificities and wealth of this object, contributing to its consolidation as an autonomous field of knowledge.

Keywords: History of journalism; history of the press; history of news magazines; newsmagazines; Portugal

Carla Rodrigues Cardoso

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias — CICANT

carla.cardoso@ulusofona.pt

ORCID ID: [0000-0003-0790-6924](https://orcid.org/0000-0003-0790-6924) **CIÊNCIA ID:** [7D10-6290-4765](https://ciencia.id/7D10-6290-4765)

Celiana Azevedo

Instituto Politécnico de Setúbal, NOVA — FCSH e ICNOVA — Instituto de Comunicação da NOVA

celiana.azevedo@ese.ips.pt

ORCID ID: [0000-0002-1768-2525](https://orcid.org/0000-0002-1768-2525) **CIÊNCIA ID:** [0E10-C185-DB0A](https://ciencia.id/0E10-C185-DB0A)

Jorge Pedro Sousa

Universidade Fernando Pessoa e ICNOVA — Instituto de Comunicação da NOVA

jpsousa@ufp.edu.pt

ORCID ID: [0000-0003-0814-6779](https://orcid.org/0000-0003-0814-6779) **CIÊNCIA ID:** [4110-C40A-9ACF](https://ciencia.id/4110-C40A-9ACF)

Índice

Introdução	6
CAPÍTULO I	10
As revistas durante a Monarquia (1761-1910)	
Jorge Pedro Sousa	
1.1. A génese das revistas em Portugal	12
1.2. As revistas enciclopédicas de informação geral no século XIX	15
1.3. As revistas ilustradas de informação geral híbridas	84
1.3.1. Uma revista híbrida não ilustrada: a <i>Revista Universal Lisbonense</i>	119
1.4. Surgimento e desenvolvimento das revistas (ilustradas) de informação geral	125
Conclusões	157
Bibliografia	160
CAPÍTULO II	161
As revistas durante a I República (1910-1933)	
Celiana Azevedo, Jorge Pedro Sousa	
Introdução	162
2.1. <i>ABC — Revista Portuguesa</i>	165
2.2. <i>O Domingo Ilustrado</i>	181
2.3. <i>A Ilustração</i>	192
2.4. O caso particular de uma revista de infopropaganda portuguesa: <i>Portugal na Guerra</i>	206
Bibliografia	214
CAPÍTULO III	215
As revistas durante a Ditadura Militar (1926-1933) e o Estado Novo (1933-1974)	
Carla Rodrigues Cardoso, Celiana Azevedo	
Introdução	217
3.1. As últimas grandes revistas ilustradas de informação	221
3.1.1. <i>O Século Ilustrado</i>	221
3.1.2. <i>Flama</i>	261
3.2. Newsmagazines precursoras	288
3.2.1. <i>Vida Mundial</i>	288
3.2.2. <i>Observador</i>	315
Conclusões	330
Bibliografia	333

CAPÍTULO IV	335
As revistas durante a Democracia (1974-...)	
Carla Rodrigues Cardoso	
Introdução	337
4.1. Cronologia da newsmagazine portuguesa	349
4.2. Pré-modernidade	351
4.2.1. <i>Opção</i>	351
4.2.2. <i>Novo Observador</i>	365
4.2.3. <i>Mais</i>	369
4.2.4. <i>Grande Reportagem</i>	375
4.3. Modernidade	387
4.3.1. <i>Sábado</i> — I Série	387
4.3.2. <i>Face</i>	426
4.3.3. <i>Época</i>	436
4.3.4. <i>Visão</i>	443
4.4. Apogeu, queda e resistência	480
4.4.1. <i>Factos</i> — I e II Séries	480
4.4.2. <i>Focus</i>	492
4.4.3. <i>Tempo</i>	530
4.4.4. <i>Sábado</i> — II Série	540
Conclusões	565
Bibliografia	572

Introdução

Carla Rodrigues Cardoso

Universidade Lusófona de Humanidades
e Tecnologias — CICANT
carla.cardoso@ulusofona.pt
ORCID ID: 0000-0003-0790-6924
CIÊNCIA ID: 7D10-6290-4765

Jorge Pedro Sousa

Universidade Fernando Pessoa e ICNOVA
— Instituto de Comunicação da NOVA
jpsousa@ufp.edu.pt
ORCID ID: 0000-0003-0814-6779
CIÊNCIA ID: 4110-C40A-9ACF

Celiana Azevedo

Instituto Politécnico de Setúbal, NOVA — FCSH
e ICNOVA — Instituto de Comunicação da NOVA
celiana.azevedo@ese.ips.pt
ORCID ID: 0000-0002-1768-2525
CIÊNCIA ID: oE10-C185-DBoA

No campo do jornalismo, as revistas são percecionadas como um território híbrido, reunindo características informativas e de lazer. Esta pertença a uma terra de ninguém teima em manter as revistas arredadas da atenção da maioria dos investigadores. Um pouco por todo o mundo, os estudos são escassos e a investigação desenvolvida centra-se em títulos contemporâneos e nas revistas semanais de informação geral modernas, também designadas por newsmagazines.

Apesar destas circunstâncias, nos Estados Unidos, no Brasil e no Reino Unido, o jornalismo de revista tem um lugar discreto, mas consolidado na academia. Em Portugal, mantém-se quase totalmente ausente. *Para uma história das revistas de informação geral em Portugal* vem, por isso, preencher um vazio nos estudos do jornalismo portugueses. Constitui-se como o primeiro contributo sistemático para o desenvolvimento, em Portugal, dos estudos de revista, área científica ainda emergente e transversal a vários campos do saber. Esta obra basilar tem, por isso, como principal objetivo iniciar o preenchimento desse vazio identificado e potenciar o desenvolvimento de investigações futuras sobre um *medium* particular e fascinante.

As revistas são a melhor fonte documental da história recente. Se o objetivo do historiador for aceder aos factos públicos que marcaram a vida política e económica de um país, os jornais bastam-lhe. Mas se quiser mergulhar numa viagem holística ao passado e sentir na pele o pulsar dos tempos, nas suas pequenas e grandes histórias, se quiser compreender as nuances dos acontecimentos e os seus protagonistas, terá de mergulhar nas revistas de informação geral.

A periodicidade não diária e a importância da imagem são duas características diferenciadoras das revistas. As imagens que se soltam das páginas das revistas interpelam,

reanimam costumes desaparecidos, revelam hábitos, comportamentos. No jogo que constroem com o texto jornalístico, retratam a sociedade, especialmente no caso das entrevistas, dos perfis e das reportagens. É por esta razão que os estudiosos de revistas as definem como artefactos culturais e lhes atribuem a capacidade de construção de memória.

Apesar de todas as potencialidades, o desconforto do jornalismo e dos jornalistas que se movimentam no seio de uma revista fica bem claro na historiografia desenhada nas páginas que se seguem. É como se jornalismo e jornal fossem sinónimos, enquanto revista apenas significasse lazer, superficialidade e prazer. Este pensamento fortemente enraizado de “ao jornalismo, os jornais” atenuou-se nas últimas décadas, mas mantém-se vivo. A revista britânica *The Economist*, uma das newsmagazines internacionais mais influentes do mundo, faz questão de manter-se fiel às suas origens, e define-se, oficialmente, como “um jornal” publicado em “formato revista”.

Há de facto uma longa tradição europeia de transformação de jornais falidos em newsmagazines de sucesso. Mas, ao vestir-se de revista, a informação aceita novas regras. As revistas são lugares de diálogo com os seus leitores, de proximidade, de construção de comunidades. Torna-se necessário trabalhar para aproximar as pessoas da informação, sem ceder ao interesse do público nem esquecer o interesse público. É nas revistas que há tempo e espaço para contar histórias, ou seja, para investigar, enquadrar, explicar e mostrar. Ser revista significa mais tempo para fazer mais e melhor jornalismo.

O livro que aqui se inicia traça uma história narrativa e cronológica das principais revistas de informação geral portuguesas, desde os seus primórdios, no século XVIII, até 2010, ano limite estabelecido pelo projeto de investigação “Para uma história do jornalismo em Portugal”, no qual esta obra se insere. A orgânica do projeto também se reflete na organização do livro, que se divide em quatro capítulos, segmentando a história das revistas de acordo com os regimes políticos: Monarquia; I República; Ditadura Militar e Estado Novo; e Democracia.

Tendo em consideração a origem etimológica da palavra, uma revista assemelha-se a um armazém que reúne temáticas diferentes, um *magasin*, na designação francesa. É também por isso que se utiliza a palavra magazine como sinónimo de revista, evocando essa condição de espaço onde pode caber uma enorme diversidade de temas.

Uma revista de informação geral é uma publicação periódica não diária, seja semanal, quinzenal, mensal ou com outra periodicidade, desde que a sua natureza seja informativa e o público-alvo não seja especializado. Recorrendo a diversos géneros jornalísticos¹ e

1 Por género jornalístico consideram-se, genericamente, as formas tipificadas com que se apresenta a informação em jornalismo, como sejam a notícia, a entrevista, a reportagem, o perfil, a crónica, o editorial, o artigo de opinião, a crítica, entre outros.

a outros formatos, as revistas de informação geral começaram por viver, sobretudo, de artigos e, num segundo momento, dedicaram-se às reportagens, entrevistas e crónicas. São publicações ecléticas e abordam os mais diversos temas num tom que pode variar entre o leve e o profundo; o jocoso e o sério; o informativo; o analítico; e o opinativo.

Tendo essa caracterização por ponto de partida, é possível identificar a emergência de um modelo de revista no século XVII, distinguindo-se dos periódicos quase estritamente noticiosos que dominavam a paisagem mediática. São os casos, por exemplo, da publicação alemã *Erbauliche Monaths-Unterredungen* [*Discussões Mensais Edificantes*] (1663-1668); e dos periódicos franceses *Le Journal des Savants* [*Jornal dos Sábios*] (1665-1714) e *Le Mercure Galant* (1672-1825)². Indo para além destes títulos precursores, é consensual na academia que foi a revista britânica *The Gentleman's Magazine* (1731-1922) que cunhou o modelo da revista moderna. Em Portugal, somente no século XVIII apareceram publicações que se podem considerar revistas, como a *Gazeta Literária* (1761-1762) e o *Jornal Enciclopédico* (1779 e 1788-1793).

Para uma história das revistas de informação geral em Portugal trabalha uma perspectiva encadeada e cronológica, materializada na apresentação das principais revistas portuguesas de informação geral (em circulação, longevidade e impacto), consultadas em bibliotecas, hemerotecas e arquivos. No primeiro capítulo, dedicado às revistas surgidas na Monarquia, definiram-se subgrupos de revistas que partilhassem características comuns, já que foi a confluência de revistas com diferentes perfis a matizar a futura evolução destas publicações até ao surgimento das revistas semanais de informação geral.

Nos três primeiros capítulos, estabeleceu-se uma longevidade mínima de quatro meses para se reportar uma revista. No último capítulo, procurou-se ser mais exaustivo e centrou-se a atenção na newsmagazine. Este modelo, herdeiro da pioneira americana *Time*, lançada em 1923, tornou-se hegemónico em Portugal durante a Democracia, pondo fim a um longo e rico reinado das revistas ilustradas de informação. Em 2022, estas revistas mantêm-se nas bancas portuguesas representadas pela *Visão*, do grupo Trust in News, fundada em 1993, e pela *Sábado*, pertença do grupo Cofina, lançada em 2004.

A investigação deparou-se com vários obstáculos, nomeadamente, a inacessibilidade e até a inexistência de algumas publicações nas bibliotecas e hemerotecas. Por esse motivo, algumas coleções de revistas referidas ao longo do trabalho foram consultáveis somente em parte.

2 A publicação adotou outra designação no século XVIII: *Mercure de France*. A sua publicação foi retomada em 1890 e, mais tarde, deu nome a uma casa editorial, comprada, em 1958, pela editora Gallimard.

De fora desta investigação ficaram as “revistas-suplementos” que acompanham outras publicações, não se vendendo autonomamente em banca. Também foram excluídas as revistas: culturais; literárias; confessionais; satíricas; especializadas; regionais; doutrinárias; e todas as que nasceram nos territórios das antigas colónias portuguesas. Existe, por fim, um vasto campo de análise da revista na era digital que também não integra o enquadramento desta obra.

Os autores de *Para uma história das revistas de informação geral em Portugal* saúdam antecipadamente o trabalho dos futuros investigadores que continuem a analisar revistas. As perspetivas, as abordagens, os ângulos — para utilizar um termo tão caro ao universo do jornalismo —, são infindáveis.

Bem-vindos!

Capítulo I

As revistas durante a Monarquia (1761-1910)

Magazines during the Monarchy (1761-1910)

Jorge Pedro Sousa

Universidade Fernando Pessoa
e ICNOVA — Instituto de Comunicação da NOVA
jpsousa@ufp.edu.pt
ORCID ID: 0000-0003-0814-6779
CIÊNCIA ID: 4110-C40A-9ACF

Resumo: As revistas distinguiram-se dos jornais, na origem, pelo seu carácter reflexivo e interpretativo e pela profundidade, ou, inversamente, pela leveza com que “passavam em revista”, ecleticamente, assuntos científicos, filosóficos e literários, entre outros, incluindo mundanidades e moda, beneficiando do ambiente iluminista, do enciclopedismo e do consequente apelo ao cultivo da razão. Em vez das pequenas notícias, que constituíam a maioria dos conteúdos dos primeiros jornais, as revistas continham, habitualmente, artigos mais ou menos extensos, ensaios e críticas, além de conteúdos de entretenimento e de satisfação da curiosidade. Na Europa, existiram publicações que podem ser consideradas revistas desde meados do século XVII. Em Portugal, porém, as revistas surgiram, somente, em meados do século XVIII, com títulos como a *Gazeta Literária*, de 1761-1762, e o *Jornal Enciclopédico*, de 1779. A partir daí, circularam sempre, no país, publicações que se podem considerar revistas. Neste capítulo, inventariam-se, revista a revista, cronologicamente, algumas, quiçá a maioria, dessas publicações, procurando dar-se corpo a uma narrativa histórica sustentada pelos vestígios do passado que perduraram até ao presente. Limitou-se, temporalmente, este capítulo ao período da Monarquia, para respeitar, genericamente, a abordagem determinada pelo projeto “Para uma história do jornalismo em Portugal”, no âmbito do qual a pesquisa foi realizada. Norteiam este capítulo preocupações de estabelecimento de uma periodização das revistas em Portugal durante o período monárquico. Sustenta-se que podem ser identificados três gerações na história dessas publicações: uma primeira geração em que dominaram as revistas enciclopédicas; uma segunda geração em que dominaram as revistas híbridas, que começaram a acolher informações de atualidade e apresentavam conteúdos que se afastavam da organização do conhecimento proposta pelo enciclopedismo; e uma terceira geração de revistas ilustradas de informação geral, centradas na atualidade, antepassadas diretas das *newsmagazines*. É de destacar que as revistas foram as primeiras publicações — também em Portugal — a acolher a informação visual como parte da sua matriz textual informativa, primeiro sob a forma de gravura, depois sob a forma de fotografia. A iconografia converteu-se, assim, numa das suas *marcas identitárias*.

Palavras-chave: história da imprensa; história das revistas; Portugal; Monarquia.

Abstract: Magazines were originally distinguished from newspapers by their reflective and interpretive character and by the depth, or conversely, the lightness with which they “reviewed”, eclectically, scientific, philosophical, and literary subjects, among others, including mundanities and fashion, benefiting from the enlightenment environment, encyclopedism, and the consequent appeal to the cultivation of reason. Instead of the short news items that made up most of the content of the first newspapers, magazines usually contained more or less extensive articles, essays, and reviews, as well as entertainment and curiosity-pleasing content. In Europe, there were publications that can be considered magazines since the middle of the 17th century. In Portugal, however, magazines appeared only in the middle of the 18th century, with titles such as *Gazeta Literária*, from 1761-1762, and *Jornal Enciclopédico*, from 1779. From then on, publications that can be considered magazines have always circulated in the country. In this chapter, some, perhaps most, of these publications are listed chronologically, magazine by magazine, in an attempt to create a historical narrative supported by the vestiges of the past that have lasted until the present. This chapter is temporally limited to the period of the Monarchy, in order to generally respect the approach determined within the scope of the project *Para uma história do jornalismo em Portugal*, under which the research was conducted. This chapter is guided by the concerns of establishing a periodization of the magazines in Portugal during the monarchical period. It is argued that three generations can be identified in the history of these publications: a first generation in which encyclopedic magazines dominated; a second generation in which hybrid magazines dominated, which began to receive current affairs information and presented contents that departed from the organization of knowledge proposed by encyclopedism; and a third generation of illustrated general information magazines, focused on current affairs, direct ancestors of *newsmagazines*. It is noteworthy that magazines were the first publications — also in Portugal — to welcome visual information as part of their informative textual matrix, first in the form of engraving, then in the form of photography. Illustration, thus, became one of their identifying marks.

Keywords: history of the press; history of magazines; Portugal; Monarchy.

1.1. A génese das revistas em Portugal

O Iluminismo propiciou o surgimento, em Portugal, durante o século XVIII, de publicações que se afastavam da matriz noticiosa que caracterizava os periódicos portugueses desde o século anterior. Foi durante esse primeiro momento de diversificação e segmentação da paisagem mediática portuguesa que, inspirados por exemplos estrangeiros, surgiram, no país, periódicos que já apontam para um modelo de *revista*, caracterizados pelo culto do artigo em detrimento da notícia. São, principalmente, de publicações de índole científica, cultural e literária, ainda que generalistas, que o poder régio e o poder eclesiástico vigiavam e controlavam ferreamente, como acontecia, de resto, com todas as restantes publicações, periódicas ou não periódicas, incluindo, naturalmente, os livros.

Duas publicações, nesse âmbito, merecem destaque. São elas a *Gazeta Literária* (figura 1), publicada entre 1761 e 1762; e o *Jornal Enciclopédico* (figura 2), lançado em 1779 e relançado em 1788, tendo durado até 1793. Ambas surgiram na segunda metade do século XVIII, o que não deixa de ser significativo, já que só então puderam beneficiar do ambiente iluminista e racionalista e do movimento enciclopedista que animavam a Europa.

A *Gazeta Literária* e o *Jornal Enciclopédico* distinguiram-se dos periódicos noticiosos não só pelos temas abordados, mas também pela forma com que os apresentavam. Nomeadamente, continham mais artigos — redigidos com maior ou menor profundidade — do que notícias e os conteúdos respeitavam, especialmente, a literatura, humanidades e ciências.

Atendendo aos elevadíssimos índices de iliteracia, que rondariam os 90 por cento, o público leitor era, então, reduzido. Provavelmente, quem lia os periódicos noticiosos de informação geral, também lia a *Gazeta Literária* e o *Jornal Enciclopédico*. Essas publicações destinavam-se, todavia, aos segmentos de público que queriam aprofundar os seus conhecimentos humanísticos e científicos. Quem os lia seria, assim, somente, uma minoria letrada, sobretudo do género masculino, interessada nos negócios públicos e privados e na governação e que queria cultivar-se, inclusivamente para ter reportório de conversação nos palcos de sociabilidade (a corte, as academias, a universidade e outros estabelecimentos de ensino...) — a mesma minoria de entre a qual saíram os liberais que detonariam, em 1820, a Revolução Liberal. Uma lista dos 197 leitores-assinantes da *Gazeta Literária*, publicada no primeiro número de 1762, permite caracterizar o seu público-leitor (e por arrasto o público-leitor de periódicos em Portugal): burgueses (42,1%), letrados — profissionais liberais (18,3%), religiosos (20,3%), nobres (19,3%).

Na *Gazeta Literária*, publicada em pleno período de governação pombalina ecoa, pela primeira vez na imprensa portuguesa, a nova atitude mental propiciada pelo Iluminismo: a ilustração pessoal seria condição prévia para o justo exercício da razão. No entanto, apesar de sujeita a vigilância e censura, conforme demonstram as várias licenças que teve de obter, a *Gazeta Literária* foi suspensa pelo marquês de Pombal, devido a “veladas alusões

desfavoráveis” à sua governação (Tengarrinha, 1989, p. 47). Uma análise de Joaquim Fernandes (1993) ao periódico permitiu concluir que mais de 50% das matérias publicadas se podem inserir na categoria de “ciências”, cerca de 30% na de “medicina”, 10% na de “literatura” e 5% na de “história”, apresentando as categorias “geografia”, “política”, “astronomia”, “direito”, “filosofia” e “educação” valores residuais.



Figura 1
Frontispício e licenças do primeiro número da *Gazeta Literária* (1761-1762).
Fonte: reprodução do original.

O título do *Jornal Enciclopédico*, por sua vez, já revela ao que vinha esta nova publicação segmentada — ir ao encontro do espírito enciclopedista da obtenção, diversificação e categorização racional de conhecimentos, marca indelével do Iluminismo setecentista. O seu objetivo era “derramar a luz” sobre os indivíduos, conforme se observa, metaforicamente, na gravura de abertura (figura 2); era contribuir, portanto, para a promoção geral do conhecimento, em especial do conhecimento científico, considerado essencial para o exercício ilustrado da razão. O homem ideal do Iluminismo deveria ser um homem cultivado, um homem culto.

Um estudo de Fernando Egídio Reis (2005) demonstra que o *Jornal Enciclopédico* tinha, somente, 466 subscritores, todos da “elite da sociedade portuguesa” de então, entre os quais a família real, a Academia das Ciências de Lisboa, altos funcionários, militares de alta patente, clérigos, professores e reitores, advogados, ministros, boticários e cirurgiões. Os textos aí

publicados repartem-se, com algum equilíbrio, por várias categorias (um perfil bastante mais diversificado do que o da *Gazeta Literária*): história natural (15%), medicina (17%), economia (10%), belas-artes (11%), anedotas (9%), filosofia (11%), produções literárias (16%), relações políticas (16%).



Figura 2

Gravura e frontispício do primeiro número do *Jornal Enciclopédico*.

Fonte: reprodução do original.

Outras publicações do mesmo género surgiram, no século XVIII, em Portugal. Uma das mais interessantes é o *Paládio Português ou Clarim de Palas Que Anuncia Periodicamente os Novos Descobrimentos e Melhoramentos n'Agricultura, Artes, Manufaturas, Comércio, Etc.*, de 1796, provavelmente a primeira publicação portuguesa a encartar estampas informativas, algumas delas coloridas. O seu aparecimento demonstra que, à época, já se reconhecia o potencial informativo e explicativo das imagens, mas não tinha ainda sido aprimorada a xilogravura tipográfica, tecnologia que, com a litografia, contribuiu, mais tarde, para a inclusão de imagens nas publicações periódicas de informação geral, já não como encarte, mas sim paginadas junto com a palavra escrita. Uma vez vencido esse obstáculo técnico, as revistas — devido à sua periodicidade mais dilatada no tempo, já que a xilogravura e a litografia eram processos morosos — foram pioneiras na incorporação de informação visual à informação escrita, na integração da imagem e da palavra.

1.2. As revistas enciclopédicas de informação geral no século XIX

No século XIX, animados pelo mesmo espírito enciclopedista e racionalista que emergira em meados do século anterior, surgiram novos periódicos de cariz enciclopédico em Portugal, como o *Armazém Interessante e Recreativo ou Coleção de Novelas e Notícias Úteis e Agradáveis*, de 1807, que se podem, também, incluir na categoria de revistas. Em 1812, José Feliciano de Castilho e Ângelo Ferreira Dinis lançaram o mensário *Jornal de Coimbra* (obviamente publicado em Coimbra), na verdade uma revista, cujo tom alternava entre o noticioso e o cultural e enciclopédico. Também em 1812, Joaquim José Pedro Lopes redigiu e editou o *Semanário de Instrução e Recreio*, que também se pode considerar uma revista, durando até 1813, ano em que assumiu a redação do jornal oficial, *Gazeta de Lisboa*. Durante o ano de 1820, foi publicado o *Jornal Enciclopédico de Lisboa*, igualmente uma revista, pelo padre José Agostinho de Macedo e pelo seu companheiro de sempre, então redator principal da *Gazeta de Lisboa*, o já citado Joaquim José Pedro Lopes.

Os exilados liberais, quer os da primeira emigração, quer os da segunda emigração, lançaram, igualmente, periódicos que, introduzidos legal ou clandestinamente em Portugal, também se enquadram no conceito de revista. As suas publicações tendiam, porém, a misturar argumentação política com conteúdos informativos e de instrução e recreio, dentro do espírito do *publicismo* de então. O *Correio Brasiliense ou Armazém Literário* (1808-1822) é um bom exemplo desse tipo de publicação, tal como *O Observador Lusitano em Paris ou Coleção Literária, Política e Comercial* (publicado de janeiro a abril de 1815), o *Anais das Ciências, das Artes e das Letras por Uma Sociedade de Portugueses Residentes em Paris* (1818-1822), e ainda *O Contemporâneo Político e Literário* (1820). Estas publicações inserem-se, nitidamente, no espírito liberal de promoção da circulação pública das ideias sobre o governo e os negócios e de formação de cidadãos capazes de, informadamente, intervirem nos assuntos públicos.

A partir de 1834, na sequência do triunfo liberal na Guerra Civil que opôs miguelistas a liberais e da conquista da liberdade de imprensa (que, com mais ou menos restrições e constrangimentos, vigoraria, grosso modo, em Portugal, até 1926), apareceram, no país, novos periódicos literários, culturais e científicos, muitos deles ligados a sociedades científicas, que também se podem integrar no conceito de *revista*, todos eles imbuídos do mesmo espírito liberal, que determinava a necessidade de informar e formar os cidadãos, para que estes pudessem intervir em consciência nos mecanismos de decisão. São os casos, por exemplo, do *Repositório Literário da Sociedade das Ciências Médicas e de Literatura do Porto* (de 1834), do *Repositório Literário da Sociedade de O Recreio* (de 1835) e do *Jornal da Sociedade dos Amigos das Letras* (de 1836). Foram, pois, um produto simultâneo dos ecos tardios do iluminismo enciclopedista e racionalista, do liberalismo e do romantismo. Nessa conjuntura, procuraram, conforme a ideologia liberal, contribuir para a democratização da experiência cultural (Ribeiro, 2014, p. 19) e para a formação de cidadãos aptos a participar nos processos políticos, o que era

essencial à sustentação teórica do preceito constitucional da soberania da nação (Silva, 2014).

Vencidos, por sua vez, os desafios da impressão simultânea de imagens e palavras, graças à generalização da xilogravura tipográfica¹, as revistas foram as primeiras publicações periódicas portuguesas a apropriarem-se desta tecnologia. A sua periodicidade — no mínimo, semanal — dava tempo suficiente para a preparação e impressão dos originais, algo vedado aos jornais. A partir do final da década de 1830, as revistas generalistas mais importantes já não prescindiam da imagem, mesmo que a sua utilização nem sempre fosse informativa. Na maioria dessas publicações, as ilustrações constituíam, efetivamente, uma mais-valia, quer para providenciar informação visual sobre os assuntos, quer, por vezes, para os explicar, quer ainda, simplesmente, para atrair o leitor.

As revistas ilustradas enciclopédicas portuguesas tornaram-se as mais importantes em Portugal pelo menos até meados do século XIX, caso se tenha em conta o seu impacto e a sua circulação. Apresentavam-se com conteúdos genéricos e um tom expositivo e, por vezes, mesmo pedagógico. Algumas incluíam nos títulos ou subtítulos menções a serem periódicos de “instrução” e “recreio”, (cf. quadro 1), entre outras designações semelhantes, o que traduz bem a sua dupla vocação: instruir, amenamente, e entreter. Ao prestar atenção a uma enorme gama de assuntos, por meio de textos diferenciados, contribuíram, pela palavra e pela imagem, para ampliar o leque do noticiável e diversificar os formatos discursivos de apropriação da realidade pelo jornalismo, isto é, os géneros jornalísticos. Quase todas eram bastante acessíveis, quer no preço, quer ao nível do discurso. Certamente pretendiam, mesmo que não o conseguissem, chegar a todos os públicos, letrados e não letrados, já que mesmo os analfabetos podiam ouvir a leitura dessas publicações em voz alta e ver as imagens que inseriam. As revistas tanto podiam, pois, ser lidas pela burguesia, mesmo a de poucos recursos, como pela alta burguesia, pela aristocracia e, claro, pelo clero, bem como por alguns populares instruídos (Ribeiro, 2014, p. 27). Além do mais, num cenário jornalístico dominado, a partir de 1834, pela imprensa liberal, política e partidária, as revistas enciclopédicas, particularmente as ilustradas, constituíram um segmento de imprensa alternativa, uma lufada de ar fresco na sociedade e no jornalismo em Portugal, mesmo se dependessem, frequentemente, de indivíduos isolados, que as editavam (para obterem lucro ou para sobressaírem entre os seus pares), e de traduções de textos de revistas estrangeiras e até mesmo, em certos casos, da cópia de imagens xilográficas ou litográficas já publicadas fora e dentro do país.

O quadro 1 dá uma visão geral das principais — pela sua longevidade e impacto — revistas ilustradas de cariz enciclopédico surgidas em Portugal ao longo do século XIX².

1 A litografia foi sendo, progressivamente, abandonada para a impressão de periódicos, porque, embora propiciasse imagens mais definidas, implicava mais tempo de execução e impressão e não permitia a impressão conjunta de imagens e texto verbal.

2 Apenas são referidas as revistas que foi possível consultar em bibliotecas, hemerotecas e outros arquivos.

Quadro 1

Principais revistas ilustradas enciclopédicas oitocentistas portuguesas.

Título	Anos de publicação	Local de edição	Preço (inicial)		Dimensões (cm)/área da página (cm²)	Páginas	Periodicidade	Forma dominante de ilustração
			Exemplar	Assinatura anual				
O Recreio: Jornal das Famílias	1835-1842	Lisboa	160	1440	15x22 330	32	Mensal	Litografia
Promotores: não apurado.								
<i>Biblioteca Familiar e Recreativa Oferecida à Mocidade Portuguesa</i>	1835-1846	Lisboa	80	1920	9,5x14,4 137 (nos primeiros anos) 18,5x25,5 472	24 (primeiros anos) 16	Quinzenal (primeiros anos) e, depois, semanal	Litografia
Promotores: E. Silvestre. A revista incluiu textos de muitos autores estrangeiros.								
<i>Jornal Enciclopédico</i>	1836-1837	Lisboa	20	[Não apurado]	15 x 23,1 346	24	Mensal	Litografia
Promotores: não apurado.								
<i>O Museu*</i>	1836-1838	Lisboa	[Não apurado]	[Não apurado]	18,9 x 25,1 474	16	Irregular	Gravura
Promotores: não apurado.								
<i>O Arquivo Popular: Semanário Pitoresco</i>	1837-1843	Lisboa	20	960	19,5x26,2 511	8	Semanal	Gravura
Promotores: António José Cândido da Cruz (editor), Duarte Nunes Leão e outros.								
<i>O Passatempo: Jornal d'Instrução e Recreio para Ambos os Sexos</i>	1837-1838	Lisboa	60	[Não apurado]	14,5x20,5 297	12	Mensal (depois, quinzenal)	Litografia
Promotores: não apurado.								
<i>O Panorama: Jornal Literário e Instrutivo</i>	1837-1868	Lisboa	30	1200	18,5x27 500	8	Semanal	Gravura
Promotores: Alexandre Herculano (primeiro editor e redator), António de Oliveira Marreca (1ª e 2ª séries), António José Fernandes Lopes, Luís Augusto Ribeiro da Silva (3ª e 4ª séries) e outros, entre os quais: 1.ª série: José Maria Xavier d'Araújo, António Feliciano de Castilho, José Maria da Silva Leal Júnior, António de Oliveira Marreca, Paulo Midosi, João da Cunha Neves, José Xavier Mouzinho da Silveira e outros. 2.ª série: António Feliciano Castilho, José Maria Latino Coelho, Alexandre Herculano, José da Silva Mendes Leal Júnior, António de Oliveira Marreca, Luís Augusto Rebelo da Silva e outros. 3.ª série: D. António de Almeida, Francisco Gomes de Amorim, Francisco Maria Bordalo, José Maria Latino Coelho, José da Silva Mendes Leal Júnior, António d'Oliveira Marreca, Joaquim Heliodoro da Cunha e outros. 4.ª série: Camilo Castelo Branco, António Pedro Lopes de Mendonça e outros. 5.ª série: António Feliciano de Castilho; Manuel Joaquim Pinheiro Chagas, João de Deus, Inocêncio Francisco da Silva e outros.								
O Ramalhete: Jornal d'Instrução e Recreio*	1837-1844	Lisboa	50 (sem litografia)	3120 (completo) 2080 (sem litografias)	18,5x25,5 472	16	Semanal	Litografia
Promotores: Francisco Xavier Pereira da Silva (redator) e outros.								
<i>O Recreativo: Jornal Semanário</i>	1838-1838	Lisboa	20	960	18,5 x 25,5 472	8	Semanal	Gravura
Promotores: Francisco Duarte de Almeida Araújo e outros.								
<i>Revista Literária: Periódico de Literatura, Filosofia, Viagens, Ciências e Belas-Artes</i>	1838-1844	Porto	?	?	12,8 x 20 256	8	Quinzenal, passou a mensal em 1839	Litografia (parcamente ilustrado)
Promotores: Agostinho Albano da Silveira Pinheiro (diretor), Francisco de São Luís, Inácio Morais Sarmento, José Pereira Reis e J. J. Pereira Caldas (redatores) e outros.								
<i>O Museu Portuense: Jornal de História, Artes, Ciências Industriais e Belas Letras</i>	1838-1839	Porto	60	1200	18,3 x 28 512	16	Semanal, passou, depois, a quinzenal.	Gravura
Promotores: [Tipografia Comercial Portuense]								

<i>O Arquivista: Jornal Histórico e de Recreio</i>	1839-1840	Lisboa	40	1920	18x28 504	16	Semanal	Litografia
Promotores: não apurado.								
<i>O Mosaico: Jornal d'Instrução e Recreio</i>	1839-1841	Lisboa	40	1920	18,5 x 25,5 472	8	Semanal	Litografia
Promotores: Francisco Manuel Raposo de Almeida (editor), José da Silva Mendes Leal Júnior, Diogo Pires Monteiro Bandeiro, Paulo Midosi Júnior e Tomás Oom Júnior e outros.								
<i>Universo Pitoresco: Jornal d'Instrução e Recreio</i>	1839-1844	Lisboa	[Não apurado]	[Não apurado]	19,6x27 529	16	Mensal	Litografia
Promotores: S. J. Ribeiro de Sá, J.A. de Macedo, J. Nepomuceno de Seixas e Vilhena Barbosa.								
<i>Museu Pitoresco: Jornal d'Instrução e Recreio</i>	1842-1843	Lisboa	320	4800 (completo)	28x39,5 1106	8	Mensal [provavelmente]	Litografia
Promotores: não apurado.								
<i>O Instrutor Portuense: Periódico Mensal*</i>	1844-1845	Porto	[Não apurado]	[Não apurado]	13x20 260	16	Mensal	Litografia
Promotores: José Fernandes Ribeiro (diretor e possível proprietário).								
<i>Jardim Literário: Semanário de Instrução e Recreio*</i>	1847-1854	Lisboa	10	520	15x21 315	8	Semanal	Gravura
Promotores: Francisco Gomes de Amorim (editor/redator principal), Matias Pinheiro da Silveira Botelho, José Augusto da Silva e outros colaboradores.								
<i>Revista Popular: Semanário de Ciência e Indústria</i>	1848-1855	Lisboa	20	960	18,5x25,5 472	16 (até 1853)	Semanal	Gravura
Promotores: Francisco Pereira de Almeida, José Maria Baptista Coelho (promotores), Joaquim Henrique Fradesso da Silveira (redator principal), Sebastião José Ribeiro de Sá (proprietário entre 1853 e 1855) e outros.								
<i>Época: Jornal de Indústria, Ciências, Literatura e Belas-Artes</i>	1848-1849	Lisboa	70	2880	21,5 x 28,9 621	16	Semanal	Gravura
Promotores: João de Andrade Corvo, Luís Augusto Rebelo da Silva e outros.								
<i>O Recreio Popular: Semanário Noticioso e Instrutivo</i>	1855-1856	Lisboa	10	500	14x21 294	8	Semanal	Gravura
Promotores: Pedro Carlos de Alcântara Chaves (editor e redator) e outros.								
<i>O Arquivo Familiar: Semanário Pitoresco</i>	1857-1861	Lisboa	20	1260	18x28,4 511	8	Semanal	Gravura
Promotores: Manuel Augusto Gentil (promotor), António José Cândido da Cruz (redator provável), J. F. G. Aguiar, F. Braga, F. D. Almeida de Araújo, A. Marques Pereira, J. P. De Mello, José Bento de Araújo Assis, J.J. S. Moreira.								
<i>Arquivo Pitoresco: Semanário Ilustrado</i>	1857-1868	Lisboa	50	2000	19,5x29,5 575	8	Semanal	Gravura
Promotores: Promotores: Tomás de Aquino Gomes, empresário de tipografia, Vicente Jorge de Castro e João Maria de Castro, proprietários da Tipografia Castro (constituíram a firma Castro, Irmão & C.ª). Colaboradores: José de Torres (redator principal até 1860), Pinheiro Chagas, Feliciano de Castilho, Brito Aranha (gestor da revista a partir de 1866), Silva Túlio (editor do periódico entre 1860 e 1865), Vilhena Barbosa (editor a partir de 1866), Latino Coelho, António Feliciano de Castilho, Inocêncio Francisco da Silva, Mendes Leal, Andrade Ferreira, Pinheiro Chagas e outros.								
<i>Porto Elegante: Jornal de Literatura, Ciências, Belas-Artes e Moda</i>	1864	Porto	90	2000	18,1x25 452	8	Quinzenal	Gravura e litografia
Promotores: F. J. Carlos Amatucci e M. A. F. de Sousa Campos. Colaboradores: Georgina da Soledade, A. de Almeida Alves e Silva, J. V. Pinto de Carvalho, R. A. Machado de Guimarães, Afonso Karr, F. G. Moniz, H. Moreira, G. Gartener, J. V. Pinto de Carvalho e outros.								
<i>Ilustração Popular: Folha Destinada ao Recreio e Instrução</i>	1866-1868	Lisboa	30	960	23x32,5 748	4	Semanal	Gravura
Promotores: Narciso Zeferino Lopes e Luís Guerra (primeiros editores proprietários, Narciso Zeferino Lopes assume a condição de administrador a partir do décimo número), Domingos Francisco Lopes (proprietário a partir do décimo número), Francisco Duarte de Almeida Araújo (diretor) e outros.								

<i>Arquivo Popular</i> (apenas o volume 2 é ilustrado)	1871-1874	Porto e Lisboa	30	1600	22,5x30 (volume 2, ilustrado) 675	8	Semanal	Gravura
Promotores: A. A. Leal (editor). Colaboradores: M. de Paiva; L.de Vilhena Barbosa; J. G.da Silva Júnior; Júlio Aguiar; A. Gomes Pereira; J. da Silva; Marques Gomes; Laura de Almeida; José do Amaral; Albano Coutinho Júnior; Tito de Noronha e outros.								
<i>O Universo Ilustrado: Semanário de Instrução e Recreio Publicado por Uma Sociedade</i>	1877-1887	Lisboa	30	1600	19,5 x 29 566	8 a 16	Semanal	Gravura
Promotores: A. Varela (editor provável). Colaboradores: João de Mendonça, Joaquim dos Anjos; Jorge de Mendonça; Silva Pereira; R. da Motta; Henrique de Guimarães; Francisco de Salles; Júlia Sofia Gutierrez; Francisco Dias; Xavier de Paiva e outros.								
<i>O Camões: Semanário Popular Ilustrado</i>	1880-1883	Porto	20	1040 (Porto)	22x31 682	8	Semanal	Gravura
Promotores: A. A. Leal (editor).								
<i>Revista Popular de Conhecimentos Úteis*</i>	1888-1892 + 1897	Lisboa	40	1500	19 x 28,3 538	8	Semanal	Gravura
Promotores: Francisco de Almeida (diretor, proprietário e redator), Santos Valente (redator), A. C. Mêna Júnior (gerente), Narciso de Lacerda (secretário da redação), Ramalho Ortigão, Diogo Nunes, João da Mota Prego, Camilo Flammarion, Villar Allen, Pereira Coutinho, Martins Sarmento e outros. Incluiu textos de Alexandre Herculano (falecido em 1877).								

* Não foi possível consultar coleções completas destes periódicos.

Fonte: elaboração própria.

Mesmo que não seja um inventário exaustivo, mas sim, principalmente considerando a distância temporal, o inventário possível, o quadro 1 demonstra a enorme vitalidade que as revistas demonstraram em Portugal ao longo de quase todo o século XIX, nomeadamente o segmento das revistas ilustradas enciclopédicas. Desde 1835 até 1897, isto é, desde *O Recreio: Jornal das Famílias* (1835-1842) até à *Revista Popular de Conhecimentos Úteis* (1888-1892 e 1897), passaram-se 62 anos. Durante 62 anos os portugueses puderam, pois, contactar com esse tipo de revistas.

Ambas as publicações citadas apontam, nos títulos, a sua vocação. No caso da primeira revista, a palavra *Recreio* aponta para leituras amenas; *Jornal das Famílias* realça que se tratava de uma publicação para todos. Mesmo que a designassem como *Jornal*, devido à ausência do termo *revista* entre o léxico comum da época, na verdade era uma revista. No caso da segunda, *Revista Popular de Conhecimentos Úteis*, já temos a assunção de que a publicação se considerava a si mesmo uma revista que tinha por objetivo derramar conhecimentos “úteis” sobre o povo.

O Panorama (1837-1844; 1852-1858; 1866-1868) foi a primeira revista importante em Portugal, tendo atingido uma tiragem de cinco mil exemplares, feito notável para a época. Foi também a primeira revista portuguesa generalista a recorrer, abundantemente, à gravura de madeira.

A mais importante, em circulação e longevidade, depois de *O Panorama*, foi o *Arquivo Pitoresco: Semanário Ilustrado* (1857-1868), que sustentou, inclusivamente, uma escola de gravura.

A primeira das revistas portuguesas a apresentar-se publicamente como aquilo que era, uma revista, foi a *Revista Literária: Periódico de Literatura, Filosofia, Viagens, Ciências e*

Belas-Artes, lançada em 1838. Portanto, se o termo já se tinha inculcado no léxico da época, é porque já se tinha assimilado, em Portugal, à semelhança de outros países, que as *revistas*, enquanto publicações tipificadas, se diferenciavam dos *jornais*. Ao tempo, aliás, os jornais mais impactantes eram já diários, o que facultava essa distinção.

É, igualmente, notório que muitas revistas se reivindicavam como sendo “populares”. À época, essa qualificação conotar-se-ia com a ideia de uma publicação destinada à educação “popular”, vendida a um preço “popular”.

Os dados disponíveis demonstram, ainda, que a maioria das revistas ilustradas enciclopédicas portuguesas foi editada em Lisboa. Os preços variavam entre 20 e 60 réis, com exceção da revista *Museu Pitoresco*, que, devido à sua impressão luxuosa, custava 320 réis, e de *O Recreio*, que custava 160 réis por número de 32 páginas (o número habitual de páginas das revistas ilustradas enciclopédicas era de 8 ou 16). As revistas *Recreio Popular* e *O Jardim Literário*, pelo contrário, custavam somente 10 réis. Um diário custava, em 1847, mais ou menos a meio do século, 40 réis por número avulso³. Portanto, as revistas custavam mais ou menos o mesmo que um diário.

Tendo os dados expostos na referida tabela em consideração, intui-se que os preços dependeriam de fatores como o número de páginas, a sua dimensão, e o tipo e número de gravuras inseridas, mas, aparentemente, não dependiam do lugar de edição, já que revistas editadas no Porto e em Lisboa tiveram preços similares. O *Museu Pitoresco* tinha dimensões superiores a todas as outras revistas semelhantes, pelo que custava mais caro (o elevado preço também se justifica pela sua impressão primorosa e luxuosa e pelo papel que usava); já *O Recreio Popular* custava apenas 10 réis porque as suas dimensões eram inferiores às das restantes revistas e o seu número de páginas não ultrapassava as oito. Curiosamente, o preço, aparentemente, não terá prejudicado nem beneficiado a longevidade das revistas, com exceção do *Museu Pitoresco*, claramente direcionado para uma elite que podia pagar o preço pedido. Entre as revistas com preços equivalentes, algumas duraram vários anos, enquanto outras foram menos longevas. Mas revistas como o *Jardim Literário* poderão ter devido a sua longevidade também ao fator preço.

É difícil, por outra parte, apurar uma tendência explícita para a dimensão das páginas das revistas. No entanto, excluindo o caso particular do *Museu Pitoresco* e, ainda, o caso menos significativo da *Ilustração Popular*, a partir do miolo do século as dimensões das páginas indiciam uma certa estabilização entre 500 e 700 cm². A dimensão da página seria, aliás, um elemento distintivo das revistas no seio da imprensa (as páginas dos diários tornaram-se cada vez maiores, com a introdução progressiva do formato *broadsheet*, ou *standard*, com cerca de 30x55 cm, e do grande formato, superior).

3 Preço de *A Revolução de Setembro*, principal diário português à época, em 1847.

A informação visual era ofertada por meio de litografias ou gravuras, mas, a partir de 1840, a gravura torna-se quase onnipresente, já que, embora propiciasse impressões de menor qualidade, era de mais rápida execução, era, também, mais barata e facilitava a impressão em conjunto com o texto escrito (a ponto de, em certas publicações, as litografias serem oferecidas como encartes de compra opcional). Na última década do século XIX, seria a fotografia a substituir a gravura, graças à evolução das técnicas tipográficas, nomeadamente da *fotografia tramada*, também conhecida por *meia-tinta* (*halftone*).

A opção pela gravura de madeira na maioria das revistas ilustradas foi uma decisão consciente dos responsáveis editoriais, acompanhada pelo entusiasmo autodidata de vários artistas plásticos, que se apressaram a cultivar a arte da xilogravura. Esta arte, ademais, poder-lhes-ia garantir algum rendimento, mercê da sua colaboração com a imprensa. Autor anónimo, num artigo publicado no número 154 da revista *O Panorama*, escrevia o seguinte, a propósito dessa opção:

A arte de gravar em madeira (...) multiplicou as cópias e as vulgarizou, barateando o preço das estampas (...). A gravura de madeira (...) [deu] origem à (...) arte de transmitir fácil e comodamente (...) todos os conhecimentos humanos. As gravuras em madeira, a que chamaremos *em relevo*, têm a grande vantagem de poderem entrar no prelo conjuntamente com os tipos móveis, ou caracteres fundidos de impressão, ficando colocadas as estampas naquelas partes das páginas onde convém para ilustrar o texto, saindo com este da mesma tirada. (...) Saem primorosas estampas das gravuras em metal. Mas por que preço ficariam os jornais populares se não fosse a gravura em madeira? Além de que esta tem alcançado (...) perfeição relativa, e para não citarmos exemplos de países estranhos (...), falaremos deste nosso jornal. Por suas páginas são disseminadas estampas portuguesas, obtidas de gravuras de madeira (...), obras (...) desempenhadas por pessoas que (...) cultivam as belas-artes, não por profissão, mas por gosto (...). A estampa que precede este artigo é (...) feita pelo Sr. Coelho (...). Os nomes dos senhores Bordalo, Coelho e Fonseca as anunciam, e *O Panorama* é a história dos progressos destes senhores na arte de gravar em madeira, arte que ninguém lhes ensinou. A inspeção das estampas inglesas e francesas, o amor por este género de estudo, a curiosidade, encaminharam as suas tentativas. (...) Cumpre notar que estes senhores são empregados em repartições do estado, onde consomem a maior parte do tempo (...). Todavia, o Sr. Bordalo Pinheiro desenha com tal perfeição e elegância que tem merecido os aplausos dos entendedores. Pelo que respeita à gravura, para aprontar uma chapa acabada (...), é necessário, além de muita habilidade, muita paciência, pelo minucioso e delicado deste género de trabalho e pelo tempo que absorve. (*O Panorama*, n.º 154, 1840, pp. 113-114).

É de notar (cf. quadro 1) que o tipo de reprodução iconográfica adotado não parece ter tido reflexos relevantes no preço das revistas, mas há, para este dado, uma explicação: as revistas ilustradas com litografias publicavam, habitualmente, menos estampas do que as revistas ilustradas com gravuras. Assim, o custo de produção ficava equiparado e, por consequência,

também o preço de venda.

A incorporação de imagens na parafernália informativa das revistas enciclopédicas aplanou o caminho para a utilização de dispositivos visuais para informar sobre os acontecimentos da atualidade.

A primeira explosão de revistas em Portugal deveu-se a um segmento específico de publicações impressas de informação geral — as revistas ilustradas enciclopédicas (Sousa, 2017). Houve um momento determinado da história em que se encontraram reunidas no país as condições que permitiram o desenvolvimento dessas revistas em Portugal — o triunfo liberal na guerra civil de 1832-1834.

Efetivamente, foi após 1834 que surgiram em Portugal, cadenciadamente, uma grande quantidade de revistas ilustradas de cariz enciclopédico. Esse cariz é-lhes dado o tipo de discurso e o temário que exibem. Aqui são apresentadas título a título⁴. Esse fenómeno perdurou até ao final do século XIX.

Quase todas essas revistas aproveitaram as tecnologias xilográficas e litográficas — e, mais tarde, a fotogravação/fototipia — para juntarem iconografia aos textos verbais, oferecendo, massivamente, aos leitores, mensagens scriptovisuais de mais fácil aquisição cognitiva. Correspondiam, simultaneamente, aos ideais de ilustração que provinham do Iluminismo; ao racionalismo posto em prática pelo enciclopedismo; e aos ideais liberais.

Os liberais viam, verdadeiramente, como necessidade pública, a educação e cultivo dos cidadãos. Por princípio, para os liberais só cidadãos cultos e educados, além de financeiramente independentes, poderiam envolver-se, informadamente, e com independência, nas discussões públicas da política e da governação e nos mecanismos de decisão política, nomeadamente pelo voto. Para os liberais, a discussão política seria necessária para se atingir a razão pública, princípio norteador do bom governo, o que pressupunha a publicitação dos atos políticos e dos debates parlamentares (longe do ocultismo negocial que rege hoje em dia a vida nos parlamentos, a coberto dos trabalhos em comissões). Se a imprensa política, hegemónica até ao surgimento do *Diário de Notícias*, no final de 1864, cumpria a função sociopolítica de expansão do parlamento e de formação de correntes de opinião, a imprensa cultural, nomeadamente a imprensa enciclopédica, obedecia ao desiderato liberal de cultivo dos cidadãos.

A elaboração de uma cronologia das revistas enciclopédicas oitocentistas que se mantiveram no mercado pelo menos alguns meses, tempo suficiente para serem notadas, surpreende pelo número de publicações recenseadas.

O Recreio, com publicação iniciada a 1 de janeiro de 1835, foi a primeira revista ilustrada

⁴ Excluem-se revistas que não foi possível consultar, dado o estado de deterioração em que se encontram, revistas não ilustradas, revistas especializadas especificamente devotadas a determinadas áreas, como as belas-artes ou o teatro, e revistas de curta longevidade, de que saíram, somente, um ou poucos números.

enciclopédica portuguesa. Durou até dezembro de 1842. Foi produzida para ser colecionada e encadernada em volumes anuais, aos quais era apenso um índice geral. Apresentava-se num formato de 15 x 22 cm e era paginada a duas colunas. Mensal, cada número tinha, normalmente, 32 páginas. A assinatura anual custava 1440 réis e o número avulso 160 réis (encarrecido pela estampa litográfica).



O Recreio apostou em ampliar curiosamente, em francês, língua portuguesa, o público-alvo. Com bastante frequência, os textos de publicações estrangeiras

Capa do primeiro número de *O Recreio*.
Fonte: reprodução do original.

nos conteúdos do periódico.

No primeiro número, o leitor da época encontrou uma miscelânea de assuntos, como sejam: a história de Portugal; minibiografias de personagens do tempo da Revolução Francesa; notícia sobre a criação de uma biblioteca pública por filantropos de Erfurt; anedotas; descrição de San Marino; descrição, sob o ponto de vista geográfico, “dos diferentes pontos de vista em que se pode considerar o globo terrestre”; processo e execução de Louvel, em Paris, em 1820; inventores de “todos os géneros de gravura”; calendário francês republicano; princípios de economia política; melhorias na tipografia; anedotas em francês; moda; impedimentos ao casamento; médicos turcos; origem das touradas em Espanha; livros de pau; poema chinês; literatura mexicana; imitação da prata; massa para tornar a madeira incombustível; processo usado na Alemanha para dar à madeira autóctone a cor do mogno; meio de destruir o gorgulho; meio para restaurar o branco em pinturas; lavagem da roupa com auxílio de batatas; árvores capazes de captar a humidade da atmosfera; catálogo de livros franceses; e a letra e música (pauta) de uma marcha nacional francesa (em francês).



Figura 4
Capa do primeiro número
da *Biblioteca Familiar e Recreativa*.
Fonte: reprodução do original.

A Bibli
blicada em P

a revista ilustrada enciclopédica a ser pu
r do preço elevado (80 réis), pois durou de

1835 a 1846, em duas séries ininterruptas, começando a segunda série em 1842⁵. Inicialmente teve periodicidade quinzenal, mas passou a semanal, o que dá provas da boa receptividade pública à publicação. Teve, além disso, dois formatos. Nos dois primeiros anos, apresentou-se com dimensões de cerca de 9,5 x 14,4 cm, o que corresponde a uma área de 137 cm², e tinha 32 páginas, paginadas a duas colunas; depois, apareceu com 16 páginas, mas com dimensões de aproximadamente 18,5 x 25,5cm (correspondente a uma superfície de cerca de 472 cm²), igualmente paginadas a duas colunas.

O título da publicação encerrava uma promessa do enciclopedismo: expor, ordenadamente, assuntos variados, como numa biblioteca. Mais precisamente, como numa “biblioteca familiar”, o que aponta para a publicação de uma diversidade de conteúdos capazes de corresponder aos interesses de todos os membros de uma família⁶. Efetivamente, os conteúdos da *Biblioteca* espalhavam-se por uma enorme variedade de temas e géneros, como história, geografia e etnografia, técnica e tecnologia, ideias e moral, curiosidades, anedotas, provérbios, charadas e passatempos e literatura, incluindo poesia. Mas também queria afirmar-se por convidar a uma leitura amena: era uma *biblioteca recreativa*.

A revista seria, igualmente, conforme o título, “oferecida à mocidade portuguesa”. Trata-se de uma indicação sobre o público-alvo, os jovens leitores; mas a dedicatória também evoca o posicionamento ideológico das revistas enciclopédicas ilustradas, feitas para instruir, complementando a escolaridade.

O *Jornal Enciclopédico*, conforme o seu título indica, inscreve-se, também, na lista dos periódicos enciclopédicos e, apesar de se apresentar como “jornal”, possui características de revista. Encartava litografias, pelo que pode considerar-se uma revista ilustrada. Mensal, surgiu em novembro de 1836 e durou somente até fevereiro de 1837. O número avulso vendia-se por vinte réis e apresentava-se com 24 páginas (sem contar com as litografias encartadas), cada uma com uma dimensão de cerca de 15 x 23,1 cm (correspondente a uma superfície de cerca de 346 cm²). Invariavelmente, instruir e entreter eram as suas finalidades. Mostrou, ainda, como outras publicações semelhantes, um enorme interesse pela economia do país, sendo frequentes as matérias destinadas à introdução de melhorias na atividade agropecuária.

Numa lista cronológica, *O Museu* foi a primeira revista a surgir após o *Jornal Enciclopédico*. A ambição era notória: oferecer nada menos do que “um museu” ao leitor. Ilustrada,

5 Era comum proceder-se à interrupção de uma série, para fidelizar novos colecionadores, que poderiam começar a colecionar uma revista a partir do início da nova série.

6 *O Recreio* também se reivindicava, em subtítulo, como um periódico para as famílias.

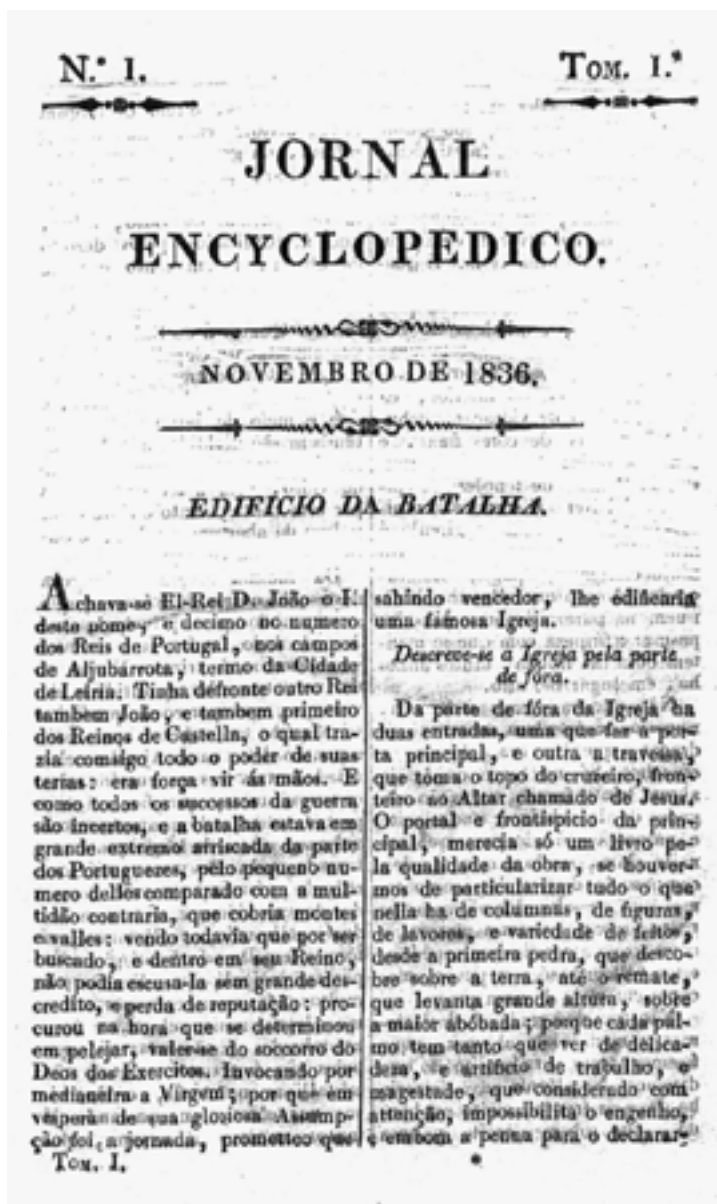


Figura 5
Capa do primeiro número
do *Jornal Enciclopédico*.
Fonte: reprodução do original.

inseriu, nas suas páginas, xilografias toscas, provavelmente decalcadas de publicações estrangeiras. Durou entre 1836 e 1838, mas a sua periodicidade foi irregular. Apresentava-se paginada a duas colunas e as páginas tinham sensivelmente 18,9 x 25,1 cm, correspondente a uma superfície de cerca de 474 cm². Os conteúdos não se afastavam daqueles que eram comuns nas revistas enciclopédicas: artigos e outras peças sobre um sem número de assuntos, no caso frequentemente traduzidos de publicações estrangeiras, com o intuito duplo de ilustrar e entreter.

O projeto editorial da revista semanal *O Arquivo Popular: Semanário Pintoresco* já é mais sólido do que os anteriores, razão pela qual a publicação durou de 1837 a 1844. Foi,



Figura 6
Capa do primeiro número
de *O Museu*.
Fonte: reprodução do original.

inclusivamente, a primeira publicação portuguesa estável a optar pela inserção regular de xilografuras (*O Panorama* só nasceu no mês seguinte), em detrimento das litografias. Mas, como outras publicações portuguesas do mesmo cariz, apresentava uma forte debilidade: vivia, em grande medida, de traduções de textos publicados em revistas congéneres estrangeiras, já que nunca se preocupou em recrutar um corpo sólido e estável de colaboradores. As suas páginas mediam cerca de 19,5 cm por 26,2 cm e cada número continha, normalmente, oito páginas, paginadas a duas colunas. A assinatura anual custava 960 réis, a semestral custava 500 réis e avulso cada número ficava por 20 réis. A tipologia das peças que inseria não se afastava da linha seguida pela imprensa ilustrada generalista da época, misturando curiosidades, amenidades e conteúdos destinados à promoção geral de um conhecimento enciclopédico.

Cronologicamente, a revista mensal (posteriormente, quinzenal) *O Passatempo: Jornal*



Figura 7
Capa do primeiro número
do *Arquivo Popular*.
Fonte: reprodução do original.

d'Instrução e Recreio para Ambos os Sexos foi a seguinte a apresentar-se ao mercado. Editada, como a maioria, em Lisboa, durou entre 1 de maio de 1837 e 30 de novembro de 1838. Cada número de doze páginas, com 14,5x20,5 cm de dimensão (correspondente a uma superfície de cerca de 297 cm²), custava 60 réis. O seu título condensa toda a filosofia editorial dessas revistas: instruir recreativamente. Tem, no entanto, a curiosidade de enfatizar que se tratava de uma revista para ambos os sexos, ou seja, de uma revista familiar, que poderia, e deveria, ser lida por homens e mulheres. A educação das mulheres e o seu acesso ao conhecimento também fazia, aparentemente, parte dos propósitos de alguns liberais.

A revista não inseriu um texto de apresentação ao leitor. Mas no número 12 do 2.º volume, em que a revista passa a quinzenal, um aviso permite concluir que procurava ser uma revista ilustrada cultural eclética, como outras: “*O Passatempo* conterà alternadamente: novelas, contos, historietas, literatura, biografias, ciências, artes, história, factos singulares, moralidades, origem de inventos, usos e costumes de povos, anedotas, poesia, charadas, etc.

Sairá nos dias 15 e último de todos os meses.”

No primeiro número, datado de 1 de maio de 1837, *O Passatempo* inseriu o primeiro capítulo de um folhetim medievalista (bem ao gosto do Romântico), intitulado “Os escravos de Zamoski”; uma crónica evocando uma amada conquistada durante o cerco do Porto, na guerra civil; um artigo sobre a origem e decadência da antiga Roma; anedotas; poemas; e um texto sobre a inquisição. No último número, a revista publicou uma crónica intitulada “O rapto na assembleia”, acompanhada de litografia; a continuação de um romance-folhetim intitulado “Pasqueta”; poesias; anedotas; e uma secção de variedades.

Caso se tivesse optado por uma ordenação das revistas enciclopédicas oitocentistas portuguesas em função da sua importância, *O Panorama*, a revista que, cronologicamente, se segue à *Passatempo*, disputaria, com a *Arquivo Pitoresco*, a honra de abrir a lista. Provavelmente, seria a escolhida, dado o seu pioneirismo.

O Panorama surgiu em Lisboa, a 6 de maio de 1837. Semanal, cada edição da revista *O Panorama* tinha oito páginas (ocasionalmente, foram publicados números com quatro páginas), com cerca de 18,5 x 27 cm de dimensão (correspondente a uma superfície de cerca de 500 cm²), paginadas a duas colunas. O número avulso custava 30 réis, mas a assinatura anual ficava somente por 1200 réis e a semestral por 640 réis.



Figura 8

Capa do primeiro número de *O Panorama*.

Fonte: reprodução do original.

Revista de

imento e ao cultivo cultural, *O Panorama*,

que Tengarrinha (2013, p. 558) classificou como a “primeira revista romântica portuguesa”, durou até dezembro de 1868, ao longo de cinco séries, tendo tido uma importância e um reconhecimento ímpares entre os seus coevos:

1ª série: durou entre 1837 e 1841. Nesta fase, a revista *O Panorama* foi publicada pela Sociedade Propagadora dos Conhecimentos Úteis, uma empresa filantrópica, e teve por redator principal Alexandre Herculano, até 13 de julho de 1839. Possivelmente, terá tido uma direção colegial, embora, em 1841, o artigo de abertura seja assinado pelo jurista e escritor António Feliciano de Castilho. A tiragem atingiu cinco mil exemplares. A revista era subscrita pela Família Real e por inúmeros notáveis da época.

2ª série: durou entre 1842 e 1844. É de assinalar que não houve qualquer interrupção da publicação entre a primeira e a segunda série. A revista continuou, também, a ser editada pela Sociedade Propagadora dos Conhecimentos Úteis. A mudança de série correspondeu a um relançamento cosmético da revista, com o objetivo de suscitar a adesão de novos subscritores que pudessem começar a colecionar *O Panorama* a partir de uma nova série.

Esta segunda série terá tido, também ela, uma coordenação redatorial colegial até 1843. Neste ano, Alexandre Herculano retomou as funções de redator principal da publicação, que manteria até 1844, apesar de ter sido o economista António de Oliveira Marreca a assinar o artigo de abertura de 1843.

3ª série: durou entre 1846 e 1858. Neste período, a revista foi editada pelo tipógrafo-editor e livreiro António José Fernandes Lopes.

Entre 1846 e 1852, *O Panorama* atravessou um período de forte instabilidade, coincidindo com a instabilidade política e militar que o país atravessou até à Regeneração e que passou pela guerra civil da Patuleia, entre 1846 e 1847. Assim, entre 1846 e 1852 foram publicados somente 52 números da revista. A partir de 1853, até 1858, a publicação retomou a sua periodicidade normal, possivelmente sob a coordenação editorial do professor e literato Luís Augusto Ribeiro da Silva.

4ª série: durou entre 1857 e 1858. É a continuação da terceira série, não se registando alterações significativas. Apenas a abertura do volume e o índice do XIV volume, de 1857, indicam que se trata de uma quarta série. O número final de 1856 apenas assinala o fim do XIII volume, o quinto da 3.ª série de *O Panorama*, indicando que, no ano seguinte (1857, portanto), seria publicado o sexto volume. Desconhece-se por que razão o editor, que se manteve, decidiu alterar a série, mas poderá tratar-se, tal como ocorreu na transição da primeira para a segunda série, de uma alteração cosmética para o relançamento da revista. No número final de 1858, com apenas 4 páginas, datado de 25 de dezembro, o editor instou os assinantes em falta a liquidarem o valor das assinaturas e inseriu o seguinte aviso: “Tendo de fazer consideráveis melhoramentos n’*O Panorama*, o editor vê-se na

necessidade de suspender, temporariamente, a publicação do (...) semanário”.

5ª série: durou de 1866 a 1868. O relançamento do periódico terá resultado de uma parceria entre a empresa *Panorama*, ainda propriedade de António José Fernandes Lopes, e a Tipografia Franco-Portuguesa, onde era impresso. O último número de 1868 só teve quatro páginas e indicava, na última página, que a empresa do *Panorama*, “desejando melhorar o semanário”, tinha resolvido suspender temporariamente a publicação. O aviso era assinado por Miguel Soares Monteiro. Curiosamente, *O Panorama* findou a sua vida ao mesmo tempo que o *Arquivo Pitoresco* via, igualmente, o seu fim.

A revista tinha correspondentes em todo o território nacional e ainda em Londres, em Paris e em várias cidades brasileiras, o que terá contribuído, certamente, para o seu sucesso editorial. Além disso, enquanto foi propriedade da Sociedade Propagadora dos Conhecimentos Úteis, *O Panorama* era distribuído, gratuitamente, por várias escolas de diferentes graus de ensino⁷ e por outras instituições, facto que ajuda a compreender o número de exemplares a que ascendeu a tiragem.

Os conteúdos da revista *O Panorama* eram multifacetados, correspondendo à vocação enciclopédica deste segmento da imprensa. João Lourival Silva (2014, pp. 396-398), que estudou as duas primeiras séries de *O Panorama*, demonstrou que cerca de metade dos conteúdos textuais da revista se podem classificar em duas áreas temáticas: a história, em primeiro lugar; e a geografia e a etnografia antropológica, em segundo lugar, além da literatura, incluindo vários contos históricos da autoria de Alexandre Herculano, publicados como folhetins. O maior destaque foi, portanto, dado à história nacional e universal, mas a revista também se ocupou de geografia, etnografia, ciências, tecnologia, agricultura, economia, economia doméstica, saúde, literatura (incluindo poesia e vários contos, publicados em capítulos, como folhetins), património e outros assuntos (Silva, 2014). No primeiro número, datado de 6 de maio de 1837, além da “Introdução”, texto no qual se apresentava a linha editorial do periódico, o leitor poderia ler um texto sobre arquitetura gótica, ilustrado, a meio, com uma gravura das ruínas da igreja do Carmo, em Lisboa; um texto sobre educação física, tomando, no entanto, o conceito uma dimensão holística, já que nele tanto se fala da educação física propriamente dita, como da nutrição e da qualidade dos edifícios; uma matéria sobre o povo russo; um texto em defesa da importância da história natural e do seu ensino; uma descrição do posto de almirante; e um apontamento sobre o emprego de bicloreto de cálcio para tirar

⁷ O artigo 51º dos estatutos da Sociedade assim o previa: “A direção fará distribuir gratuitamente pela Casa Pia, Casa dos Expostos, asilos de primeira infância, aulas de instrução primária e, em geral, por todos os estabelecimentos pios, alguns exemplares de cada número, que facilitem aos alunos a leitura desta publicação”. Alguns anos mais tarde, a revista *Arquivo Pitoresco*, por dádiva da Sociedade Madrépora, do Rio de Janeiro, seguiu idêntica política.

nódoas e branquear papel. O último número, atípico, com apenas quatro páginas, datado de dezembro de 1868 (provavelmente, terá saído no dia 26), incluía uma peça crítica e moral sobre o fracasso das previsões sobre o fim do mundo em 1865, vertidas num livro saído em 1855, ilustrada com gravura do autor da obra, o reverendo Cumming (única imagem publicada nesse número); uma matéria intitulada “Lendas do Cristianismo”, sobre a conversão dos irlandeses ao Cristianismo por São Patrício, assinado por Pinheiro Chagas; a continuação de um romance folhetim intitulado “Mártir de Amor”; e uma peça sobre os escritos de Santa Teresa de Jesus. Finalizava o último número com o aviso acerca da suspensão da publicação.

A exemplo de outras publicações contemporâneas, *O Panorama* pretendia ser apartidário e mesmo apolítico, de acordo com os estatutos da Sociedade Propagadora dos Conhecimentos Úteis, que o editava, mas, conforme provou João Lourival Silva (2014), a publicação tinha intervenção política independente, exercida em nome da nação, defendendo causas que, facilmente, poderiam ser aceites pela generalidade dos leitores, como a proteção do património monumental histórico português contra a fúria destruidora de que, em nome do progresso, era vítima.

A revista *O Panorama* teve por objetivo dirigir-se, transversalmente, a toda a sociedade portuguesa, embora, na prática, este desiderato fosse impossível de cumprir, dados os índices de analfabetismo e o débil poder de compra da generalidade da população. Assim o afirmava Alexandre Herculano, no primeiro número:

Neste estado (...) da ilustração e do progresso, o que mais importa é o (...) introduzir em todas as classes da sociedade o amor da instrução, porque este é o espírito do nosso tempo, e porque esta tendência é generosa e útil. Mas como se dilataria a instrução, como se faria descer a variada ciência até aos últimos degraus da escala social, seouvéssemos de empregar nisto essa multidão de escritos (...), esses inumeráveis livros (...) acumulados em bibliotecas (...)? Fora baldada empresa (...). Além disso, o homem público, o artista, o agricultor, o comerciante, ligados a uma vida necessariamente laboriosa, poucas horas têm de repouso para dar à cultura do espírito, e nenhum ânimo, por certo, seria assaz curioso de instrução para gastar esses curtos momentos em folhear centenaes de volumes e embrenhar-se em meditações profundas (...). Que é (...) necessário fazer para que seja satisfeita a necessidade de generalizar a instrução (...)? A solução deste problema encontra-se (...) (n)os jornais de instrução popular. (Alexandre Herculano, Introdução, *O Panorama*, n.º 1, 1837, p. 1)

Ao nascer, *O Panorama* encontrou um modelo na sua congénere britânica *Penny Magazine*:

Quando este jornal começou a aparecer, nada mais era, quanto à forma, do que uma imitação do *Penny Magazine*, do qual também o são todos os jornais populares publicados na Europa (*O Panorama*, n.º 36, 1838, p. 1)

No entanto, esse modelo teve de ser reequacionado, em 1837. Alexandre Herculano assim o revelou:

(...) com o tempo nos temos convencido de que as circunstâncias relativas dos dois países, Portugal e Inglaterra, sendo diversíssimas, deviam influir diversamente no modo de tratar a literatura popular das duas nações. Em Inglaterra, como em França, o ler é uma necessidade intelectual; em Portugal, um prazer, ou antes, um desfastio. (...) Em Inglaterra, um jornal que contém quatro ou cinco artigos escritos com atenção e oferecendo matérias graves, severamente tratadas, louvam-no e lêem-no; em Portugal, louvam-no, mas poucos o leem. Entre nós, é preciso que o agradável conduza (...). É preciso que o escritor não só tenha boa consciência, mas também que esta seja risosna. (...) Sem nos enganarmos com o aumento da extração do *Panorama*, (...) julgámos dever alterar o sistema (...) na redação e disposição do jornal, porque sendo nosso objeto instruir, deleitando no maior grau possível, isto melhor se poderia alcançar seguindo em parte um novo trilho. (...) *O Panorama* conterà doravante duas partes (...). A primeira destinada aos artigos mais extensos, e relativos (...) a todos os (...) objetos graves e importantes; a segunda conterà artigos breves e variados, e de menos monta. (Alexandre Herculano, Aos assinantes, n.º 36, 1838, p. 1)

Enquanto *O Panorama* foi propriedade da Sociedade Propagadora de Conhecimentos Úteis, os investimentos na revista foram vultuosos. A publicação tinha mesmo uma tipografia própria, equipada com uma prensa hidráulica, melhoramento significativo para a época, conforme revela o relatório da direção da Sociedade Propagadora de Conhecimentos Úteis, de 30 de junho de 1839⁸:

Temos também (...) neste ramo outro importante melhoramento: falamos da prensa hidráulica (...). Brevemente esta máquina estará montada, e então conseguiremos dar às obras dos autores que assim o desejarem a nitidez que aformoseiam as melhores impressões estrangeiras.

No seu estudo sobre *O Panorama*, João Lourival Silva (2014) chama a atenção para o

8 Alfredo da Cunha (1914, p. 93) recorda que em Portugal foi a empresa d'*O Panorama* a revolucionar a tipografia: “Fazia-se um uso quase exclusivo do velho prelo de madeira, dava-se a tinta com as antigas balas, a impressão era toda feita a braços, os jornais tinham uma tiragem propriamente para a família, cada exemplar servia a numerosos leitores, se os artigos excitavam interesse. Foi a imprensa de *O Panorama*, que nesta época (1837) começou a publicar-se, a que introduziu em Lisboa o uso dos rolos.”

importante contributo que esta revista deu à modernização do jornalismo português, já que ajudou a transformar a paisagem jornalística lusitana, onde, até então, imperava a imprensa política, que privilegiava o artigo e a notícia interpretada, sempre sob a forma de texto verbal. A influência transformadora de *O Panorama* fez-se sentir, segundo João Lourival Silva (2014), em seis níveis.

1. Organizacionalmente, *O Panorama* foi a primeira publicação periódica portuguesa a ter por trás uma estrutura verdadeiramente empresarial. Contrastava, por isso, com a precariedade e com o carácter artesanal ou quase artesanal da restante imprensa portuguesa, particularmente da imprensa política. Mesmo esta só então transitava do modelo do jornal de um homem só para o jornal partidário, que já implicava várias pessoas na sua elaboração e uma organização mais complexa do que a da primitiva imprensa política artesanal. Apesar de ser uma empresa filantrópica, a Sociedade Propagadora dos Conhecimentos Úteis dotou o periódico de uma infraestrutura sólida, pouco comum em Portugal, que revelou o apurado sentido empresarial dos seus promotores.

2. Frutos da iniciativa privada e do empreendedorismo, *O Panorama* e outras publicações da mesma índole que se lhe seguiram tiveram, também, um papel económico e social. Por exemplo, *O Panorama* contratou ou acolheu como redatores pessoas importantes das letras e da cultura. O primeiro redator de *O Panorama* foi Alexandre Herculano, talvez o principal intelectual oitocentista português. Contratou, também, desenhadores, muitos deles recrutados entre os melhores artistas visuais, e gravadores. Deu, igualmente, um impulso relevante às indústrias da xilogravura e da tipografia. A inovadora tipografia a vapor de *O Panorama* foi, por exemplo, um caso de sucesso.

3. *O Panorama*, ao dar atenção a uma enorme multiplicidade de assuntos, em peças de estilo diferenciado, fomentou a ampliação do leque dos temas noticiáveis e dos géneros jornalísticos na imprensa portuguesa. *O Panorama* promoveu, por exemplo, a introdução no jornalismo nacional dos folhetins e dos futuros géneros jornalísticos da crónica e da reportagem. *O Panorama*, aliás, não oferecia apenas textos de “conhecimentos úteis”. A revista acolheu a literatura — sob a forma de prosa e de poesia. Alexandre Herculano, por exemplo, publicou na revista vários dos seus contos: *A Abóbada*, *O Cronista*, *Arras por Foro de Espanha*, *O Bobo*, *A Dama do Pé-de-Cabra*, *A Pedra de Arzila*, *O Monge de Cister* e outros.

4. Se não a primeira, *O Panorama* foi uma das primeiras publicações portuguesas a exercer uma ação política não em nome de um indivíduo isolado que publicava um periódico nem mesmo em nome de um partido, mas sim em nome do bem-comum e do interesse geral da nação. Marcada pelo pensamento de Herculano, a revista defendeu, por exemplo, a preservação dos monumentos

nacionais⁹ e o alargamento da instrução pública¹⁰. Condenou, finalmente, os excessos dos liberais, triunfadores da guerra civil, sobre as ordens religiosas¹¹.

5. *O Panorama* foi a primeira publicação portuguesa a favorecer, massivamente, a introdução do jornalismo ilustrado no país, antecipando o fotojornalismo. As revistas ilustradas enciclopédicas portuguesas, das quais *O Panorama* constituiu o mais importante exemplo, foram, efetivamente, importantes para suscitar o interesse pela informação visual.

6. Finalmente, *O Panorama* terá tido, igualmente, um papel educativo entre a elite portuguesa, acompanhando, de resto, o crescimento comedido do ensino primário e liceal em Portugal.

Depois de *O Panorama*, continuaram a surgir em Portugal, em catadupa, variadas revistas de vocação enciclopédica, alinhadas pelo mesmo diapasão, mas a maioria delas pouco mais ofereceu do que as suas antecessoras e nem sequer era mais sofisticada, com a justa exceção do *Arquivo Pitoresco*.

O Ramalhete foi lançado a 23 de novembro de 1837 e durou até 13 de junho de 1844. Apresentava-se num formato de 18,5 por 25,5 centímetros e, cada número, contava, habitualmente, com 16 páginas, paginadas a duas colunas. Terá sido seu redator Francisco Xavier Pereira da Silva. Podia assinar-se por 2080 réis por ano, custo que aumentava para 3120 réis caso o assinante pretendesse que as litografias encartadas na publicação lhe chegassem em papel velino (as gravuras eram uma preciosidade), custando o número avulso 50 réis. Igual a inúmeras publicações da mesma época, também *O Ramalhete* foi um produto desenvolvido editorialmente para ser colecionado e encadernado em volumes anuais.

Tal como a restante imprensa ilustrada enciclopédica, *O Ramalhete* combinava conteúdos literários e enciclopédicos, convidando uma leitura amena. Saía às quintas-feiras, o mesmo dia da semana a que continuam a sair muitas revistas.

Da série caleidoscópica de revistas enciclopédicas, a revista semanal *O Recreativo* foi aquela que se seguiu. Subintitulada *Jornal Semanário*, apareceu, em Lisboa, a 1 de fevereiro de 1838, tendo-se publicado até 28 de dezembro deste mesmo ano. Custava 20 réis por exemplar, ficando a assinatura anual por 960 réis (durou, no entanto, menos de um ano). Cada número tinha 8 páginas, com dimensões de 18,5 x 25,5 cm, paginadas, conforme era habitual à época, a duas colunas.

9 Alexandre Herculano, A arquitetura gótica, *O Panorama*, 1837, vol. I, n.º 1, p. 2; Alexandre Herculano, Os monumentos, *O Panorama*, 1838, vol. II, n.º 69, pp. 266-268, n.º 70, pp. 275-277.

10 Alexandre Herculano, Da educação e instrução das classes laboriosas, *O Panorama*, 1838, vol. II, n.º 75, p. 316; Alexandre Herculano, A educação e o estado, *O Panorama*, 1839, vol. III, n.º 96, p. 67.

11 Alexandre Herculano, O Minho romântico, *O Panorama*, 1837, vol. I, n.º 27, p. 212.



Figura 9
Capa do primeiro número
de *O Ramalhete*.
Fonte: reprodução do original.



Figura 10
Capa do primeiro número
de *O Recreativo*.
Fonte: reprodução do original.

Dirigido por Francisco Duarte de Almeida Araújo, *O Recreativo*, no texto de apresentação, prometia ser útil, propagando conhecimentos de ciências, artes e história; entreter os leitores, por meio de anedotas e curiosidades; e ainda moralizar. Honestamente, o editor assinalava que não hesitaria em coligar conteúdos de terceiros, opção comum à época, ainda que nem sempre assumida.

Talvez se julgue desnecessário o aparecimento deste jornal, quando tantos outros génios ilustrados promovem os conhecimentos científicos por toda a sociedade; contudo dirigidos pelo mesmo sentimento da utilidade geral, e de promover o amor da leitura, e da instrução, nos propomos a esta empresa, por outra vereda, mas que seja também interessante, e proveitosa às pessoas de ambos os sexos (...), servindo-lhe de estímulo a própria curiosidade. Este é unicamente o nosso interesse. Se os nossos trabalhos não corresponderem a tão saudáveis, e patrióticos fins, esperamos, em atenção a estes bons desejos, obter dos nossos leitores indulgentes (...) benigna desculpa.

É, pois, o nosso objetivo tratar historicamente, e em geral das *Ciências e Artes*, de maneira tal, que

desafie, e disponha o desejo do leitor para se instruir gostosamente. Para este fim, não escrupulizamos de nos aproveitar dos factos da sabedoria alheia (...) que acharmos nos escritos dos mais acreditados autores.

Terão também lugar neste jornal todos os factos mais singulares da história portuguesa, que possam por seu heroísmo e outras circunstâncias influir para excitar e desenvolver o amor da Pátria, esse sentimento generoso (...) que parece querer extinguir-se entre nós.

O artigo “Variedades” conterà sempre anedotas e factos cuja leitura, recreando, promova (...) a moral (...). (*O Recreativo*, n.º 1, 1838, p. 1)

O programa editorial de *O Recreativo* alinhava-se, pois, com as revistas suas concorrentes, sendo curioso observar que nem esse facto dissuadiu os seus promotores de lançarem um novo produto editorial no mercado. Basta passar os olhos pelo primeiro número da revista para se notar a coincidência entre os conteúdos de *O Recreativo* e os conteúdos das restantes revistas no mercado. Esse número continha as seguintes matérias: um texto de problematização do objeto da história; uma descrição do convento de Mafra, com gravura; e vários textos sobre curiosidades da história: o rei D. João que deu conta que um réu estava a ser julgado por um juiz depravado; a história de um médico que foi pedir emprego ao secretário de Estado; e uma partida do rei Frederico II, da Prússia, que se virou contra o soberano.

No texto introdutório à revista *O Recreativo*, o editor também traçou uma linha orientadora, simples, para a inclusão de conteúdos iconográficos, mais uma vez seguindo a prática habitual nesse tempo: “Cada número deste jornal conterà um desenho de algum edifício, ou facto histórico nacional. Além destes algumas vezes que incluirá também a estampa de diferentes animais, e aves, segundo as circunstâncias permitirem”.

À revista *Recreativo* seguiu-se, cronologicamente, a *Revista Literária*, subintitulada *Periódico de Literatura, Filosofia, Viagens Ciências e Belas-Artes*. Teve a particularidade de ser editada no Porto, que, gradualmente, ia, por força da industrialização e do comércio, ascendendo, inequivocamente, ao estatuto de segunda mais importante cidade do reino. Surgiu a 15 de julho de 1838 e terminou em data incerta de 1844. Com oito páginas por número, com dimensões 12,8 x 20 cm, parcamente ilustrada, paginada a uma coluna, foi, entre as publicações enciclopédicas ilustradas portuguesas, não apenas a primeira a autodenominar-se revista, mas também a primeira a editar-se no Porto. Inicialmente quinzenal, passou a mensal em 1839. Teve por diretor Agostinho Albano da Silveira Pinheiro e por redatores D. Francisco de São Luís, Inácio Morais Sarmiento, José Pereira Reis e J. J. Pereira Caldas, entre outros.

Figura 11
Capa do primeiro número
da *Revista Literária*.
Fonte: reprodução do original.



Os conteúdos da *Revista Literária* não destoavam do resto da imprensa ilustrada enciclopédica: literatura, história, monumentos, personalidades, economia política, geografia e etnografia constituíam os focos mais relevantes da publicação. Podiam ler-se na revista, por exemplo, críticas literárias (como “O Camões do Sr. Garrett”), um “Curso de História Moderna” em vários capítulos, um relato de uma viagem de um liberal português exilado durante o miguelismo (“A Estrada do Simplon”), uma peça sobre economia (“Alfândegas”), uma matéria sobre “Jogos e Espetáculos Públicos” do antigo Portugal, notícias científicas, poesia, prosa... No entanto, a revista, afirmando a sua conexão com o Porto, inseriu várias peças relativas a assuntos e personalidades da cidade.

Da lista de revistas ilustradas enciclopédicas editadas no Porto faz também parte *O Museu Portuense*. Semanal, com 16 páginas paginadas a duas colunas, surgiu a 1 de agosto de 1838, por iniciativa da Tipografia Comercial Portuense, que já tinha uma prensa a vapor. O último número data de 15 de janeiro de 1839 — a publicação durou um semestre, sinal de que não se impôs no mercado, tal como sucedeu com várias revistas congéneres. O preço de um exemplar da revista *Museu Portuense* avulso atingia 60 réis, custando a assinatura semestral

600 réis. Cada uma das dezasseis páginas de cada número apresentava uma dimensão de 18,3 x 28 cm. O design assentava numa paginação a duas colunas, o padrão à época. No logótipo, uma prensa irradiava luz, metáfora óbvia do poder da imprensa na difusão do conhecimento. Apresentou-se ao público da seguinte forma:

Depois de várias contrariedades (...) apresentamos aos nossos assinantes, o 1º número do *Museu Portuense*.

A intenção literária da publicação deste periódico é a divulgação daqueles conhecimentos úteis que, admitindo serem tratados sem a especialidade de princípios científicos, estão ao alcance de todas as inteligências. O público para quem é destinado é que somente pode decidir se neste sentido fere o alvo a que se dirige; e como os redatores não têm caprichos literários a sustentar, eles declaram que muito agradecerão toda e qualquer sugestão tendente ao melhoramento da redação, ou qualquer artigo comunicado que diga respeito aos fins propostos na publicação do jornal; e tanto mais solicitam eles esta coadjuvação quanto conhecem bem a dificuldade de tentar escrever, tanto para as classes que apenas contam os rudimentos da instrução primária, como para aquelas em que, se não faltam estes, faltam, contudo, aquelas generalidades, sem o conhecimento das quais o homem mais sábio em uma ou outra ciência quase se pode chamar ignorante.

É claro que um tal periódico exige avultadas despesas e não pode subsistir sem uma extensa circulação; mas debaixo do ponto de vista pecuniário não se deve considerar esta publicação como uma especulação de mero interesse. Os lucros, se os houver, reverterão em benefício do mesmo público, porque serão recolhidos por uma empresa que, instituída debaixo das intenções patrióticas de concorrer para o progresso da civilização nacional, ainda não afrouxou os seus esforços, apesar de (...) não ter recebido até hoje senão prejuízos. E, contudo, o impulso que a SOCIEDADE DA TIPOGRAFIA COMERCIAL PORTUENSE tem dado ao aperfeiçoamento entre nós da parte tipográfica, e a facilidade que seus prelos têm oferecido à divulgação das luzes por meio da imprensa, não admitem contestação.

Como os mais acreditados jornais de instrução popular que entre nós circulam, seremos obrigados, mau grado nosso, a recorrer principalmente ao estrangeiro para os tipos sólidos de metal fundido donde se tiram as impressões das estampas que ornem nossas páginas; porque infelizmente a arte de gravar em madeira é muito pouco cultivada entre nós, e o processo de passar debuxos em madeira a tipos de metal* é, na prática, totalmente ignorada. Mas tendo-nos entendido com dois artistas desta cidade para nos aproveitarmos de seus trabalhos, cedo procuraremos apresentar amostras de execução nacional. (...).

* A pouca dureza da madeira, que se gasta com repetidas impressões, exige este processo em publicações de extensa circulação. Teremos ocasião de falar da estereotipia. (*O Museu Portuense*, n.º 1, 1838, p. 1)

O texto acima inserido dá algumas pistas preciosas sobre a ideologia, propósitos e modo de funcionamento do *Museu Portuense* e, decerto, de outras publicações semelhantes da mesma época:

1. Raramente os projetos eram sólidos. O *Museu Portuense* até procurou tornar-se um projeto editorial consistente e viável (assim o prova, nomeadamente, a rede de correspondentes e vendedores que montou, inserida no final do primeiro número), mas sucumbiu passado um semestre, devido às “avultadas despesas” que obrigavam a revista, para subsistir, a ter “uma extensa circulação”, coisa que nunca terá logrado obter.
2. Uma ideologia progressista e empreendedora presidia à intenção da publicação do novo periódico: era feito para instruir todos os que tivessem frequentado, pelo menos, a escola primária, pois a linguagem a empregar, segundo a promessa e compromisso estabelecido livremente perante o leitor (*contrato de leitura*), estaria ao alcance de “todas as inteligências”.
3. A ideologia dos editores também tinha uma veia filantrópica e patriótica.
4. O periódico precisava que o público lhe fornecesse conteúdos: “como os redatores não têm caprichos literários a sustentar, eles declaram que muito agradecerão toda e qualquer sugestão tendente ao melhoramento da redação, ou qualquer artigo comunicado que diga respeito aos fins propostos na publicação do jornal”. Nesta passagem, há, também, um leve tom de crítica às publicações em que os envolvidos procurariam sustentar as suas ambições literárias.
5. O processo editorial obrigava a recorrer ao estrangeiro, quer por causa da inexistência de gravadores qualificados em Portugal em número suficiente, quer porque as xilogravuras tinham de ser transcritas para metal para as estampas poderem ser impressas sem perda de qualidade num elevado número de cópias.
6. O periódico queria, todavia, apostar na produção própria de informação iconográfica sobre temas nacionais.



Figura 12
Capa do primeiro número da revista
O Museu Portuense.
Fonte: reprodução do original.

Uma explicitação sobre as condições de assinatura, inserida no final do primeiro número, congrega, também, vários dados sobre o periódico, inclusivamente sobre a rede de correspondentes e delegados, que se alargava a Galiza e a Inglaterra.

O *Museu Portuense* prometia cobrir, como outras publicações semelhantes, a história, as artes, as ciências industriais e a literatura, ou seja, constituir-se como um *museu* impresso, mas também ser um meio de entretenimento e de instrução, inclusivamente sobre questões práticas. Assim, nas páginas do primeiro número sucederam-se os seguintes conteúdos: apresentação de correspondência trocada entre a rainha D. Catarina e Damião de Góis; uma descrição do rio Tejo; o relato de um motim que houve no Porto, a 4 de maio de 1661; uma crónica sobre a vida em tranquilidade; um texto sobre o significado da expressão italiana “andare a ripaglia”, em conexão com a fundação da ordem dos Cartuxos; um artigo sobre tipografia a vapor, ilustrado; uma biografia do criador do Fundo dos Pobres; uma descrição de uma ave australiana, ilustrada; um texto sobre a origem do nome Figueiredo; uma descrição de um modo de escrever às escuras; uma crónica histórica sobre os reis visigodos que dominaram a Península Ibérica; uma crónica sobre os reis de Oviedo; uma receita para pratear o latão; um texto sobre a forma de conservar os ovos frescos; uma explicação sobre a forma de reconhecer cogumelos venenosos; uma recomendação aos fabricantes de velas de sebo sobre a forma de tornar a luz emitida mais clara; e uma apresentação do livro *Memórias do Buçaco*, de Adrião Pereira Forjaz de Sampaio.

A revista seguinte, numa sucessão cronológica, faz parte do imenso rol de publicações editadas em Lisboa. Intitulava-se *O Mosaico: Jornal de Instrução e Recreio*. Semanário, cada número tinha oito páginas, com a dimensão de 18,5x25cm. Surgiu nas bancas a 14 de janeiro de 1839, datando o último número de 1841¹². A numeração sequencial das páginas permite afirmar que, como outras revistas similares, se tratava de uma publicação feita para ser colecionada e encadernada anualmente (ou por volume). Indicava, junto ao título, que o lucro que a revista obtivesse seria aplicado a favor das Casas d’Asilo da Infância Desvalida, facto sublinhado, identicamente, no “Proémio”, no qual se apresenta a linha editorial do periódico. Custava, avulso, 40 réis, saindo a assinatura anual por 1920 réis, a semestral por 960 réis e a trimestral por 480 réis. Teve por editor Francisco Manuel Raposo de Almeida e por colaboradores, referidos no primeiro número, José da Silva Mendes Leal Júnior, Diogo Pires Monteiro Bandeiro, Paulo Midosi Júnior e Tomás Oom Júnior. Como outras revistas que recorriam à litografia, em detrimento da xilogravura, *O Mosaico* só se pode considerar uma revista ilustrada porque encartava litografias em cada número — e não porque as imagens fossem paginadas no seio da mancha gráfica.

12 A data é incerta, já que a datação dos números deixou de ser referida.



Figura 13
Capa do primeiro número da revista
O Mosaico.
Fonte: reprodução do original.

Os conteúdos de *O Mosaico* faziam justiça ao título da revista. Tal como outras revistas enciclopédicas, *O Mosaico* abordava uma imensidade de singularidades — metaforicamente, mosaicos — que compunham um mosaico maior. Episódios da história, poesias, provérbios, anedotas, biografias, folhetins, curiosidades diversas, artigos filosóficos, encaixavam-se como peças de um mosaico na revista. Essa fragmentação, registe-se, dificilmente daria origem a uma vasta e profunda cultura humanista — mas apenas a uma “cultura-mosaico”¹³, pronta-a-servir. No primeiro número, por exemplo, as matérias incidiam sobre os seguintes temas: uma narração ficcionada da véspera da mítica batalha de Ourique, travada por D. Afonso Henriques, acompanhada de litografia (levava por antetítulo “Análise da estampa”);

13 Conceito bem conhecido de Abraham Moles.

uma biografia de António Pereira de Figueiredo, o padre português setecentista que traduziu a *Bíblia* da vulgata latina para português; o primeiro capítulo do romance-folhetim “Vannina d’Ornano”; um poema; e uma secção dedicada a citações.

No “proémio” ao primeiro número, escrevia-se que a revista era feita por “jovens sem nome” que apenas começavam “a trilhar a vida”, apesar de serem “dotados de uma vontade enérgica e forte”. Anunciava-se, no mesmo texto, que “poesia, literatura e romances” comporiam as suas páginas, embora o privilégio temático fosse para a história de Portugal, visando a revista “a instrução, o deleite, o útil, o agradável”. Prometia-se, ainda, incluir “produções originais”, mas “não sempre, pois difícilíssima coisa seria”. Esta referência é relevante: as revistas assumiam que nem todos os conteúdos publicados eram originais.

Interessantes são também as referências a Alexandre Herculano e a António Feliciano de Castilho no mesmo texto, como se os redatores d’*O Mosaico* implorassem a bênção desses intelectuais à nova publicação. Escrevia, pois, um redator de *O Mosaico* que ele e os seus companheiros não se queriam comparar a Herculano, “génio superior que preside à (...) redação” de *O Panorama*, revista que consideravam “um astro de esperança” entre as “nulidades” da imprensa, nem a António Feliciano de Castilho, da *Revista Universal Lisbonense*, de quem os separava “uma distância enorme”.

A revista enciclopédica ilustrada que se apresentou ao público depois de *O Mosaico* intitulava-se *Museu Pitoresco: Jornal d’Instrução e Recreio*. Mais uma vez, o título condensa toda a filosofia da linha editorial do segmento das revistas ilustradas enciclopédicas. Instruir, entendendo, como se o leitor visitasse um museu. Em boa verdade, os títulos das primeiras revistas ilustradas enciclopédicas eram algo repetitivos e monótonos, pouco devendo à imaginação e à criatividade.

Essa nova revista apresentou-se ao público, em maio de 1842, em grande formato: as suas dimensões eram de sensivelmente 28x39,5 cm. Cada número tinha oito páginas, paginadas a duas colunas, conforme era timbre na época, e custava 320 réis. Cada estampa, se adquirida separadamente, custava 140 réis. A coleção anual completa ficava por 4800 réis, estampas incluídas, 5400 no Brasil.

Justificava-se, assim, no primeiro número, datado de maio de 1842, o surgimento da nova revista:

Os conhecimentos nos elevam a certa superioridade. (...) A ignorância permanece sempre num estado de inação, ao passo que a ciência encontra mil meios de obrar com segurança (...). Se a difusão das luzes é tão profícua, e necessária à sociedade (...), por muitos que possam ser os meios de (...) espargir por todas as classes da sociedade estas mesmas luzes, eles nunca são de mais.

O Museu, prestando ouvidos à voz da verdadeira filantropia, (...) julga que a utilidade da sua missão (...) será devidamente apreciada (...).

Vencidas não pequenas dificuldades, ele [o *Museu*] aparece enfim (...). A direção, desvelada na parte instrutiva, que formará o objeto mais considerável (...), e não que respeitar aos assuntos variados de útil recreio, nutre a agradável persuasão que o seu jornal (...) merecerá (...) constante acolhimento (*Museu Pitoresco*, n.º 1, 1842, p. 1).

Escreve-se, por sua vez, na Introdução ao segundo e último volume, o seguinte:

Reconhecendo pois a nossa importante missão como escritores públicos, seguiremos constantes em nossos trabalhos a nossa verdadeira vocação, que consiste em desenvolver todos os recursos do génio e da investigação em proveito público.

Hoje encetámos o segundo volume do *Museu Pitoresco* que debaixo dos melhores auspícios se apresenta entre os contemporâneos. Podemos afiançar que o desvelado interesse que a direção já tem manifestado pelo melhoramento deste jornal, ainda mais se fará sentir nas futuras produções (...). Contudo, reconhecendo quanto poderá interessar ao público uma notícia enciclopédica de todos os conhecimentos úteis, nos daremos ao cargo (...) de oferecer na parte instrutiva maior desenvolvimento e mais sólido interesse (...). (*Museu Pitoresco*, vol. II, n.º 1, 1843, p. 1)

O texto introdutório do segundo volume do *Museu Pitoresco* mencionava, ainda, que as matérias de interesse para o periódico se agrupariam dentro das seguintes categorias: química orgânica, agricultura, economia rural e doméstica, veterinária, mecânica e artes, história de Portugal, e viagens, usos e costumes dos diversos povos. Afiançava, igualmente, o redator que seria publicada no *Museu Pitoresco* a obra do cardeal patriarca intitulada *Índice Cronológico das Navegações, Viagens, Descobrimentos, e Conquistas dos Portugueses nos Países Ultramarinos Desde o Princípio do Século XV*, apresentada como uma importante mais-valia para convencer o leitor potencial a comprar a publicação. O temário proposto para a publicação não se afastava, assim, do temário comum às revistas ilustradas enciclopédicas. O *Museu Pitoresco* seguiu, pois, o modelo pré-existente para a imprensa enciclopédica ilustrada. Adotou, também, a prática de algumas das revistas precedentes de oferecer autonomamente ao mercado as litografias que comentava e explicava (designava-se pitoresco por ser ilustrado, isto é, *pintoresco*), dando ao comprador a possibilidade de opção pela compra conjunta ou em separado do periódico e da estampa.



Figura 14
Capa do primeiro número da revista
Museu Pitoresco.
Fonte: reprodução do original.

Os textos de introdução aos dois volumes do *Museu Pitoresco* documentam que a finalidade da nova publicação, aos olhos dos seus redatores, era clara. Como outras publicações do mesmo género, era seu intuito ideológico derramar conhecimentos gerais sobre a população portuguesa. Os promotores da publicação ver-se-iam a si mesmos, enquanto “escritores públicos”, certamente, como verdadeiros “educadores do povo”. O que os moveria, além do desejo de lucro, seria, muito possivelmente, o reconhecimento dos seus pares. No entanto, o ideário educativo transclassista da publicação não foi materializado. Nem podia. O analfabetismo imperava e, além disso, as pessoas contavam os tostões para poderem sobreviver. Comprar uma revista ilustrada — e cara — não estava ao alcance da esmagadora maioria da população.

No caleidoscópio de sucessivas revistas ilustradas enciclopédicas oitocentistas aparece, seguidamente, mais uma publicação do Porto — *O Instrutor Portuense: Periódico Mensal Contendo Diferentes Artigos de Educação, Literatura, Moral, História, Ciências e Artes*. Optava pelo encarte de litografias, que também podiam ser adquiridas autonomamente. Pode, assim, considerar-se uma revista ilustrada, ainda que a iconografia não se integrasse na mancha gráfica. O seu editor e diretor, José Fernandes Ribeiro, era, aliás, litógrafo, o que ajuda a

explicar a opção da revista. Por outro lado, é de assinalar que havia litógrafos suficientemente cultos para se abalançarem a editar uma revista enciclopédica ilustrada para a qual, certamente, também produziam textos, mesmo que maioritariamente não originais (copiados de revistas congéneres).

O título da nova revista revela não apenas a sua vontade, como as publicações congéneres, de instruir, mas também a sua vinculação ao Porto, então já a segunda mais importante cidade do país.

O *Instrutor Portuense* teve periodicidade mensal, datando o primeiro número de 1 de janeiro de 1844 e o último de abril de 1845. Tinha por dimensões, sensivelmente, 13 x 20 cm, correspondendo a uma superfície de página a cerca de 260 cm². Apresentava uma paginação clássica, a duas colunas.

No início do segundo ano de publicação, em janeiro de 1845 (n.º 13), o editor/diretor escrevia:

O bom acolhimento que, de algumas pessoas ilustradas, recebeu o *Instrutor Portuense* durante o primeiro ano da sua publicação me animou a continuar segundo, em que procurarei (...) não desmerecer (...). Penoso é o trabalho para de todo ele se incumbir uma só pessoa; porém (...) a aprovação, ainda que fosse de uma só pessoa de letras e ciências, não é (...) para menosprezar.

Escritos desta natureza não são raros no nosso país. São raros, sim, os seus leitores (...), mas (...) alguns conta este periódico, que, a par dos mais, aparece não para instruir do que é nosso, que com isso pouco nos adiantaria, mas para dar a conhecer o que possuem estranhos, o que os seus escritores publicaram, o que o seu saber produziu (...). (...) Falta-nos, em geral, o gosto que noutras nações têm pela literatura, É verdade que esse gosto se tem desenvolvido entre nós, desde que um maior número de periódicos literários tem saído à luz (...), isto é, desde 1835 (...).

Folheando mais de cem volumes impressos nestes últimos anos em quatro (...) línguas estrangeiras, procuro escrever para todas as classes e tornar o *Instrutor* semelhante a vasto campo diversamente cultivado, vertendo (...) educação (...) e (...) *literatura moral*, formando o coração e o espírito (...). (O *Instrutor Portuense*, n.º 13, janeiro de 1845, p. 1)

No texto encontram-se algumas ideias fortes do tipo de publicação de que o *Instrutor Portuense* é exemplo:

1. A identificação do público-alvo: pessoas ilustradas;
2. O carácter artesanal e pessoal do empreendimento;
3. A escassez de leitores e, portanto, de compradores;
4. A finalidade: verter educação e formar a moral;
5. O facto de se inserir num conjunto de revistas cuja origem remontava a 1835 (ano de lançamento d'O *Recreio*).

Interessantes, também, são as referências à forma de produção do periódico: o editor-redator lia periódicos similares de vários países estrangeiros e deles selecionava artigos para o *Instrutor*. Mas andava cansado, “de estudar (...) construir, (...) escrever, (...) corrigir, e (...) rever, emendar, e despendar, e publicar” — as fases por que passava o processo produtivo destas publicações artesanais, algumas delas obras de indivíduos isolados (ao contrário, por exemplo, de *O Panorama*).

Os conteúdos que o *Instrutor* apresentava eram, pois, os expectáveis para uma publicação da sua natureza, que ia buscar as peças a revistas estrangeiras semelhantes.

O Jardim Literário: Semanário de Instrução e Recreio é a revista que se segue nesta lista. Foi publicada entre 1847 e 1854, mas as datas de saída do primeiro e do último número são desconhecidas. Promovida, editada e redigida pelo poeta, dramaturgo e romancista Francisco Gomes de Amorim (1827-1891), com a colaboração de literatos como Matias Pinheiro da Silveira Botelho e José Augusto da Silva, apresentava-se, como outras publicações similares, com oito páginas, cada uma com 15x21 cm de dimensão, diagramadas a duas colunas. O seu preço, porém, era mais baixo do que o habitual, o que ajuda a compreender a sua longevidade. Um número avulso custava somente 10 réis, ficando a assinatura anual por 520 réis e a semestral por 260 réis.



Figura 15

Capa do primeiro número da revista *Jardim Literário*.

Fonte: reprodução do original.

No primeiro número da revista, surge um texto dialógico intitulado “Ao público”. Dois promotores da revista conversam entre eles. Diz o primeiro:

— Cogitemos um divertimento em que possamos utilmente empregar as horas, com recreio próprio e utilidade alheias. (*Jardim Literário*, n.º 1, 1847, p. 1)

Eis, pois, os propósitos centrais da nova publicação. Entreter quem a promovia. E ser útil a quem a lia.

Como consegui-lo? No diálogo, fica bem claro que seria necessário obter a colaboração de outros literatos.

— (...) vós tendes amigos, conhecidos literatos, (...) sobre cujos ombros (...) têm pesado (...) famosos jornais científicos e recreativos: rogai-lhes o seu apoio. (...) Decerto eles nos coadjuvarão. Tais gé-nios não são mesquinhos. Desejarão ver estampados os frutos do seu (...) estudo e saber (...). Ainda existem muitos dos nossos clássicos desconhecidos às classes menos abastadas pelo excessivo preço das suas edições, e alguns pela sua raridade. Destes façamos excertos e com o que for (...) original daremos aos nossos assinantes um passatempo semanal de instrução e recreio. (*Jardim Literário*, n.º 1, 1847, p. 1)

O excerto de texto anterior documenta que as revistas ilustradas da primeira geração viviam bastante da colaboração voluntária do público. Alguns dos que liam essas revistas eram também seus colaboradores. Ou sejam, eram produtores-consumidores de informações, *prossumidores*, antes do termo ser inventado. Faziam-no, voluntariamente, em busca, possivelmente, de reconhecimento público do seu labor e saber.

O texto dialógico de apresentação ao público da revista *Jardim Literário* realça outro ponto: os promotores da nova publicação não ignoravam que o preço elevado da maioria das publicações congéneres era um obstáculo intransponível para muitas bolsas. Daí que, desde o início, tenham zelado pela manutenção de um preço acessível para o seu periódico.

Além da apresentação “Ao público”, o *Jardim Literário* incluía uma “Introdução” na qual, como num estatuto editorial, se revelavam as linhas de força da nova publicação, surgida por “amor da nossa pátria”: “Será (...) filosófico e moral e (...) instrutivo. O entrelace de algumas peças poéticas, anedotas, fábulas e historietas contribuirão (...) não só [para a] instrução, [mas também] (...) ao deleite”. Instruir, entreter, moralizar — eis pois a tríade de objetivos comuns ao enciclopedismo ilustrado oitocentista. Os conteúdos do primeiro número contribuem para mostrar como se concretizava a política editorial do periódico, exposta na “Introdução”. Além da apresentação “Ao público” e da “Introdução”, peças nas quais se traçaram os propósitos e a linha editorial da nova publicação, esse número continha, por ordem, os seguintes conteúdos: uma matéria sobre a conquista de Palmela aos mouros, por D. Afonso Henriques; o primeiro

capítulo de um romance-folhetim intitulado “A Cítara da Montanha”, uma descrição do Cabo Carvoeiro, com gravura; um conto cómico-moralista; uma anedota; um provérbio; poemas; uma nova anedota; e, por fim, um enigma pictórico, ou pintoresco, ou ainda pitoresco, um género muito cultivado na época e ao qual, como se disse, a apresentação “Ao público” fazia referência.

Surgida em data incerta de 1848, provavelmente em janeiro, e parcamente ilustrada, *A Época: Jornal de Indústria, Ciências, Literatura e Belas-Artes* foi mais uma das revistas ilustradas de cariz enciclopédico publicadas, em Portugal, na primeira metade de oitocentos e a que se segue nesta lista cronológica. O seu último final, igualmente não datado, será de dezembro de 1849. Com ela colaboraram, entre outros, João de Andrade Corvo e Luís Augusto Rebelo da Silva, seus editores prováveis, que subscrevem o texto de abertura.



Figura 16
Capa do primeiro número
da revista *A Época*.
Fonte: reprodução do original.

Cada edição semanal d’*A Época* tinha 16 páginas de dimensão 21,5 x 28,9 cm (cerca de 621cm² de superfície), paginadas a duas colunas. A assinatura anual custava 2880 réis, ficando o número avulso por 70 réis, um valor bastante elevado que terá contribuído para o insucesso da revista. A assinatura semestral custava, exatamente, metade da anual (1440 réis) e a trimestral, também possível, ficava por 720 réis.

O título, de algum modo, circunscrevia o público-alvo: a revista destinava-se aos cavaleiros empreendedores e inovadores, amantes do progresso, que se queriam ilustrar e que tanto se interessavam pelos negócios e pela política, como pela ciência, pela literatura e pelas artes. Daí que *A Época* ostentasse o subtítulo “*Jornal de Indústria, Ciências, Literatura e Belas-Artes*” e solicitasse o “auxílio das pessoas instruídas e dos amigos do progresso”.

No número um, João de Andrade Corvo e Luís Augusto Rebelo da Silva escreviam, sem novidade, que a nova revista alimentava o “desejo” de ser útil ao país, desenvolvendo a “instrução pública” e contribuindo para o “progressivo aperfeiçoamento das classes laboriosas” (embora, na verdade, se dirigisse às elites do país). Mas estavam bem conscientes das dificuldades que se alinhavam no futuro e da enorme dependência que os periódicos tinham do seu público-alvo:

De todos os lados se estão levantando, e vão-se robustecendo pela ação benéfica das simpatias públicas, ou morrendo à míngua desta salutar influência, muitos periódicos, todos de certeza filhos do gosto das boas-lettras, do ardor filantrópico e da viva admiração pelas artes e ciências proveitosas ao bem das sociedades. (*A Época*, n.º 1, 1848, p. 1)

Ecoava ainda do texto de abertura, simplesmente intitulado “Introdução”, a fé na prosperidade, nutrida pela técnica e pela ciência: “O futuro, hoje, apresenta-se confuso (...), mas uma bússola lhe marca o rumo (...), a ciência e o trabalho e as máquinas (...)”. Ideologicamente, *A Época* proclamava-se liberal, apregoando “os princípios da liberdade do comércio, da liberdade da [propriedade da] terra, da [liberdade de] associação (...)”.

Interessantemente, os editores referiram-se nesse mesmo texto às dificuldades de publicação de um periódico especializado, devido, entre outras razões, à inexistência de especialistas em número suficiente no Portugal coevo:

A imensidade das ciências morais, das ciências físicas e das suas aplicações industriais dificulta muito hoje a redação de um periódico que se não encerre nos limites, ainda assim muito largos, de uma especialidade só: esta delimitação é mesmo, além de variável, em extremo útil, porque só ela consente que cada matéria seja tratada com o desenvolvimento de que carece. Mas entre nós (...) um periódico dessa natureza seria impossível. São pouquíssimos os homens especiais (...). (*A Época*, n.º 1, 1848, p. 1)

Tal como se propuseram outros periódicos da mesma índole, também *A Época* pretendia aliar o útil ao agradável e, por isso, os editores prometiam juntar “o processo agrícola” à “poesia amena”; a “severidade da história” à “facilidade do romance”; e “a descrição enfadonha de um novo invento” à “crítica agradável de um novo livro”, apresentando cada número da revista duas partes, “uma puramente científica e industrial, a outra (...) literária”.

Enfatizavam, igualmente, a importância da adição de imagens à palavra escrita: “ornaremos as nossas páginas com modelos de máquinas, e com cópias de estátuas ou quadros célebres”.

No primeiro número, o leitor poderia ler, além da costumeira “Introdução”, onde se fixava a linha editorial da revista, um texto defendendo o ensino agrícola; um texto defendendo a educação pública; um texto, com gravura, sobre a invenção de uma nova máquina hidráulica; e ainda, na secção de Literatura e Belas-Artes, uma matéria ilustrada sobre uma gravura encontrada num túmulo romano; um conto moralista, designado “romance histórico”, intitulado “Como Velho Não Cansa”; poesia; e, na “Crónica da Semana”, notícias de Portugal e do estrangeiro, incluindo uma revisão da legislação que tinha sido publicada no diário oficial e uma crónica parlamentar. Depois do “Expediente”, com informações sobre o preço das assinaturas e lugares de venda (exclusivamente em Lisboa), o periódico ainda incluiu uma notícia de última hora, em duas linhas, sobre a aprovação, pelas Cortes, de legislação que isentaria de porte de correio os periódicos culturais, então intitulado “literários”, por oposição aos periódicos “políticos”, que dominavam, à época, a paisagem da imprensa.

Naquele que, provavelmente, é o último número da revista, o n.º 39, datado de 1849 (tomo 2), os conteúdos eram similares: uma anedota russa; provérbios; rimas; um texto intitulado “Carta sobre a situação da Ilha dos Amores” em *Os Lusíadas*, escrito por José Gomes Monteiro; notícia da abertura dos cursos públicos do Grémio Literário, por Silva Túlio; a transcrição da primeira lição de um curso sobre máquinas a vapor, lecionado por José Maria da Ponte Horta, no Grémio Literário; um artigo sobre uma experiência que provou a viabilidade dos cabos submarinos; uma crónica sobre a importância da chuva e as preces do povo, assinado pelo barão de Alfenim; notícias comerciais diversas (cotação dos fundos públicos; movimento dos cereais; câmbios; fundos em Londres; preços de compra e venda de metais); finalmente, um aviso aos assinantes de fora de Lisboa, que, aparentemente, indicava que os editores da revista manteriam a sua edição: “Participa-se a todos os Srs. Assinantes das províncias, que os Agentes a quem se devem dirigir, e entregar qualquer quantia pertencente ao jornal, são os seguintes: [segue-se lista]”.

A *Revista Popular: Semanário de Ciência e Indústria*, publicação que, cronologicamente, se sucede à revista *Época*, foi uma das primeiras publicações enciclopédicas ilustradas portuguesas a denominar-se, com propriedade, “revista”, designação que se pode aplicar aos periódicos generalistas não diários que possuem uma configuração de “magazine”, palavra que evoca a ideia de armazém (do francês *magasin*), um lugar onde se pode encontrar um pouco de tudo. Em tese, mesmo quando se denominavam jornais, as publicações ilustradas de cariz enciclopédico e cultural que animaram o século XIX foram, efetivamente, *revistas*.

Semanal, fundada por Francisco Pereira de Almeida e pelo gravador José Maria Baptista Coelho, a *Revista Popular* surgiu a nas bancas a 4 de março de 1848. Foi seu redator principal, até 1852, Joaquim Henrique Fradesso da Silveira, e foi seu diretor artístico, a partir de 1850, Francisco Augusto Nogueira da Silva. Em 1853, Sebastião José Ribeiro de Sá assumiu a

propriedade da revista, que duraria somente mais dois anos, até 1855. Nessa altura já o projeto seria insustentável, pois se a revista manteve 16 páginas até 9 de julho de 1853, depois desta data surgia com oito, seis ou mesmo quatro páginas. A referência à data de publicação também desapareceu da revista depois desse momento, facto que poderá indiciar o abandono da periodicidade regular. No número de 9 de julho desse ano escrevia-se, como “Advertência”, por ocasião da mudança da propriedade:

Convencidos de que a continuação da *Revista Popular*, com um plano de redação cuidadosamente seguido, poderia prestar algum serviço ao nosso país, mormente às classes que mais carecem de leitura útil e agradável, não duvidamos do encargo de fazer estável e duradoura esta publicação. Contamos (...) com o continuado favor dos antigos assinantes deste semanário e com os que de novo se queiram inscrever como tais para auxiliarem a realização de um pensamento que tem por base única a instrução popular. (*Revista Popular*, 9 de julho de 1853, p. 1)

Paginada a duas colunas, com dimensões de cerca de 18,5 por 25,5 cm, a *Revista Popular* não se afastou, nos conteúdos publicados, das suas congéneres da mesma época, misturando matérias de cultura geral com literatura, curiosidades, anedotas e outras amenidades. A assinatura anual custava 960 réis e a semestral ficava por 480 réis. Avulso, cada número custava 20 réis.



Figura 17
Capa do primeiro número
da *Revista Popular*.
Fonte: reprodução do original.

O plano de intenções da *Revista Popular*, incluído no primeiro número na “Introdução”, poderia, portanto, ser subscrito por qualquer revista similar da mesma época, embora enfatize o carácter popular da publicação, materializado, por exemplo, no preço baixo (20 réis):

Proporcionar às classes menos abastadas, que são as mais numerosas da sociedade, por preço a que todos chegam, um honesto receio, e um meio de ilustração variada e agradável, é o fim a que se propõe a *Revista Popular*, que hoje se estreia nesta tão santa missão, como é a que o jornalismo em toda a parte desempenha com mais ou menos proficiência.

E não é novo isto em Portugal; bem presente estão a todos os eminentes serviços que a ilustração do nosso país fez o primeiro e o melhor dos novos jornais populares, o *Panorama*; e também o acolhimento que ele recebeu em todo o reino provou exuberantemente quanto convinha continuar largamente naquele sistema de publicação, que já agora está provado ser o que mais se conforma com os hábitos, com a nossa índole e com nosso atual estado da nossa civilização.

A *Revista Popular* não tem, nem pode ter, as pretensões do *Panorama* — é mais modesta: mas há de trabalhar por ser mais útil ainda, se é possível, e mais acessível a todas as inteligências. E porque não nos acusem de calarmos o nosso pensamento, seja-nos permitido a expor resumidamente o plano que tencionamos seguir e que depois de pensada reflexão adotámos.

Portugal quase que vive só das gloriosas recordações do seu brilhante passado, que o presente, esse, têm-no dissecado e esterilizado as nossas desastrosas dissensões civis. A história nacional, pois, os seus factos mais memoráveis, ocuparão o primeiro e distinto lugar nas nossas colunas.

Os monumentos e edifícios que dentro e fora do reino existem, mais notáveis pelo seu interesse histórico, pelo mérito da sua arquitetura ou, finalmente, pela útil aplicação que se lhe houver dado, serão descritos, acompanhada a descrição da respetiva estampa.

Dos varões que pelos seus conhecimentos ou pelas suas virtudes bem mereceram da sociedade, faremos na *Revista* honrada memória, e será este um poderoso estímulo e um bom exemplo proposto à nossa esperançosa mocidade (...).

O romance é, por assim dizer, uma necessidade em todas as publicações literário-periódicas. À inserção, pois, de bons romances em que a moral será sempre guardada e venerada consagraremos, proporcionalmente, a maior parte da *Revista Popular*. O buril virá ajudar a conceção do escritor, ilustrando-o com a competente gravura, quando se entender mais conveniente. É uma novidade que não pode deixar de agradar.

Seguir-se-ão poesias escolhidas (...).

Na parte literária vária, resumir-nos-emos ao mais útil, deixando aos jornais especiais o que é só próprio do seu instituto. Nos conhecimentos úteis, limitar-nos-emos a apontar as invenções e processos recentes de mais reconhecida utilidade geral.

Finalmente, rematarão cada número do jornal uma charada e um enigma pitoresco, coisas hoje muito gostadas pela máxima parte dos leitores (...).

Resta referir que se não hão de poupar diligências para que a linguagem corra sempre limpa e igual.

A redação previne que os artigos com que hajam de honrá-la serão recebidos com gratidão e publicados quando se conformem com o espírito do jornal.

As gravuras deste e dos seguintes números são executadas por um nosso bem conhecido artista. O primor com que estão acabadas não desmerece o crédito que ele logra no conceito de todas as pessoas entendidas. (*Revista Popular*, n.º 1, 4 de março de 1848, p. 1)

Do texto introdutório ao então novo projeto editorial da *Revista Popular* podem extrair-se as seguintes ideias-chave:

1. Escrever matérias de promoção da cultura geral para a população portuguesa em geral, necessitada e ávida da instrução que os periódicos enciclopédicos lhe poderiam dar, era considerado jornalismo e, neste enquadramento, uma “missão” jornalística:
2. O *Panorama* era a referência para a nova revista, que, no entanto, não se lhe poderia equiparar em dimensão e meios.
3. A *Revista Popular* tinha por público-alvo as “classes menos abastadas” (presumivelmente, os operários, caixeiros e funcionários alfabetizados) e daí o seu preço módico.
4. A revista assegurava que, vivendo-se tempos agitados¹⁴, trabalharia para unir os portugueses, recordando-lhes, nas suas páginas, feitos “memoráveis” da história de Portugal.
5. Além da história de Portugal, teriam lugar cativo na revista a literatura e matérias sobre monumentos, além de passatempos.
6. Colaborava com a revista um “artista” de reconhecido mérito — provavelmente o cofundador José Maria Baptista Coelho, gravador.
7. A revista — conforme era comum na época — estava aberta a colaborações espontâneas.

A revista seguinte, numa ordenação cronológica, intitulou-se *O Recreio Popular: Semanário Noticioso e Instrutivo*. O título circunscrevia o objetivo da revista — recrear e instruir — mas com uma *nuance*, já que a revista também se propunha: noticiar. No entanto, se por notícia se entender um relato sobre uma novidade singular, pode dizer-se que *O Recreio Popular* não teve grande ambição noticiosa, no sentido de se ter devotado aos assuntos da atualidade,

14 Guerras civis entre 1832 e 1834 e entre 1846 e 1847; Revolução de Setembro, em 1836; revoltas e golpes diversos...

apesar das matérias soltas que foi publicando sobre singularidades coevas interessantes ou mesmo engraçadas. A revista *O Recreio Popular* foi, predominantemente, uma revista enciclopédica, cultural e literária (incluía um folhetim), ilustrada, como outras do mesmo segmento. O título indicava, igualmente, a periodicidade da publicação: semanal.



Figura 18

Capa do primeiro número

da revista *O Recreio Popular*.

Fonte: reprodução do original.

A revista *O Recreio Popular* teve por editor e redator o dramaturgo e literato Pedro Carlos de Alcântara Chaves. Durou de 14 de junho de 1855 a 10 de abril de 1856. Foi editada em Lisboa e cada número tinha oito páginas, paginadas a duas colunas. As suas dimensões eram reduzidas quando comparadas com as dimensões de outras publicações do mesmo segmento: cerca de 14 x 21 cm. Embora não tenha durado sequer um ano, a assinatura anual de 52 números ficava por 500 réis e a semestral por 250 réis, mas apenas para os assinantes de Lisboa. Para os assinantes da “província” (ou seja, todo o país fora da capital), a assinatura semestral ascendia a 380 réis. Avulso, cada número custava 10 réis.

O redator e editor da revista, no texto programático de apresentação inserido no primeiro número, enfatizou, principalmente, o carácter popular da publicação, que viria a constituir um dos traços dominante da sua identidade. No entanto, esse posicionamento mercadológico não constituía novidade. A revista propunha-se, efetivamente, “propagar a instrução entre as classes menos favorecidas pela fortuna”, objetivo em tudo semelhante ao da generalidade das publicações congêneres.

No primeiro artigo de um jornal redigido por alguns (...) alunos da Universidade de Coimbra dizia o Sr. A. Forjaz, fazendo sentir a necessidade da instrução popular: “Hoje o homem não pode seguir os cursos públicos, aquele que se vê forçado a votar toda a existência às fadigas corporais, o humilde artífice, o laborioso operário, também querem saber. E a razão, a experiência, o estado social, a natureza das instituições e dos governos e as urgentes necessidades gerais da esfera política justificam este desejo. Mais ainda, ordenam imperiosamente que se satisfaça.”

Nascido do reconhecimento deste dever, filho da ideia generosa de propagar a instrução entre as classes menos favorecidas pela fortuna, o *Recreio Popular* vê hoje a luz pública.

Não faremos lisonjeiras promessas. Restritos à missão de jornal literário, havemos de procurar satisfazer quanto couber em nossas forças a tarefa de que nos encarregámos.

Nestas palavras, que devem ser tomadas como o nosso programa, mostramos o desejo de ser julgados pelo que fizemos e não pelo que prometemos. Intendemos sempre que vale mais avaliar um drama pela representação do que pelas enormes letras de um cartaz.

Para a colaboração do *Recreio Popular*, de que o título indica os deveres que tem a cumprir, esperamos o valioso auxílio de todos aqueles que entendem que a ciência não deve ser património de meia-dúzia de homens e que Deus, concedendo o descobrimento das leis da natureza, físicas, morais e sociais, foi para que elas revertissem a favor da humanidade.

As colunas deste jornal estão abertas para todos. Será sempre para nós um prazer quando virmos reunidos os trabalhos do literato e do operário. Um cuja inteligência foi cultivada por estudos superiores, outro que à força de energia e vontade, à custa de horas roubadas ao repouso de um trabalho fatigante, conseguiu reproduzir pela imprensa os pensamentos que se lhe formarem na mente, as sensações que lhe fizeram pulsar o coração.

Ao encarregarmo-nos da direção do *Recreio Popular*, sabíamos perfeitamente quanto inglória e espinhosa era a tarefa de que nos incumbíamos, mas fortaleceram-nos o ânimo as seguintes palavras do Sr. Lopes de Mendonça, referindo-se àqueles que supõem que o primeiro culto da nossa época é o culto das ideias: “Tudo nasce daí, tudo daí depende. As revoluções são ideias armadas; as reformas ideias que se constituem; as transformações políticas, ideias que sucedem a outras ideias. A fatalidade onipotente do desenvolvimento intelectual é o que explica os fenómenos do mundo moral. Quem, por algum modo, se liga a esse movimento, pode descer ao sepulcro com a consciência de que cumpriu uma parte da sua missão sobre a terra.”

Se o *Recreio Popular* prestar algum serviço a esse culto grandioso de que hoje nos constituímos sacerdotes, será a mais nobre recompensa dos nossos esforços. (*O Recreio Popular*, n.º 1, 14 de junho de 1855, p. 1)

À semelhança de outras publicações, também o *Recreio Popular* se propunha receber (gratuitamente, claro) textos de pessoas que quisessem colaborar com a publicação. Mas, fazendo justiça ao seu estatuto editorial, matriz da sua identidade, alargava essa colaboração do literato ao operário. De qualquer modo, é visível que as publicações desse tempo viviam da cópia de conteúdos, de conteúdos da autoria do próprio editor e das colaborações espontâneas que o público lhe quisesse prestar.

No primeiro número, o leitor encontraria um conto intitulado “O reinado de Satanás ou os ricos e os pobres”, assinado por Benjamim Gastineau; o relato de um suicídio de um sapa-teiro lisboeta, da autoria de J. T. de Mendonça e Costa; um episódio histórico da defesa de um moinho por um soldado, contra forças superiores; uma peça sobre episódios demonstrativos do bom-humor do papa Pio V; poesia; pensamentos soltos extraídos do jornal *O Nacional*; notícias diversas: um suicídio, as joias que uma dama levou a um baile (transcrita de *O Nacional*), o lucro da Exposição Universal de Paris, a descoberta de um lago de enxofre nos Estados Unidos, o relatório oficial das consequências dos tremores de terra, um operário que apostou a orelha ao jogo (transcrita de *O Comércio*); e, finalmente, o expediente, com informações sobre as assinaturas.

Os conteúdos do último número, datado de 10 de abril de 1856, não se afastam do padrão dos conteúdos do primeiro número. Uma matéria sobre a igreja do Santo Sepulcro, em Jerusalém; uma peça (continuada de um número anterior) sobre a história da tipografia; a continuação do conto “O reinado de Satanás ou os ricos e os pobres”, que já vinha do primeiro número; uma crónica sobre a morte de uma mariposa, incapaz de sobreviver ao frio europeu; poesia; e notícias e crónicas diversas: sobre uma peça de Almeida Garrett no teatro de D. Maria II; sobre a meteorologia; sobre o passeio público e sobre o lançamento de um livro de versos. Curiosamente, uma pequena notícia prometia que a revista continuaria a ser publicada: “Recebemos um curioso artigo sobre as bibliotecas públicas da Europa, traduzido pelo Sr. A.T.P., o qual será publicado em um dos números próximos”.

Publicada em Lisboa, aos sábados, entre 26 de setembro de 1857 e 10 de agosto de 1861, a revista *Arquivo Familiar: Semanário Pitoresco*, de periodicidade semanal, é a que se sucede na lista cronológica do segmento das revistas ilustradas enciclopédicas. Apresentava-se ao público em números de 8 páginas, numeradas em sequência, para encadernação futura, com cerca de 18x28,4 cm de dimensão (correspondente a uma superfície de cerca de 511 cm²), paginadas a duas colunas. Cada número avulso custava 20 réis e a assinatura anual 1260 réis, preços habituais para a época. Pretendia ser uma sucessora do *Arquivo Popular*, que tinha circulado entre 1837 e 1844. Assim era revelado no Expediente do primeiro número, num texto

que reforçava o valor que os editores da revista votavam ao periodismo cultural e científico, o qual, na sua ótica, teria sido crucial para o desenvolvimento de Portugal, suprimindo, mesmo, o atraso crónico do país no campo da escolarização:

A experiência dos povos mais adiantados (...) tem demonstrado que não há mais eficaz meio de difundir proficuamente os conhecimentos úteis e o gosto da boa e sólida leitura do que o jornalismo. Portugal mesmo é uma prova irrefutável desta verdade. É certo que a instrução pública não está ainda tão desenvolvida no nosso país como seria desejável, nem o desejo de aprender suficientemente radicado no espírito público, mas é incontestável, igualmente, que o nosso adiantamento moral e a cultura intelectual do nosso povo é imensamente superior ao que era antes de firmadas as atuais instituições políticas e do jornalismo que é sua natural consequência.

Entre os periódicos que prestaram (...) mais relevantes serviços cabe um honroso lugar ao *Arquivo Popular*, que apesar da concorrência de outros bons jornais literários (...) foi sempre bem acolhido (...), porventura devido à boa escolha e variedade dos seus artigos e à modicidade do seu preço (...). Animados pela aceitação que o *Arquivo Popular* mereceu (...), vamos encetar uma publicação que não aspira a mais do que a continuar as tradições (...) inauguradas por aquele semanário (...). (*Arquivo Familiar*, n.º 1, 26 de setembro de 1857, p. 1)

No texto de apresentação, de autor anónimo, intitulado “Introdução” e publicado no primeiro número (26 de setembro de 1857), a revista *Arquivo Familiar* prometia não destoar do diapasão estabelecido para os periódicos similares: “criar uma feitura amena, e ao mesmo tempo proveitosa, para os menos favorecidos da fortuna”. Pretendia, idealmente, ser “pequena enciclopédia, para o uso principalmente dos operários e dos pobres”, “penetrar no seio das famílias”, e, efetivamente, o seu preço era um pouco mais baixo do que outros periódicos ilustrados da mesma época (o *Arquivo Pitoresco*, por exemplo, custava 50 réis). Mas, na verdade, embora os operários já tivessem um rendimento estável e alguns deles fossem alfabetizados, possivelmente a compra de periódicos enciclopédicos não estaria nas suas prioridades.

Tematicamente, a nova revista anunciava que privilegiaria a publicação, nas suas páginas, de matérias sobre “história, (...) viagens, (...) romance, (...) poesia, (...) ciências naturais”, não se afastando, também neste particular, da tradição do periodismo enciclopédico. E assegurava que “penas estimadas” escreveriam os textos, tratando-os “popularmente”, mas com elevação.

Não se julgue porem que pela palavra *popularmente* se deve entender que daremos aos nossos artigos uma forma rustica, e que a literatura será manchada de plebeísmos e de expressões grosseiras, ou de estrangeirismos ridículos que deturpam, ainda mal, tantas publicações que ali vêm a lume. Pelo contrário, forcejaremos para que se distingam sempre pelo agradável do labor, pelo substancial da doutrina, pela correção e limpeza de estilo. (*Arquivo Familiar*, n.º 1, 26 de setembro de 1857, p. 1)

Fazendo justiça ao seu subtítulo, *Semanário Pitoresco*, impressão e xilogravuras de qualidade foram, igualmente, prometidas pelos editores da revista no texto de “Introdução”, que definia a linha programática do novo periódico:

E porque a nitidez da tipografia é tão justamente apreciada, poremos todo o esforço (...) para que a execução material não envergonhe a tipografia portuguesa, cujos progressos têm sido tão rápidos e consideráveis nos últimos anos.

A gravura em madeira virá igualmente prestar-nos o seu valiosíssimo auxílio, que nenhuma publicação verdadeiramente destinada ao ensino do povo pode, para assim dizer, dispensar; e se infelizmente o diminuto preço do *Arquivo Familiar* não permitir, nos primeiros tempos, que demos muitas ilustrações xilográficas, faremos toda a diligência para que as que apresentarmos sejam tão aprimoradas quanto se possa. (*Arquivo Familiar*, n.º 1, 26 de setembro de 1857, p. 1)

A revista, indiciando o modo de funcionamento das publicações ilustradas coevas, finalmente solicitava e agradecia, no texto programático inicial, a colaboração de “todas as esperançosas vocações literárias”.



Figura 19
Capa do primeiro número da revista *Arquivo Familiar*.
Fonte: reprodução do original.

No primeiro número, a revista oferecia ao leitor um romance em folhetim, intitulado *O Canto Guerreiro de Rouget d'Isle*, de Frederico Sézanne; a descrição de Luanda, enriquecida com uma gravura; um excerto de obras de Afonso Karr, sobre a amizade; um conto moral, apropriadamente intitulado “Boa Lição”; conselhos de civilidade, fazendo a apologia do silêncio, de “saber calar e escutar os outros”; uma curiosidade histórica — o facto do duque de Wellington ter sido, provavelmente, o homem que mais apertos de mão tinha dado na história; uma anedota sobre um marquês arvorado em crítico teatral; e conselhos de economia doméstica.

No último número, o leitor encontraria os seguintes conteúdos: um texto descritivo de uma região dos Altos Pirenéus; outro texto, do mesmo tipo, sobre o principado de Hohenzollern Sigmaringen, na Alemanha; uma definição da formosura, da autoria do padre António Vieira; um capítulo do romance histórico intitulado “O Castelo de Chaumont”, da autoria do visconde de Arlincourt; uma secção intitulada “Sábias respostas e boas perguntas”; uma crónica sobre a rapidez da vida, escrita por José Bento d'Araújo Assis; a notícia do aparecimento de um livro intitulado “Contos ao Luar”, poesia, anedotas e, no final, a palavra “Fim”, fechando a publicação.

A revista que se segue foi a revista ilustrada enciclopédica a ter mais impacto em Portugal no século XIX depois de *O Panorama*. Intitulou-se *O Arquivo Pitoresco: Semanário Ilustrado*, chamando a atenção para a sua condição de semanário ilustrado de vocação “arquivística”, no sentido de ser um arquivo enciclopédico de assuntos variados, e foi publicado entre 1857 e 1868. Seguiu o modelo editorial de *O Panorama* e coexistiu com esta publicação entre 1857 e 1858 e entre 1866 e 1868¹⁵, tendo, curiosamente, ambas as revistas findado ao mesmo tempo.

O Arquivo Pitoresco foi publicado entre 1 de julho de 1857 e dezembro de 1868, saindo aos domingos. O sucesso foi tão grande que, entre 1864 e 1866, publicaram-se, também, os *Anais do Arquivo Pitoresco*, uma espécie de suplemento do *Arquivo Pitoresco*. A sua tiragem aproximou-se da mítica marca de cinco mil exemplares conseguida pela revista *O Panorama* nos primeiros anos da sua existência e até aí nunca igualada por qualquer periódico ilustrado (e mesmo pela generalidade dos diários).

15 Depois de 1844, já não era, no entanto, o “verdadeiro” *Panorama*, aquele que tinha sido publicado pela Sociedade Propagadora dos Conhecimentos Úteis entre 1837 e 1844.



Figura 20
Capa do primeiro número da revista
Arquivo Pittoresco.
Fonte: reprodução do original.

O conteúdo textual da revista *Arquivo Pittoresco* versou, conforme era timbre do periodismo enciclopédico e cultural, uma grande variedade de assuntos, entre os quais se destacam a história, a etnografia, a geografia, as ciências e a tecnologia, a língua e a literatura, a agricultura e a economia, entre outros. No primeiro número, de 1 de julho de 1857, por exemplo, além da “Introdução” em que se apresentava a linha editorial da nova revista, o leitor poderia ler um texto sobre o Rio de Janeiro (a gravura que o acompanhava, um plano geral da cidade, surgia na página 1, desfasada da peça); uma tradução, anotada pelo tradutor, António Feliciano de Castilho, de excertos da obra poética *Os Amores* de Ovídio; uma nota biográfica sobre Alexandre Herculano, acompanhada por uma gravura, publicada desfasadamente, na página precedente; e o início de uma crónica de uma viagem a Inglaterra assinada por J. Felix Nogueira, publicada em capítulos, como um folhetim, e que terminava com uma pequena gravura dos rochedos Needles à entrada de Southampton. No último número, de dezembro de 1868, possivelmente saído no dia 27 (último domingo deste ano), o leitor poderia ler um artigo em defesa da valorização do património natural português, ilustrado com uma gravura (não assinada) das margens do rio Vizela, subscrito por I. de Vilhena Barbosa; a conclusão de um texto de um número anterior em defesa do Real Asilo dos Inválidos, em Runa, da autoria

de A. Osório de Vasconcelos; um poema de Júlio de Castilho intitulado “A Escola Aldeã”; a conclusão de uma biografia, começada num número anterior, sobre um dos pais da economia, Adam Smith, da autoria de Tito de Carvalho; um texto de A. Filipe Simões sobre um suposto retrato de João das Regras, ilustrado com uma gravura, no final; a conclusão de uma matéria de Augusto Mendes Simões de Castro, igualmente iniciada em número anterior, sobre a Figueira da Foz, no qual se defendem as opções políticas tomadas para a melhoria da barra; um apontamento de crítica literária, subscrito por Miguel Sotomaior; um apontamento, escrito por Brito Aranha, sobre a defesa que o escritor francês Vítor Hugo fez do ensino gratuito e obrigatório; e o texto em que se anunciava o fim da publicação do *Arquivo Pitoresco*, “Aos Nossos Assinantes”, subscrito pelos editores.

A pequena e arbitrária amostra sobre os conteúdos do primeiro e do último números do *Arquivo Pitoresco* permite, desde já, tecer algumas considerações sobre esta revista:

1. O *Arquivo Pitoresco* era, efetivamente, uma revista eclética, inserindo-se, ainda que tardiamente, na categoria das revistas enciclopédicas;
2. As elites literatas da época que colaboravam com a publicação, se no início nem sempre assinavam os textos, assumindo a revista como “obra coletiva”, passaram a fazê-lo, para creditarem em seu nome a sua produção intelectual e para ganharem reputação individual e reconhecimento entre os seus pares;
3. Há indícios de intervenção política, ainda que não partidária, nos textos do *Arquivo Pitoresco*, bem como da valorização da atitude liberal de intervenção dos cidadãos na via pública. Cidadãos interessados nos negócios públicos, que constituiriam, aliás, o público-alvo da revista, defendiam, em nome do interesse geral da nação, determinadas causas e ideias, como a defesa e valorização do património natural do país, a opção política de investimento público na melhoria da barra da Figueira da Foz e, indiretamente, pela voz emprestada de Vítor Hugo, a escola pública e obrigatória;
4. Os valores liberais ecoam também na divulgação da biografia de Adam Smith;
5. Embora valorizados em número e espaço ocupado, os elementos iconográficos nem sempre coincidiam, no mesmo espaço gráfico, com os textos escritos aos quais deveriam estar associados.

Quando surgiu, o *Arquivo Pitoresco* apresentava uma vantagem e duas desvantagens. Vantagem: beneficiava da experiência acumulada pelas publicações ilustradas portuguesas e estrangeiras anteriores (a revista francesa *Magazin Pittoresque* ter-lhe-á servido de modelo). Desvantagens: (1) nasceu num momento em que o periodismo enciclopedista baqueava perante o impacto e a atratividade da atualidade; e (2) teve de competir com outras publicações

do mesmo género, nomeadamente com *O Panorama*, apesar desta revista quase somente conservar o título, com poucos vestígios do que tinha sido nas suas duas primeiras séries. A competição, porém, terá apurado a necessidade de fazer melhor e mesmo de fazer diferente. O esmero com que, nas suas páginas, o *Arquivo* tratou a imagem comprova-o. Num tempo em que a maioria dos gravadores das publicações periódicas gravavam rapidamente xilogravuras a partir de decalques grosseiros das imagens das revistas estrangeiras, o *Arquivo Pitoresco* insistiu na produção própria de desenhos e gravuras de excelente execução. A revista *O Ocidente*, aliás, reconhecia, em 1902, que o *Arquivo Pitoresco* tinha feito um grande esforço “para levantar a arte da gravura em madeira” nos onze volumes anuais que foram publicados, entre 1856 e 1868 (*O Ocidente*, 829, 830, 10 e 20 de janeiro de 1902, p. 2).

A fundação do *Arquivo Pitoresco* deveu-se a três associados: o empreendedor Tomás de Aquino Gomes e os tipógrafos Vicente Jorge de Castro e João Maria de Castro, proprietários da Tipografia Castro. Os três constituíram a firma Castro, Irmão & C.^a, que editou a revista.

Cada número do *Arquivo Pitoresco* tinha oito páginas, das quais pelo menos três eram ilustradas (publicava, no mínimo, três ou quatro ilustrações por número), e a sua periodicidade era semanal. Paginado a duas colunas, a sua dimensão era de cerca de 19,5 por 29,5 cm. Vendia-se por 50 réis, custando a assinatura anual nacional 2000 réis (2200 réis quando remetido pelo correio para fora de Lisboa) e a mensal 200 réis. A Sociedade Madrépora, do Rio de Janeiro, que agremiava emigrantes portugueses, comprava um determinado número de exemplares, sempre crescente, de cada edição do *Arquivo Pitoresco*, para os distribuir gratuitamente pelas escolas primárias nacionais e algumas escolas brasileiras¹⁶, conforme antes já o tinha feito *O Panorama*. Além disso, a Sociedade instituiu um prémio literário para os alunos dessas escolas. O premiado recebia um volume do *Arquivo Pitoresco* em sessão pública. Foi também por intermediação da Sociedade Madrépora que o *Arquivo Pitoresco* se difundiu no Brasil, quer através da disponibilização da revista para consulta pública, quer através da promoção de assinaturas. No entanto, foi também a dependência da Sociedade Madrépora que extinguiu a revista. Quando esta, apesar de todas as promessas, deixou de pagar uma parte substancial de exemplares do *Arquivo Pitoresco*, destinados à distribuição benemérita pelas escolas de Portugal, a revista extinguiu-se, mesmo que os seus editores ainda tenham adiado o seu fim, alimentados por promessas vãs dos responsáveis pela dita organização (cf. vol. XI [1868], 52, p. 411).

No texto de apresentação ao público, a revista proclamou a sua devoção à imagem como veículo de informação e diferenciação e anunciou que iria promover a xilogravura nacional, sem esquecer o texto:

16 Segundo o *Arquivo Pitoresco*, em 1860, 300 escolas portuguesas tinham recebido a revista; em 1861, foram já 600 (Prólogo, 1861, n.º 1, p. 2). Em 1865, já seriam 4200 exemplares.

Indo pedir (...) a ilustração das suas páginas, o *Arquivo* procura fomentar a nossa gravura em madeira, dar relevo à palavra e abrir campo em que as vistas curiosas espaírem sobre as criações da arte, da natureza, ou da fantasia. (...) A cada monumento perguntará a sua história, a cada geração os seus costumes, a cada século a sua civilização. (...) Pena e buril dar-se-ão as mãos neste cometimento patriótico. (...) Este semanário oferece a todos as suas colunas e os buris dos seus gravadores (...). Em boa hora para o público e para a empresa comece esta publicação, destinada a preencher uma grande lacuna na nossa imprensa literária. (*Arquivo Pitoresco*, n.º 1, 1 de julho de 1857, pp. 1-2)

No mesmo texto, o *Arquivo Pitoresco* explicitou que o seu público era constituído por portugueses e brasileiros. A revista anunciava, pois, que alimentaria a curiosidade dos leitores de ambas as nacionalidades:

Jornal português e para os portugueses, o fim principal que se propõe é ser útil, ou agradável, a ambos os hemisférios em que se fala a bela língua que imortalizou Camões. Para o conseguir, há de ir à natureza de Portugal, das suas ilhas, das suas possessões, e do seu irmão o Brasil, copiar os quadros que são dignos de contemplação e que extasiavam os sentidos (...). (*Arquivo Pitoresco*, n.º 1, 1 de julho de 1857, p. 1)

Os textos que abrem cada volume são sempre importantes para a biografia de um periódico, já que dão pistas sobre as vicissitudes que enfrentou, projetos para o futuro e linha editorial a seguir. O *Arquivo Pitoresco* não constituiu uma exceção.

No número que abre o terceiro tomo da revista, em 1860, o *Arquivo Pitoresco* enumerava as dificuldades com que tivera de arrostar em três anos de publicação:

Uma epidemia de muitos meses nos dispersou e levou os leitores; um incêndio total nos devorou a oficina e trancou as coleções do jornal (...). Tendo (...) estabelecido provisoriamente a oficina em casa menos apta (...), tivemos de a transferir (...) para edifício mais vasto e cómodo (...). (vol. III, n.º 1, p. 1).

No mesmo texto, a revista propunha-se aumentar “a variedade dos artigos” e o volume da iconografia dedicada a Portugal, “com os retratos, monumentos, edifícios, paisagens, produtos e tipos portugueses, divulgados pela gravura de madeira e por artistas nossos (...), (...) os melhores que há no reino” (vol. III, n.º 1, pp. 1-2). Realçava-se, ainda, que nos dois volumes anteriores se tinham publicado 148 gravuras a partir de desenhos originais de autores portugueses, entre as 233 gravuras publicadas (uma percentagem de 63,5% de gravuras de produção própria, portanto). Finalizava-se esse mesmo texto com o elogio à já referida Sociedade Madrépora, que tinha viabilizado a publicação do *Arquivo Pitoresco*:

O Império do Brasil, que tanto auxílio presta às publicações de Portugal, e onde inumeráveis patrióticos nossos se reveem a toda a hora nas folhas e livros que, da sua nação gloriosa, lhes vão suavizar as saudades da terra, nos tem prestado sempre bom acolhimento. E ultimamente dali nos veio um poderoso auxílio [da] (...) Sociedade (...) Madrépora, cujos fins são prestar auxílio à civilização e engrandecimento de Portugal, adotando como primeiros esforços ‘distribuir gratuitamente pelo povo jornais de literatura, de ciências, de artes liberais e mecânicas’.

Foi pela benemérita direção daquela Sociedade (...), escolhido o *Arquivo Pitoresco* como um dos jornais dignos de auxiliar tão generoso e nacionalíssimo empenho. Para este efeito, recebemos ordem de mandar distribuir por conta da Sociedade um avultado número de exemplares pelas escolas públicas do reino e pelas casas de educação das classes desvalidas. (*Arquivo Pitoresco*, vol. III, n.º 1, 1860, p. 2)

A revista revelava, porém, que se autocensurava, para que pudesse ser lida “sem escrúpulo entre as famílias e pela mocidade”, tendo em conta “o acatamento devido à religião e à moral” (vol. III, 1, p. 2)

No primeiro número do quarto volume, de 1861, reforçava-se a linha editorial do *Arquivo Pitoresco* e a intenção de reforçar a produção própria de iconografia respeitante ao país:

Os artigos de fé que formam o símbolo deste jornal são: instruir e recrear pela escrita e pela gravura, dando o maior campo aos feitos e monumentos nacionais, reanimando e influindo o espírito de independência e de amor pátrio com a narrativa das nossas glórias passadas, da grandeza dos nossos heróis, dos descobrimentos que tanto nos afamaram no mundo; das ciências e das artes que outrora cultivámos; com os exemplos (...) da língua (...); com o desenho dos monumentos (...), das vistas das povoações que mais engrandecem um país tão limitado; e também com os retratos dos portugueses notáveis (...).

Assim como o volume que findou se avantajava aos antecedentes em gravuras originais e de assuntos portugueses, o que agora começa ainda conterà maior número delas. Os editores desvelam-se neste ponto: trabalho nem despesa poupam para que o único jornal ilustrado que hoje há no reino (e já houve bastantes!) se aproxime (...) dos que lá fora tanto aplauso e retribuição têm.

Um nobre incentivo (...) é a (...) subscrição da (...) Sociedade Madrépora (...). O governo (...) dignou-se já louvar este donativo, encarregando aos governadores civis (...) a distribuição do nosso jornal pelas escolas (...).” (*Arquivo Pitoresco*, vol. IV, n.º 1, p. 2)

No quinto volume, correspondente ao ano de 1862, confessava-se, com alguma amargura, que o mercado não estava a corresponder satisfatoriamente ao *Arquivo Pitoresco*, embora se reforçasse a ideia de que a revista não teria fins lucrativos, sendo “santa no derramamento da instrução popular”. Realce, curioso, para o facto de se enfatizar que os tipos empregues na tipografia onde se imprimia o *Arquivo Pitoresco* eram de produção nacional, na “oficina que

o estado mantém” [possivelmente, a Imprensa Nacional]; para o afluxo espontâneo de desenhos enviados por leitores, nomeadamente de Trás-os-Montes; e para a notícia da criação da oficina de gravura que o *Arquivo* manteve por vários anos, ainda que o tempo tenha desmentido a perspectiva idealista para o futuro da gravura de madeira que transparece do artigo:

Se o trabalho não compensa ainda o trabalho, o dispêndio e os riscos desta indústria santa do deramamento da instrução popular (...), tempo virá que o povo, sabendo que lhe fornecem conduto são, de bom sabor e de substância, há de tê-lo por tão indispensável (...) como o pão de cada dia (...). Está hoje assentado, inquestionavelmente, que os jornais literários são o complemento da instrução (...).

A empresa do *Arquivo Pitoresco* não mira a lucros, porque sabe que não os dá esta indústria (...). Mas contenta-se com a íntima satisfação de que presta um serviço à sua terra, e com que lhe resulta de ver a arte da gravura em madeira aperfeiçoar-se e a tipografia realçar cada vez mais. É de fundição nacional a letra para que este volume encomendámos (...).

Os desenhos serão agora pela máxima parte originais, de monumentos, paisagens, retratos, tipos, costumes e coisas nossas; e as gravuras mais acuradas e corretas. Este melhoramento (...) é (...) o mais difícil de conseguir, porque não temos bastante número de artistas habilitados para o bom desempenho a que se dirigem os nossos constantes e dispendiosos esforços. Felizmente, alguns cavalheiros das províncias nos têm remetido desenhos muito aproveitáveis, mormente da província de Trás-os-Montes, que tão desconhecida está ainda do lápis, o que nos proporciona um dos meios de ampliar o panorama das vistas e monumentos de Portugal, deixando assim de recorrer às fotografias e desenhos estrangeiros (...).

Para este fim, aventuraram-se os editores do *Arquivo* a fundar (...) uma oficina de gravura de madeira, dirigida pelos dois melhores artistas que temos nesta especialidade, onde constantemente se grave para este semanário.

Admitem-se, desde já, aprendizes que tenham curso completo de desenho, para podermos criar uma escola [que] (...) possa dar gravadores às publicações (...). (*Arquivo Pitoresco*, vol. V, n.º 1, 1862, pp. 1-2)

O prólogo ao sexto volume celebra a tiragem de cinco mil exemplares alcançada pelo *Arquivo Pitoresco*, embora metade da edição continuasse dependente da boa vontade da Sociedade Madrépora. Mas também dá indicações relevantes sobre o funcionamento da revista, nomeadamente sobre a aposta na produção própria de gravuras sobre o próprio país e o facto de se gravar por antecipação — a revista anunciava que já tinha um bom “pecúlio” de gravuras para ilustrar o volume que então se iniciava. Era essa uma forma de rotinizar o trabalho, vencer o tempo e reduzir a imprevisibilidade:

O *Arquivo Pitoresco* (...) tira já 5 mil exemplares, quase tantos como *O Panorama* na sua idade áurea. Mais de metade da edição nos extrai a (...) Sociedade Madrépora (...).

Com o poderoso e constante auxílio desta (...) Sociedade (...), [a] instituição da escola de gravura, anexa à tipografia do *Arquivo*, conta já seis discípulos (...). No volume passado, quase todas as estampas que publicámos, que foram 140, são originais, poucas se copiaram (...) dos jornais ilustrados estrangeiros, mas nenhuma deixou de ser gravada pelos nossos artistas. Para este volume temos já um bom pecúlio e contamos que todas as gravuras hão de ser nacionais, mais apuradas e estampadas com maior perfeição.

(...)

O *Arquivo* é hoje em Portugal a única publicação periódica ilustrada com gravuras de madeira e os editores, para reanimarem esta (...) arte (...) têm empregado todos os esforços (...). (*Arquivo Pitoresco*, vol. VI, n.º 1, 1863, p. 2)

No prólogo ao VII volume, de 1864, enfatiza-se, mais uma vez, que, por meio da tipografia e da gravura, o *Arquivo Pitoresco* levava “aos estranhos notícias e desenhos que até hoje ocultava a incúria e a ignorância” (Vol. VII [1864], 1, p. 1). Mas o texto é pobre em informações relevantes sobre a revista, excetuando o apoio da Sociedade Madrépora, que verdadeiramente sustentava o *Arquivo Pitoresco*. O prólogo ao oitavo volume, além de, novamente, se referir ao apoio da Sociedade Madrépora, evidenciava um certo azedume com o mercado e alguma apreensão quanto ao futuro da revista:

Chegar entre nós aos oito anos uma publicação ilustrada de gravuras já se pode chamar a oitava maravilha do mundo português. Instituído e custeado por uma poderosa sociedade, o “genuíno” *Panorama* enfermou antes dessa idade¹⁷. E nenhum jornal com estampas arribou ainda a tal duração.

(...)

Não nos têm faltado incentivos e louvores (...) e (...) o esteio da (...) Sociedade Madrépora (...). Mas ainda assim a extração é inferior à estritamente indispensável para podermos dar impulso e incremento à parte artística, porque nesta deve o nosso jornal primar (...).

Opróbrio seria para Portugal (...) se nem sequer um jornal ilustrado de gravuras pudesse manter! (*Arquivo Pitoresco*, vol. VIII, n.º 1, p. 2)

Durante 1865 morreu o fundador da Sociedade Madrépora, conforme se refere no prólogo ao primeiro número do IX volume do *Arquivo Pitoresco* (de 1866). A partir daí, as dificuldades da revista devem ter-se agudizado, apesar da intenção de “redobrar esforços para

17 Somente as duas primeiras séries da revista *O Panorama* foram publicadas pela Sociedade Propagadora dos Conhecimentos Úteis, ao longo de sete anos: 1837-1844. O “genuíno” *Panorama* teria, pois, sucumbido no sétimo aniversário.

alcançar a estabilidade” da publicação e para alargar o leque temático das gravuras de produção própria, “reproduzindo não só os monumentos inéditos de Portugal, mas também os que ainda subsistem nas (...) possessões da África e da Ásia”, conforme se lê no mesmo texto,

Se a dependência da Sociedade Madrépora contribuiu para o sucesso do *Arquivo Pitoresco*, também ditou, conforme já se referiu anteriormente, o seu fim. Quando a Sociedade faliu, após a morte do seu fundador, António Emílio Machado Reis, a revista *O Arquivo Pitoresco* pouco mais tempo durou. No último número da revista, de dezembro de 1868 (não datado), um artigo dirigido aos assinantes revela que a Sociedade devia mais de sete contos de réis à sociedade editora da revista *Arquivo Pitoresco*, dívida que, não paga, ditou o fim da revista:

Concluindo hoje o vol. XI do *Arquivo Pitoresco*, a empresa dá também por finda a publicação deste semanário.

A causa única que determinou semelhante resolução foi o grande débito em que a Sociedade Madrépora, do Rio de Janeiro, está para com esta empresa. Este alcance teve origem nas assinaturas e volumes do *Arquivo Pitoresco* e outras obras que a Sociedade Madrépora constantemente requisi- tou e mandou distribuir, aumentando depois com despesas que a empresa do *Arquivo* não duvidou pagar por conta e crédito da mesma Sociedade.

Dispostos a lutar com a série de obstáculos que em Portugal dificultam sempre este género de publicações, não terminaria, decerto, ao fim de onze anos, o único jornal ilustrado que ainda se imprimia se não fora a injustiça e pouca lealdade com que alguns dos portugueses que constituem a Sociedade Madrépora se portaram para com esta empresa.

Sobe a mais de sete contos de réis (...) o que a Sociedade Madrépora deve à empresa do *Arquivo Pitoresco*, proveniente de grande número de volumes do *Arquivo* que, por sua ordem, foram anualmente distribuídos pelas escolas do reino (...). Esperando de ano para ano ver resolvida tão desgraçada pendência (...) adiámos sucessivamente até hoje a resolução definitiva que ora tomamos. Deste adiamento só colhemos maior número de encargos e sacrifícios inúteis e o aumento da dívida (...). (*Arquivo Pitoresco*, vol. XI, n.º 52, 1868, p. 411)

Fazendo o balanço da publicação do *Arquivo Pitoresco*, escreve António Manuel Ribeiro (2014, pp. 42-43):

De certo modo, o encerramento deste periódico augura já o fim dos periódicos literários portugueses do período romântico. Um conjunto de factos socioculturais indicia um momento de transição. O fim desta publicação é acompanhada pela extinção d’*O Panorama*, na mesma data.
(...)

O *Arquivo Pitoresco* foi considerado, coetaneamente, uma autêntica obra-prima das artes gráficas portuguesas e o expoente máximo da gravura em madeira. Apostou-se na introdução de mais gravuras na publicação, mais pormenorizadas e ricas, de produção nacional, assim como na crescente

qualidade do papel impresso. (...) Pela sua singularidade e excelência, contribuiu em muito para o sucesso das modernas estratégias editoriais da aliança da imagem e da palavra (...).

Grandes nomes das letras colaboraram ativamente com o *Arquivo Pitoresco*. José de Torres (redator principal até 1860), Pinheiro Chagas, Feliciano de Castilho, Brito Aranha (gestor da revista a partir de 1866 e coadjuvante de Vilhena Barbosa na redação a partir de 1866, sendo autor de uma grande quantidade de matérias), Silva Túlio (editor do periódico entre 1860 e 1865), Vilhena Barbosa (editor e redator principal a partir de 1866), Latino Coelho, António Feliciano de Castilho, Inocêncio Francisco da Silva, Silva Túlio, Mendes Leal, Andrade Ferreira, Pinheiro Chagas e outros concorreram para o êxito da publicação. No entanto, a afirmação da revista no mercado fez-se também pelo elemento que a distinguiu e lhe dava notoriedade: a imagem. O *Arquivo Pitoresco* contou, desde a fundação, com a colaboração do desenhador Manuel Maria Bordalo Pinheiro (1815-1880) e do gravador José Maria Baptista Coelho, que tinham acumulado enorme experiência na revista *O Panorama* e noutras publicações congêneres. A eles somaram-se desenhadores e gravadores como Tomás José da Anunciação, João Ribeiro Cristino da Silva, Francisco Augusto Nogueira da Silva, João Barbosa de Lima, João Pedroso Gomes da Silva, Caetano Alberto da Silva e João Maria Baptista Coelho Júnior (filho de José Maria Baptista Coelho), que, às vezes, trabalhavam em duo ou trio.

Nenhuma outra revista do segmento da imprensa ilustrada enciclopédica posterior à revista *Arquivo Pitoresco* teve um sucesso equiparável, sinal de que, eventualmente, a fórmula se encontrava já algo esgotada perante as alternativas propostas ao mercado, designadamente por revistas que cobriam graficamente a atualidade. Todavia, em Lisboa e fora da capital continuaram a surgir novos títulos.

A revista *Porto Elegante: Jornal de Literatura, Ciências, Belas-Artes e Modas* foi uma das raras publicações de feição enciclopédica a ser editada fora de Lisboa. O seu título apelava à ideia de que era uma revista genuinamente portuense, dirigida ao escol da sociedade da cidade. Quinzenal, durou, porém, menos de um ano. Só terão sido publicados quinze números, em datas incertas. Curiosamente, num tempo em que a gravura de madeira se instituía como suporte iconográfico dileto, a *Porto Elegante* deu preferência às litografias, de grande qualidade, inseridas, no entanto, no corpo da revista e não como encartes.



Figura 21
Capa do primeiro número da revista
Porto Elegante.
Fonte: reprodução do original.

Tal como outras revistas ilustradas enciclopédicas, a *Porto Elegante* apresentava-se paginada a duas colunas, tendo as suas páginas uma superfície de cerca de 452 cm², correspondendo a cerca de 18,1 cm de largura e a 25 cm de comprimento. O exemplar custava 90 réis, por causa da litografia, mas o valor da assinatura anual não era substancialmente diferente do valor cobrado pelas revistas ilustradas com xilogravuras: 2000 réis. No entanto, a revista, tendo em conta os exemplares localizados, durou somente quatro meses. Quem a assinou por um ano viu as suas legítimas expectativas frustradas.

A *Porto Elegante* teve por proprietários Francisco José Carlos Amatucci, desenhador e litógrafo, ao qual se deverão várias das litografias inseridas na revista, e M. A. F. de Sousa Campos. Entre os colaboradores acham-se Georgina da Soledade, A. de Almeida Alves e Silva, J. V. Pinto de Carvalho, R. A. Machado de Guimarães, Afonso Karr, F. G. Moniz, H. Moreira, G. Gartener e J. V. Pinto de Carvalho. No entanto, no número 6 abria-se à colaboração dos leitores, de cuja benevolência e colaboração dependia, nos seguintes termos:

A redação do *Porto Elegante* põe às ordens dos respeitáveis leitores e leitoras as colunas deste jornal, onde poderão ver publicada qualquer produção sua, uma vez que esteja em harmonia com o fim a que ele se propôs.

Se por qualquer motivo algum artigo deixar de ser publicado, a redação não se compromete a restituir o original ao seu autor, que por esta declaração fica sem direito a reavê-lo. (*Porto Elegante*, n.º 6, 1864, p. 1)

A revista terá tido um número-programa, não localizado. Contudo, a linha editorial, anunciada no número 1, não se afastava da norma seguida pelas publicações congêneres, prometendo instruir com leveza e simplicidade, moralizar e entreter o leitor:

O desenvolvimento que nestes últimos tempos tem tido a civilização é (...) devido à irradiação da instrução. Esta benéfica luz de espírito, concentrada toda entre as opacas paredes do claustro e das academias, só muito escassamente era coada pelas apertadas portas destas e miúdas grades daquele, de modo que eram ignorados, cá no mundo exterior, até os mais rudimentares conhecimentos do idioma pátrio. (...). Felizmente veio a emancipação, e os homens, que do fundo do crasso obscurantismo se não atreviam a fazer a menor reflexão às mesquinhas lições que recebiam, começaram a refletir, e acostumaram-se a pensar por si, repudiando (...) o (...) *ipse dixit* claustral (...). É por este caminho que as coisas vão correndo, e é neste caminho que é necessário guiar-lhe a direção: tal nos parece que deve ser o fito das publicações da natureza do *Porto Elegante*, — semear (...) a instrução para fazer uma boa colheita de moralidade e civilização, elementos sem os quais não há sociedade boa possível.

O *Porto Elegante* antes de vir à luz do dia mandou adiante o seu programa, onde se lia: *jornal de literatura, ciências, belas-artes e modas*. Há de cumpri-lo, e juntando deste modo ao útil o agradável, será mais amena a leitura. Os escritos científicos serão redigidos com a maior simplicidade possível, para se acharem à altura de todas as inteligências (...). (*Porto Elegante*, n.º 1, 1864, pp. 1-2)

No primeiro número, a devoção ao Porto, cidade onde a revista nasceu, é notória. O primeiro artigo, ilustrado com gravura, mostrava o Palácio de Cristal; o segundo debruçava-se sobre a própria cidade. A rubrica sobre teatro, publicada um pouco mais adiante, também se cingia aos teatros da cidade. Os restantes artigos traduziam a dimensão eclética própria das publicações ilustradas enciclopédicas. Misturavam-se na revista poesia, prosa e crítica literária com textos sobre as caleches napolitanas (com gravura), o envelhecimento, o petróleo, a primavera, o luxo, os bosquímanos, a vantagem de acordar cedo, a escravatura, os animais, as ciências e a moda.

No último número da revista, o leitor da *Porto Elegante* encontrou uma memória descritiva do monumento a D. Pedro V, na praça da Batalha, no Porto; poemas; uma peça de teoria da literatura sobre “Amor e poesia”; a continuação de um romance-folhetim; um texto sobre mitologia nórdica e conteúdos de entretenimento.

A *Ilustração Popular: Folha Destinada ao Recreio e Instrução* foi uma revista semanal de apenas quatro páginas, com cerca de 23x32,5cm, paginadas a duas colunas. Publicou-se entre 14 de janeiro de 1866, até meados de 1868¹⁸. Destinava-se a pessoas que não podiam optar por revistas mais elaboradas e, necessariamente, mais caras. Apresentava-se, publicamente, para divertir, ilustrar e recrear os “filhos do povo” e saía ao domingo porque era o “dia do ócio” (n.º 1, 14 janeiro 1866: 1). No primeiro volume, cada número respeitava a sua própria numeração de página — mas a revista podia encadernar-se; no segundo volume, a numeração das páginas passou a ser sequencial ao longo de todo o volume.

Figura 22
Capa do primeiro número da revista *Ilustração Popular*.
Fonte: reprodução original.



18 A partir do n.º 10, os números deixam de ser datados.

A assinatura anual da *Ilustração Popular* custava 960 réis, a semestral 480 réis, a trimestral 240 réis e a mensal 80 réis. Ao incluir a possibilidade de efetivação de uma assinatura mensal, a revista, de algum modo, demonstrava a sua preocupação em chegar a uma classe de leitores que não se podia dar ao luxo de subscrever uma assinatura por tempo superior. O número avulso custava 30 réis, indicação dada somente depois do número 10, que regista algumas alterações no periódico. A propriedade, inicialmente de Narciso Zeferino Lopes e Luís Guerra, dois operários litógrafos empreendedores, conforme se destaca no texto de apresentação do novo periódico, passa, nesse número, para as mãos de Domingos Francisco Lopes, proprietário da litografia onde o periódico era impresso desde o número inicial, conforme se infere do texto de “Apresentação” da *Ilustração Popular* inserto no primeiro volume. Narciso Zeferino Lopes assumiu, então, a condição de administrador. Francisco Duarte de Almeida Araújo foi o diretor literário da publicação, mantendo-se no cargo do primeiro ao último número.

No número inicial, datado de 14 de janeiro de 1866, escrevia o diretor literário, Francisco Duarte de Almeida Araújo, no já referido texto “Apresentação”:

Inaugurado este jornal, pelas limitadas forças de dois artistas, duvidou-se de que tão escassos meios o levassem por diante. A dúvida nasceu de ainda se não ter compreendido na sociedade a força de vontade que há na classe operária. Falecem-lhe, sim, os meios para levar a cabo empresas arrojadas; tem, contudo, na força de sua energia os dotes que acompanham as mais temerárias ações.

Nasceu este jornal da associação de dois operários. Esta associação convidou o signatário de este artigo para a coadjuvar (...).

Houve a fortuna, porém, de outro artista e operário (...) prestar a esta empresa o concurso de sua inteligência e força. Este (...) protetor da indústria artística (...) é o Sr. Domingos Francisco Lopes. Não é o primeiro jornal a que (...) tem prestado o concurso do seu braço e haveres. Está seu nome inscrito nos anais de algumas publicações literárias (...). O Sr. Lopes não tem conhecimento dos artigos insertos nesta folha, senão desde o momento que lhe passamos à mão o jornal para o mandar litografar.

Reconhecerá o público as dificuldades com que este artista tem lucrado, para dar a tão limitado e modico preço uma folha que contém simultaneamente leitura e desenhos e o subido custo porque ao empresário sai cada um d'estes números. Há, conseguido, porém, reunir um álbum curioso de retratos, vistas, e paisagens, com todo o esmero litografado. (*Ilustração Popular*, n.º 1, 14 de janeiro de 1866, p. 1)

Ao gosto liberal, o diretor literário faz, no texto de apresentação, um elogio do empreendedorismo, nomeadamente daquele que vem de onde não se esperaria — a classe operária. E vinca a sua autonomia editorial — o coproprietário do periódico e dono da litografia onde este era impresso, Domingos Francisco Lopes, desconheceria os conteúdos selecionados

pelo diretor literário até ao momento em que eram recebidos na litografia para impressão.

É curioso observar, também, no mesmo texto, a forma como o diretor literário olhava para a *Ilustração Popular*: era um *jornal literário*, do setor da *indústria artística*. Via-se, portanto, a si mesmo mais como um literato e artista do que como um jornalista.

O periódico incluía, ainda, no primeiro número, um texto intitulado “Início”, dirigido “ao público”, no qual, curiosamente, se destacam as diferenças entre o projeto da *Ilustração Popular*, de 1866, e o projeto do *Diário de Notícias*, cuja publicação regular se tinha iniciado em 1865 (com números experimentais datados dos últimos dias de dezembro de 1864):

Mais uma folha dedicada à ilustração do povo.

Hoje o povo lê. E lê, graças à iniciativa que neste ponto tomou o *Diário de Notícias*.

Continuaremos esta missão, que, de bom grado, tomámos sobre nós; porque filhos do povo (...), ao seu bem-estar [dedicamos] todos os nossos esforços para a sua ilustração.

É, porém, mui diversa a nossa missão da que o jornal diário, acima encarregou. Para ele o noticiar, dia a dia, os acontecimentos que se sucedem, tanto no reino como no estrangeiro, a fim de que o povo esteja ao facto do que vai no orbe social, do qual é a maior parte componente: para nós, um pequeno lugar neste banquete da inteligência e da Ilustração, para o divertir das notícias diárias, dos acontecimentos europeus, até mesmo da avidez da política, e lançá-lo no seio da família, nas horas de puro ócio, a recriá-la e ilustrá-la. Seremos, assim, ambos operários no mundo intelectual e social: ambos obreiros da civilização (...) cujos abundantes frutos trazem o vigor ao corpo, e a alegria ao espírito.

Escolhemos o domingo para dia da nossa publicação, por ser aquele em que o povo, liberto do jugo do trabalho em que diariamente lida, pode entregar ao ócio os poucos momentos que tem livre da rude tarefa imposta ao homem para o seu sustento e o da família (...).

Não será (...) unicamente recreativa a folha que hoje soltamos ao embate dos ventos (...). Será, igualmente, instrutiva, produtiva. (...) Assim com o romance, com a anedota, com a poesia, com os contos fantásticos, publicaremos, igualmente, o artigo da ciência (...), as receitas mais úteis à economia domestica, o verdadeiro ensino da teoria, que elevada à prática é a origem do aperfeiçoamento das artes (...).

As primeiras três páginas conterão leitura variada, e respetiva a assuntos que tenham relação com o título desta folha, destinada a moralizar e instruir não só a classe popular, como também a recrear as outras classes da sociedade, figurando, sem desdouro na oficina do artista, no gabinete do sábio e no toucador das damas. Seremos (...) respeitadores da moralidade do lar (...); e nunca devassaremos, no picante da sátira, no pungente do epigrama, no sarcástico da anedota, o foro interno da família ou da consciência (...). (*Ilustração Popular*, n.º 1, 14 de janeiro de 1866, p. 1)

O projeto editorial da *Ilustração Popular*, para todas as classes, géneros e idades, não se afastava, nas intenções, de outras publicações ilustradas da mesma índole: instruir, moralizar e entreter, sem ofender. Mas não noticiar — essa missão reservava-a a *Ilustração Popular*

para jornais com o perfil do *Diário de Notícias*, destinados a informar o povo sobre o que havia de novo no país e no estrangeiro.

Os conteúdos da revista oscilavam, tal como nas outras publicações do mesmo género, entre o enciclopedismo, as curiosidades avulsas e alguma literatura. Era, pois, como outras, uma revista de cultura geral. No primeiro número, além dos textos de apresentação e inicial, apenas surgia o primeiro capítulo de um romance-folhetim (que não podia faltar) e poesia; no último número, os conteúdos reportavam-se a uma descrição do claustro interior do convento dos Jerónimos, ao cálculo da população da terra e ao hino francês “A marselhesa”. Havia ainda espaço para correspondência dos leitores, para uma crónica sobre o Carnaval e para um capítulo do romance-folhetim em publicação.

Editada por A. A. Leal, com redação e administração no Porto e também em Lisboa, a revista semanal *Arquivo Popular*, a segunda que surge com esta denominação, constitui um novo exemplo, ainda que já algo tardio, de imprensa ilustrada enciclopédica. Foi publicada entre janeiro de 1871 e fevereiro de 1874. A assinatura para Lisboa e Porto custava, trimestralmente, 400 réis (500 réis fora das duas principais cidades do reino e 700 réis para o Brasil). Destinava-se, simultaneamente, ao público português e brasileiro, o que é notório quer pela existência de um valor para a assinatura trimestral da revista quer pela gravura junto ao título, que, emulando o da revista *Ilustração Luso-Brasileira*, evocava, simultaneamente, o Brasil e Portugal.



Figura 23
Capa do número 9 do segundo volume da revista *Arquivo Popular*.
Fonte: reprodução do original.

A revista *Arquivo Popular* apresentou-se ao público insistindo na sua dupla natureza popular e enciclopédica, materializada na expressão “bazar intelectual”. Identificava, ademais, um modelo a seguir — *O Panorama*:

O *Arquivo Popular* é um periódico destinado a instruir e a deleitar (...). Tratará de todos os conhecimentos humanos; dará cabimento nas suas colunas a artigos de pura fantasia literária, a meras bagatelas que possam deleitar (...) o leitor (...), assim como encerrará trabalhos de mais alto fôlego, como trechos de ciências (...), em estilo compreensível (...), porque (...) não é destinado a sábios (...).

O título *Arquivo Popular* (...) indica claramente que para fornecer aos nossos assinantes oito páginas semanais de leituras seletas, temos de beber em todas as fontes (...). Agruparemos nesta espécie de bazar intelectual todos os factos capazes de despertarem a curiosidade e de oferecerem uma agradável distração, que deixe após si algum conhecimento útil. Cremos que este é o verdadeiro género das publicações populares, que *O Panorama* tão brilhantemente inaugurou em Portugal.

O *Arquivo Popular* será, por consequência, quase enciclopédia (...) [para] todas as classes da sociedade (...).

O módico preço desta publicação justifica, finalmente, o título que adotámos (...).

Falta-nos dizer que aceitaremos qualquer artigo, em prosa ou verso, qualquer curiosidade que nos seja enviada, conquanto o assunto encerre (...) merecimento (...). Qualquer pessoa poderá enviar as observações que entender sobre o modo como desempenharemos as nossas obrigações (...). (*Arquivo Popular*, vol. I, n.º 1, janeiro de 1871, pp. 1-2)

A temática da revista repartia-se pela história, geografia, literatura (incluindo poesia), anedotas, curiosidades, passatempos (incluindo problemas matemáticos) e provérbios, e ainda por histórias de experiências pessoais, estilo crónicas. Por exemplo, no primeiro número o leitor encontraria um texto sobre história de Portugal, intitulado “Memórias portuguesas”, da autoria de M. de Paiva; a notícia de uma erupção vulcânica na ilha do Pico, em 1720, da autoria de J. de Vilhena Barbosa; poesia; uma história de amor genovesa; e uma crónica sobre a noite de Natal. Já o último número versava sobre as cruzadas; a história do café; as luvas; o Corão; os leques; a mulher; as ilhas Formigas; a inveja; costumes suíços; um vulcão islandês; a passagem das Termópilas; e os perfumes. Incluía, ainda, um capítulo de um conto-folhetim intitulado “O alquimista”, subscrito pelo conde de Rio Pardo, bem como o texto de uma comédia num só ato intitulada “O Xaile Amarelo”, da autoria de A. A. de Leal, e poesia, ditados e citações moralizantes.

Tal como as revistas precedentes, também a revista *Arquivo Popular* propunha aos leitores de “todas as classes” gerar conhecimento sem esforço e oferecer momentos de puro deleite intelectual a troco de um “módico preço”. Outro ponto em comum com as revistas predecessoras, igualmente identificável pelo texto, era a dependência de colaborações espontâneas, “em prosa ou verso”. Os projetos editoriais desse tipo eram, pois, manifestamente

pouco profissionais. A produção original das revistas dependia, efetivamente, do público, transformado em *prossumidor*. Fazendo-se um paralelo com as tendências atuais do jornalismo, poderia mesmo falar-se de uma espécie de periodismo dos cidadãos.

É de salientar que somente o segundo volume da revista *Arquivo Popular*, que começou a ser publicado em data incerta de 1871¹⁹, foi ilustrado. Nessa altura, a revista também mudou de formato, passando a dimensão das páginas de 18x27 para 22,5 x 30 cm e o número de páginas de dezasseis para oito. Os editores deram dois motivos para a alteração: “evitar a divisão dos 52 números de cada ano em dois volumes” e terem para publicar “algumas gravuras que não caberiam no antigo formato”. Os conteúdos exigiam, pois, uma mudança da forma.

O *Arquivo Popular* entra hoje num novo período de existência (...) e (...) vamos expor (...) o motivo por que alterámos o formato (...). Não é uma razão de economia a redução de dezasseis páginas a oito (...). Dois motivos (...) nos obrigaram a esta alteração. O primeiro evitar a divisão dos 52 números de cada ano em dois volumes; o segundo termos para publicar algumas gravuras que não caberiam no antigo formato.

O aparecimento das gravuras neste periódico anuncia um novo melhoramento, um novo desejo que temos de agradar (...).

Promessas para continuação deste periódico não as fazemos (...). Também não prometemos (...) publicar gravuras em todos os números. Ainda que tenhamos fundados motivos para crer que poderemos dar, pelo menos, uma gravura em cada número, pode suceder, pela dificuldade que há em obter gravuras no país, que alguma semana não recebamos a tempo a que houvermos destinado para a folha imediata.

Se o favor do público continuar a premiar os nossos esforços, em vez de uma gravura daremos duas.” (*Arquivo Popular*, vol. II, n.º 1, julho (?) de 1871, pp. 1-2)

Apesar da intenção manifesta de reconversão da revista numa publicação enciclopédica ilustrada, mesmo no segundo volume do *Arquivo Popular* encontram-se vários números sem quaisquer ilustrações. Na verdade, a revista, mesmo durante a publicação do segundo volume, foi parcamente ilustrada, publicando iconografia respeitante, principalmente, a paisagens coevas e monumentos, personagens históricas e numismática.

A partir do volume III, de 1872, o *Arquivo Popular* abandonou, definitivamente, a publicação de iconografia informativa e explicativa e voltou ao formato 18 x 28,5 cm, dando a seguinte razão:

19 Alguns números não indicam a data de publicação e outros referem apenas o mês em que foram publicados, apesar da revista ser semanal. O segundo volume possivelmente começará com o primeiro número de julho de 1871.

Em 1872 apresentamos como melhoramentos salientes o papel, que mandamos vir expressamente de França e por consequência a melhor impressão, no que cremos fica perfeitamente compensada a pequena diferença no formato, que fica sendo igual ao do primeiro volume (...). A publicação de gravuras (...) é transferida para mais tarde, porque (...) não satisfazem (...) as exigências da época. (*Arquivo Popular*, vol. III, n.º 1, janeiro de 1872, p. 1)

Por outras palavras, os editores da revista reconheciam que nem todas as gravuras satisfaziam já, em 1872, os requisitos exigidos pelos leitores às publicações ilustradas. Dois anos depois, a revista desapareceu. No número final, escrevia-se, denotando uma intenção que não mais viria a concretizar-se:

Motivos ponderosos nos obrigam a suspender temporariamente a publicação do *Arquivo Popular*. Esta suspensão não será longa; durará só o tempo necessário para montarmos novamente a nossa antiga oficina tipográfica.

O *Arquivo Popular* continuará então a sua publicação com a máxima regularidade e com alguns melhoramentos que tencionamos introduzir-lhe para melhor preencher o seu fim.

Os Editores (*Arquivo Popular*, vol. IV, fevereiro de 1874, p. 12)

Em 1877, foi lançada uma das derradeiras revistas ilustradas de feição enciclopédica publicadas em Portugal. O seu primeiro número data de janeiro de 1877 e o último de 26 de fevereiro de 1887. Foram quase 11 anos de publicação, o que diz bem da receptividade que o público continuava a votar a esse tipo de revistas no último quartel do século XIX.

A revista *Universo Ilustrado* era vendida a 30 réis o número, custando a assinatura anual 1600 réis. Apresentava-se com 8 (caso do primeiro número) a 16 páginas, de dimensão 19,5 x 29 cm (correspondendo a uma superfície de cerca de 564 cm²), e era paginada a duas colunas, repetindo uma antiga fórmula de design, conforme era ainda timbre de algumas publicações da época.

No primeiro número, o leitor encontrou um texto sobre as diligências do marquês de Pombal após o terramoto de Lisboa, em 1755, ilustrado com uma gravura do arco da rua Augusta, da autoria de Caetano Alberto da Silva; dois textos literários, em prosa, da autoria de A. Varela, intitulados *Romance (Adão e Eva)* e *“Os Viajantes”*; uma peça sobre o microscópio (*“Ciência para Todos”*), da autoria de João de Mendonça; uma matéria sobre os piratas da Grécia, de autor anónimo, transcrito de um número do *Magasin Pittoresque* de 1853, ilustrado com uma gravura do rochedo de Carabousa, elaborada a partir de original desta mesma revista francesa (é de sublinhar os 24 anos que intervalaram a publicação do original, em França, e da cópia, em Portugal); um texto intitulado *“A Sublime Lei”*, de intuítos moralistas, mas baseado numa lenda sobre um evangelizador do tempo dos francos, traduzido de publicação estrangeira por Joaquim dos Anjos; uma narrativa moral (um apólogo, neste caso) intitulada

“A Livraria do Rei das Índias”, género comum à época, não assinada (eventualmente, também traduzida de publicação estrangeira), sobre a biblioteca pessoal de um rei indiano; bastante poesia (“No Álbum de uma Francesa”, de Eugénio de Castilho; “Fascinação” e “Amor e Receio”, por H. A.”); dois textos assinados por um indivíduo que apenas os subscreve com a letra C: “Açúcar de Melão”, notícia sobre o fabrico de açúcar de beterraba na Califórnia; e “O Capacete de Berru”, sobre um achado arqueológico de 1872 (não perdia atualidade!), a sepultura de um guerreiro, perto da localidade francesa de Berru; um ensaio sobre a crítica; e anedotas.



Figura 24
Capa do primeiro número da revista *O Universo Ilustrado*.
Fonte: reprodução do original.



Figura 25
Capa do primeiro número da revista *Camões*.
Fonte: reprodução do original.

Realce para o facto da revista *Universo Ilustrado* se referir, frequentemente, ao facto de as gravuras serem copiadas de fotografias, o que as tornaria mais verosímeis perante o escrutínio do leitor.

Entre as revistas que encerram o ciclo das revistas enciclopédicas ilustradas encontra-se também a revista portuense semanal *O Camões*, editada por António Augusto Leal (A. A. Leal). Circulou entre 30 de agosto de 1880 e 27 de dezembro de 1883. Publicava-se às segundas-feiras e vendia-se por todo o país, sendo, também, expedida para o Brasil. Cada número apresentava oito páginas, de dimensão 22x31 cm, paginadas a três colunas. Avulso, um exemplar custava 20 réis. A assinatura anual ficava por 1040 réis a um assinante do Porto e por 1200 réis para assinantes de fora da cidade. O preço a pagar por uma assinatura para o Brasil ascendia a 2000 réis (pagos em moeda forte).

Na apresentação da nova revista ao público, num texto intitulado “Prospeto” incluído no primeiro número, podia ler-se:

O jornal verdadeiramente popular ainda está por criar em Portugal. Não o jornal político, noticioso ou satírico, que se dedicam à defesa duma causa mais ou menos nociva ao bem público, mas o jornal exclusivamente destinado à educação do povo, o jornal que por meio da pena e do buril infiltre nas camadas populares o gosto pelas belas letras, que instrua, deleitando, que vise a um fim mais alto e mais nobre do que a diária e mesquinha digladição dos partidos, que promova, enfim, a morigeração e os bons costumes por meio da instrução do povo.

Ao preencher esta lacuna — não preenchê-la completamente, mas consoante os recursos do país, ou antes, os desta terra — ocorreu aos fundadores deste semanário prestar culto ao mais levantado talento que Portugal há produzido, dando o nome daquele que mais amou a sua Pátria a esta publicação, que representa, do mesmo modo que as outras comemorações, o preito de uma geração à qual não falecem as aspirações, que ainda tem fé e esperança no belo, que venera como um culto nacional o nome de Camões. (*Camões*, n.º 1, 30 de agosto de 1880, p. 1)

As intenções da revista *Camões*, portanto, integravam-se, totalmente, no espírito comum ao enciclopedismo ilustrado: queria ser mais uma publicação destinada à educação e ao deleite do povo “por meio da pena e do buril”, ou seja, da palavra e da gravura, elevando-se acima da imprensa que se dedicava à trica política. Assim, o primeiro número abriu com uma matéria sobre “Arte antiga e moderna”, ilustrada com uma gravura alusiva a uma igreja gótica. Seguiu-se-lhe o primeiro capítulo do romance-folhetim “Os Cavaleiros do Amor”; uma matéria alusiva ao centenário de Camões; poemas; uma peça sobre as Cruzadas, ilustrada com uma gravura de um cruzado; um texto sobre geografia; um texto sobre Bombaim, ilustrado com uma gravura da orla marítima da cidade; mais poesia; um texto sobre a mulher, invariável e paradoxalmente escrito por um homem (visconde de Castilho); mais poesia; o primeiro episódio de um conto cómico-moralista sobre um homem que não conseguiu casar;

uma charada; a transcrição do despacho de licenciamento de *Os Lusíadas*; anedotas e curiosidades; um texto sobre um animal; e, finalmente, o texto de apresentação ao público, intitulado “Prospeto”, inserido, curiosamente, no final.

A *Revista Popular de Conhecimentos Úteis* foi o último título relevante da primeira geração de revistas ilustradas portuguesas, a geração das revistas ilustradas enciclopédicas, que floresceu em Portugal durante mais de 60 anos.

Surgida a 3 de junho de 1888 a *Revista Popular de Conhecimentos Úteis* perdurou, em publicação contínua, até 11 de setembro de 1892. Teve ainda um assomo esporádico em 1897, ano em que foi lançado o primeiro e único número da segunda série. Saía aos domingos.



Figura 26

Capa do primeiro número da *Revista Popular de Conhecimentos Úteis*.

Fonte: reprodução do original.

Ilustrada com gravuras, a *Revista Popular de Conhecimentos Úteis*, apesar de ter sido publicada na transição da penúltima para a última década de Oitocentos, não se afastou, nem na forma (paginação clássica a duas colunas, com páginas de dimensão de 19 x 28,3 cm, correspondente a uma superfície de cerca de 538 cm²), nem no tipo de iconografia (xilogravura), nem no preço (40 réis o número avulso, 1500 réis a assinatura anual), nem nos conteúdos das suas predecessoras do mesmo tipo.

A nova revista teve por diretor e proprietário Francisco de Almeida, que acumulava com Santos Valente as funções de redator principal. O secretário da redação foi Narciso de Lacerda. A gerência era assegurada por Mêna Júnior. Colaboraram com a publicação, entre outros, Raimundo Ortigão, Martins Sarmiento e A. X. Pereira Coutinho. A publicação também publicou, postumamente, textos de Alexandre Herculano e de outras personalidades desaparecidas.

Junto ao título, a *Revista Popular de Conhecimentos Úteis* ostentava uma gravura que celebrava a ciência, a técnica e, de uma forma geral, o progresso. Tentava ser, como outras, um arauto dos novos tempos.

No primeiro número, a nova revista apresentava-se da seguinte forma perante os leitores:

Nós somos obrigados a confessar, para vergonha dos culpados, que não só (...) meios de instrução fácil não existem em Portugal (...).

É na verdade necessária uma verdadeira força de ânimo e de vontade para seguir (...) o fio (...) dessa ciência, que se esconde (...) em milhares de compêndios, sem dúvida muito bem escritos, mas compreensíveis apenas para os iniciados. Dos poucos que atingem o fim, uns (...) destinam-se a continuar a grande obra dos que os precederam, e conseguem passar além de mestres na arte de tornar incompreensíveis os livros que fabricam; os restantes tratam de viver por outros meios, e só por vergonha não confessam que ficaram tão ignorantes ou ainda mais do que eram.

(...)

Os redatores desta folha pertencem ao número dos que seguiram a tortuosa vereda e, quando chegaram ao fim, entenderam por conveniente encetar de novo o caminho, porém com os olhos desvendados, examinando tudo e diligenciando obter o porquê das coisas.

E porque experimentalmente conheceram os obstáculos que se opõem, decidiram-se a fundar esta publicação (...) que poderá (...) ser considerada como o diário de todos os que fizerem a sempre curiosa e sempre instrutiva viagem do saber. (*Revista Popular de Conhecimentos Úteis*, n.º 1, 3 de junho de 1888, p. 1)

Neste introito, os editores da nova revista, além de se classificarem como indivíduos corajosos capazes, depois de terem adquirido arduamente o saber, de o proporcionarem aos outros, justificavam o aparecimento de um novo título, entre muitos outros, pela suposta inexistência, em Portugal, de publicações que proporcionassem facilmente “conhecimentos preliminares indispensáveis”, que não se poderiam obter nos livros apenas acessíveis a “iniciados”.

O texto de apresentação prossegue, em consequência, com a promessa dos conteúdos que o leitor poderia vir a encontrar na *Revista Popular de Conhecimentos Úteis*:

Os números que forem aparecendo irão desenrolando ante o espírito do leitor o vastíssimo quadro dos diferentes conhecimentos, e prometem que o panorama há de ser variado e atraente: origens das invenções, grandes descobrimentos, pensamentos dos homens ilustres, filosofia, história dos

povos antigos e modernos, descrição da terra, dos animais, das plantas, dos astros, explicação de todos os fenómenos da natureza, notícia de todos os adiantamentos nas ciências, nas artes, na indústria, na agricultura, numa palavra, tudo o que o engenho humano tem adquirido e elaborado durante tantos séculos de trabalho e de experiência, e que continuamente está elaborando.

A apresentação de tantos conhecimentos lado a lado (...) há de necessariamente despertar o gosto pela viagem. (...) [Não] pretendemos (...) deixar (...) no cérebro do leitor (...) uma aglomeração de elementos estranhos, desconexos e confusos. (...) Desenharemos um grande quadro (...). (*Revista Popular de Conhecimentos Úteis*, n.º 1, 3 de junho de 1888, pp. 1-2)

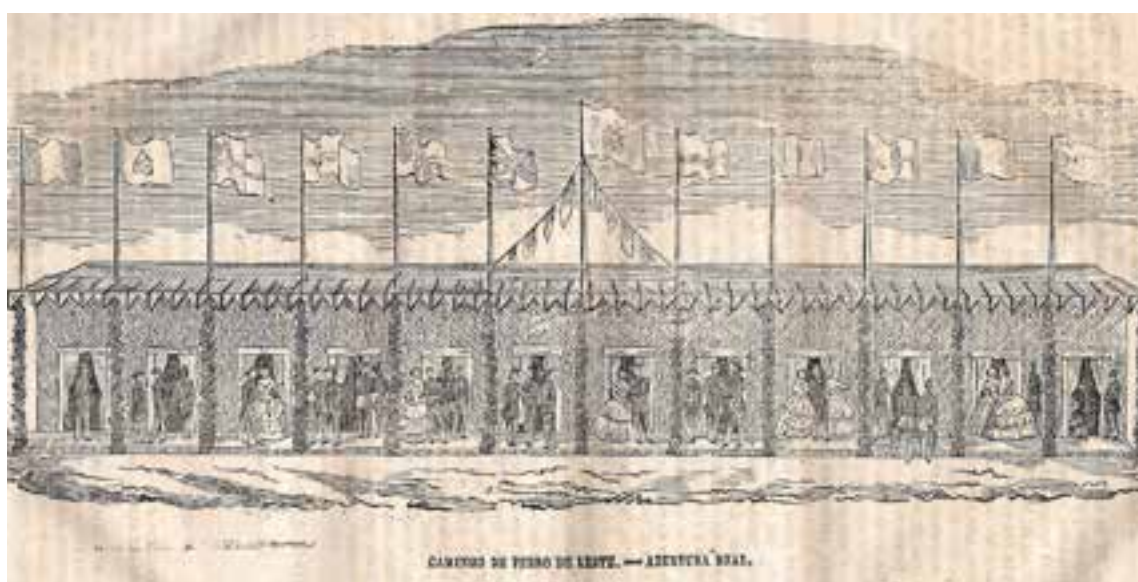
Segundo os promotores da nova publicação, era, pois, na variedade de conteúdos que estava a chave do sucesso, mas desde que se salvaguardasse sempre a apresentação contextual “do grande quadro” em que os factos isolados ganham sentido. No entanto, essa intenção não passou disso mesmo. Na verdade, na *Revista Popular de Conhecimentos Úteis* os factos foram apresentados autónoma e desconexamente, como itens de um cardápio. No primeiro número, por exemplo, o leitor poderia saltar de um artigo sobre o espaço, para outro sobre o ar líquido engarrafado e as suas potenciais aplicações à refrigeração, parando o olhar num outro sobre a indústria de leite da Dinamarca, noutro ainda que sustentava a existência de uma linguagem das moscas, ainda noutro que sustentava que os lagartos vocalizavam um som similar ao pio dos frangos, e em textos que abordavam assuntos tão diversos como os sistemas monetários, a voz dos surdos-mudos, a forma de limpar espelhos, os pombos-correios, o tigre, a navegação aérea, as cebolas do Egito, a população do globo, a dificuldade de digestão do leite de vaca, o relógio elétrico, receitas para fazer desaparecer manchas na cara, uma biografia do político britânico George Hamilton Gordon, o que fazer no caso da ingestão acidental de agulhas e alfinetes, provérbios e uma receita de sopa de cevadinha à jardineira. Um caleidoscópio de assuntos que permitia a quase todos os potenciais leitores, homens e mulheres, encontrarem temas que lhes interessassem.

1.3. As revistas ilustradas de informação geral híbridas

A partir de 1845, contaminadas pela importação de tendências jornalísticas que recolocavam a notícia no centro das preocupações jornalísticas e que alavancaram o (res)surgimento de uma imprensa noticiosa em Portugal²⁰, várias revistas portuguesas foram combinando

20 Simboliza-o o surgimento do *Diário de Notícias*, primeiro diário “industrial” português, que começou a ser publicado regularmente no início de 1865, apesar dos números-programa terem surgido no final de 1864; e o aparecimento do primeiro título designado *Diário Popular*, em 1866.

uma feição enciclopédica e recreativa, ou literária, com a abordagem verbal e iconográfica de assuntos da atualidade. Eram, pois, revistas híbridas que, apontando já para a atualidade, ainda apresentavam, predominantemente, conteúdos enciclopédicos, culturais e literários e recreativos, os mesmos que caracterizavam a geração anterior das revistas ilustradas. Mas essas revistas representam já um passo na direção das revistas ilustradas de atualidades, aliando uma leitura recreativa ou destinada à aquisição de conhecimentos gerais sobre o mundo (cultura geral) à difusão de algumas informações sobre assuntos de atualidade, tendo perdurado, em Portugal, durante a segunda metade do século XIX, até ao final da primeira década do século XX. As próprias revistas ilustradas enciclopédicas foram forçadas a adaptar-se, incluindo, ocasionalmente, informação de atualidade, conforme os exemplos seguintes, o primeiro de *O Panorama* e o segundo de *O Arquivo Pitoresco*:



No dia 29 de outubro do ano passado foi aberto à viação pública, com as cerimónias usuais em tais atos, o primeiro caminho-de-ferro em Portugal. O cardeal patriarca, (...) a (...) infanta D. Isabel Maria, o corpo diplomático, os altos funcionários e grande concurso de povo já se encontravam reunidos na estação de Santa Apolónia, que é onde em Lisboa principia a linha, quando, às 11 horas da manhã, chegou (...) el-rei (...) D. Pedro V, acompanhado do seu (...) pai, princesas e infantes. Foram recebidos no pavilhão, onde havia três compartimentos ricamente armados: um para a família real, outro para o cardeal e clerezia e o último para o corpo diplomático e corte. Ao lado (...), fora da estação, havia um grande anfiteatro toldado para os convidados. Deu-se princípio ao ato pela bênção das locomotivas, que entraram na estação cada uma por sua vez (...). Então o cardeal, tomando o hissope, aspergiu-as, deitando-lhes a bênção. Finda a cerimónia, duas delas foram engatadas no comboio, que se compunha de dezasseis carruagens, indo na do centro a família real e na primeira

a guarda real dos arqueiros. Meia hora durou a viagem do primeiro comboio de Lisboa até ao Carregado. Três quartos de hora depois partiu o segundo comboio, composto de nove carruagens, levadas por uma só locomotiva, conduzindo acionistas e convidados.

No Carregado houve um banquete volante, no pavilhão que para esse fim se preparou na estação provisória. Este pavilhão acha-se representado na gravura que hoje publicamos.

Pelas quatro horas e meia da tarde, regressou à capital o comboio real e às dez da noite o resto dos convidados já se achava em Lisboa (...). Em todas as povoações do trânsito foram recebidos os comboios, acudindo o povo à linha, percorrida com músicas, girândolas de foguetes e arcos triunfais. (*O Panorama*, série 4, vol. XIV, n.º 7, 14 de fevereiro de 1857, pp. 49-50)



Na noite de 9 de novembro do ano que findou, um pavoroso incêndio (...) rebentou à Boavista, numas carvoarias, estância de madeira e oficina de ferreiros que existiam por detrás da grande estância do Sr. Tomás Gomes & C.^a. (...) Seria meia-noite quando fumo e intenso clarão (...) denunciaram o perigo (...). Soltam-se gritos, tocam-se apitos, chegam os primeiros socorros (...). Por momentos se julga este [incêndio] dominado e salvos, portanto, a grande estância e o prédio onde existia a tipografia do *Arquivo*. Mas a água falta (...); o vento (...) anima de novo as chamas, que atacam um tapume improvisado, passam ao telhado e queimam o madeiramento. E este, abatendo inflamado sobre as pilhas de madeira (...), torna geral o incêndio (...). Dois bombeiros caem das janelas,

sufocados, e ficam feridos. (...) Às três horas da manhã, prédio e estância estão envoltos (...) numa pirâmide de fogo (...) e às quatro da manhã são apenas ruínas (...).

Não foram diminutas nem menos notáveis as perdas que este grande incêndio causou. Felizmente, a grande estância e a tipografia tinham segurado parte do seu material. A tipografia acha-se montada de novo, para o que muito concorreu a prontidão dos seguros e os valiosos serviços do Instituto Industrial, que generosamente se prestou a restaurar prelos e máquinas, exigindo apenas os salários dos operários. (...) Comprou-se um prelo mecânico expressamente para o nosso jornal, cujo primeiro volume se começou já a reimprimir, e o *Arquivo* continua hoje com a mesma regularidade e notáveis melhorias (...). (*Arquivo Pitoresco*, vol. II, n.º 19, novembro de 1858, p. 145)

O quadro 2 revela que a primeira das revistas ilustradas portuguesa que se pode considerar como híbrida, já que, além dos conteúdos culturais e literários prestava alguma atenção à atualidade, foi *A Ilustração: Jornal Universal*, fundada em 1845 (1845-1846). Foi sucedida por *A Ilustração: Periódico Universal*, em 1852, por *A Ilustração Luso-Brasileira: Jornal Universal* (1856-1859) e por outras publicações que se podem enquadrar no mesmo modelo cultural e literário temperado pela cobertura da atualidade, como a primeira revista intitulada *A Ilustração Portuguesa* (1884-1890) e a *Serões* (1901-1911).

Muitas dessas revistas híbridas intitulavam-se “ilustrações”. As “ilustrações” antecederam a era das revistas de fotojornalismo e das *newsmagazines*. A denominação foi induzida pelo exemplo estrangeiro, nomeadamente da revista francesa *L’Illustration*. O termo conotava-se quer com o recurso à imagem — i. e. à ilustração — como fonte de informação e de conhecimento, quer com o processo de enriquecimento cognitivo pessoal (a imprensa deveria servir para a formação de indivíduos *ilustrados*).

O quadro 2 desvela, ademais, que a reprodução direta de fotografias na imprensa começou, em Portugal, nesta segunda geração de revistas ilustradas, com o pioneirismo a pertencer à *Revista Ilustrada*, em 1890.

A periodicidade mais frequente entre estas revistas foi a semanal, mas também houve revistas quinzenais e mensais.

Quadro 2

Principais revistas ilustradas híbridas.

Título	Anos de publicação	Local de edição	Preço (inicial)		Dimensões (cm)/área da página (cm²)	Páginas	Periodicidade	Forma dominante de ilustração
			Exemplar	Assinatura anual				
A Ilustração: Jornal Universal	1845-1846	Lisboa	30	1440	27,5x37 1018	16	Mensal	Gravura
Promotores: António Augusto Teixeira de Vasconcelos (proprietário e redator principal).								
<i>A Ilustração: Periódico Universal</i>	1852	Lisboa	80	1440	20x31 620	8	Quinzenal	Gravura
Promotores: Aguiar Viana (editor e proprietário).								
A Ilustração Luso-Brasileira: Jornal Universal	1856-1859	Lisboa	120	3600	27x39 1053	8	Semanal	Gravura
Promotores: António José Fernandes Lopes (editor e proprietário — também era proprietário d'O Panorama à mesma época), Luís Augusto Rebelo da Silva (editor)								
<i>Ilustração Portuguesa</i> [1ª revista]	1884-1890	Lisboa	30	1560	21x31 651	8	Semanal	Gravura
Promotores: Grupo do <i>Diário Ilustrado</i> , órgão do Partido Regenerador. Não teve um diretor ou editor assumido, mas terá sido Pedro Correia da Silva a exercer este papel.								
<i>Revista Ilustrada</i>	1890-1892	Lisboa	120	2880	28,8x39,2 1129	12	Quinzenal	Gravura Fotografia
Promotores: Mariano Level (proprietário) e António Maria Pereira (proprietário e gerente).								
<i>Revista Moderna: Magazine Ilustrado</i>	1895-1897	Lisboa	80	3200	17,5x24,1 422	12	Semanal	Gravura Fotografia
Promotores: Emídio Monteiro (diretor).								
<i>Gazeta Ilustrada</i>	1901	Coimbra	50	2080	24x33 792	8	Semanal	Gravura Fotografia
Promotores: António A. Da Costa Ferreira, J. J. d'Oliveira Guimarães, Joaquim Martins Teixeira de Carvalho (redatores principais) e Carlos d'Almeida (secretário da redação).								
<i>Serões</i>	1901-1911	Lisboa	200	2200	16,1x23,3 375	80	Mensal	Fotografia
Promotores: Adrião de Seixas (diretor), Tomás Rodrigues Matias (editor); Henrique Lopes Mendonça (segundo diretor), Eduardo Noronha (terceiro diretor), António Sérgio de Sousa (último diretor). Edição da Livraria Ferreira e Oliveira.								
<i>Passatempo</i>	1901-1904	Lisboa	30	1000	18x23,5 423	16	Quinzenal	Fotografia
Promotores: Joaquim Monteiro Cantarino (editor) e Rui Barbo (redator principal).								

Fonte: elaboração própria.

O quadro 2 documenta que Lisboa, além de capital do reino, foi também a capital das revistas ilustradas de informação geral híbridas do período monárquico, com uma exceção.

Quanto às estampas, chama a atenção o facto de, a partir da década de 1840, a litografia ter deixado de ser um recurso corrente da imprensa ilustrada, apesar de, ocasionalmente, fazer o seu aparecimento, como encarte. Aliás, a cromolitografia, nessa altura, ainda era o principal dispositivo que permitia a inclusão de imagens coloridas na imprensa, mesmo que sob a forma de encartes. As gravuras (algumas elaboradas a partir de fotografias), por seu turno, tornaram-se, nitidamente, o meio privilegiado para a veiculação de informação gráfica, mas a fotografia tornou-se habitual nas páginas das revistas ilustradas a partir da última década

do século XIX²¹, graças aos avanços nas técnicas de impressão de imagens. A fotogração, o meio-tom (também conhecido por meia-tinta, trama ou *halftone*) foram processos rapidamente adotados em Portugal.

Os preços destas revistas continuavam, por seu turno, a ser muito variados. Algumas chegaram a atingir o preço de 120 réis por exemplar avulso, o que as colocava na faixa dos produtos de luxo, acessíveis, somente, a uma elite. Mas as últimas delas, na cronologia, parecem apontar para um preço médio numa faixa entre 30 e 50 réis. Por comparação, o preço habitual do *Diário de Notícias*, que, no final do século XIX, era o principal diário português, era de somente 10 réis (os jornais diários tinham diminuído de preço nas décadas finais do século XIX, já que, cada vez mais industrializados e encarando, crescentemente, o jornalismo como um negócio de produção e venda de notícias de interesse geral e não como um meio de arregimentação política, obtinham a maioria das suas receitas da captação de anúncios publicitários — a notícia era a mais-valia para a captação de publicidade).

Documenta, também, o quadro 2, que entre as revistas ilustradas híbridas não existiu uma tendência clara para a adoção de um formato, nem para a inclusão de um número determinado de páginas, nem sequer para uma política de preço, mas estas revistas tiveram, normalmente, páginas de dimensão superior às da primeira geração, apresentando, nos casos de *A Ilustração: Jornal Universal* e da *Revista Ilustrada*, superfícies superiores a 1000 cm². Parece desenhar-se nestas publicações ilustradas, contudo, uma certa tendência para a redução da dimensão das páginas, quando se comparam as revistas mais recentes às mais antigas, mas a variedade continuou a ser a norma. Por comparação, os jornais cresciam em dimensão, sendo, no final do século XIX, já comuns os formatos *broadsheet* (cerca de 1500 cm² de área de página) e o grande formato (cerca de 3000 cm²). As revistas encontraram, pois, na dimensão das páginas (menores do que as dos jornais) um elemento distintivo e identitário.

A Ilustração: Jornal Universal foi, em Portugal, a primeira das revistas ilustradas híbridas, situadas entre o modelo enciclopédismo cultural e literário e as revistas de atualidades. Fundada pelo jurista, escritor, político e jornalista António Augusto Teixeira de Vasconcelos, em abril de 1845, contou com a colaboração de grandes nomes da literatura e do jornalismo da época, casos de Almeida Garrett (assinava A. G.), Alexandre Herculano, Oliveira Marreca, Mendes Leal Júnior. José Osório e do jornalista Silva Leal, que assinavam os seus textos, marcando-os com a marca da *autoria*. O último número da revista data de setembro de 1846.

21 Recorde-se que o primeiro daguerreótipo traduzido para uma gravura de madeira em Portugal foi publicado na revista *O Panorama*, em 1841, e que algumas publicações tinham colagens de fotografias em papel albuminado. As primeiras reproduções fotográficas em publicações surgem, assim, em Portugal, logo nos anos 1860, com a *Revista Pitoresca e Descritiva de Portugal com Vistas Fotográficas* (1862), *Arquivo de Arquitetura Civil* (1865-1867), *Monumentos Nacionais* (1868) e *Panorama Fotográfico de Portugal* (1869-1874).



Figura 27
Capa do primeiro número da revista
A Ilustração: Jornal Universal.
Fonte: reprodução do original.

No primeiro número de *A Ilustração*, Teixeira de Vasconcelos, seu proprietário e redator principal, no texto de apresentação do novo projeto jornalístico, publicado no primeiro número da revista, datado de abril de 1845, escrevia o seguinte:

A Ilustração

Quem não sabe que é antigo este modo de escrever pintando, de escrever pondo ao pé da descrição, ou da reflexão. O próprio objeto dela?

A carestia das gravuras em cobre e em aço, e a comparativa imperfeição das litografias de pequenas dimensões, fazia com que raros livros fossem auxiliados com este belo ornato. A gravura em madeira, talvez anterior à própria invenção dos tipos metálicos, ainda no princípio do século XVIII era tolerada, apesar de grosseira e rude como o era. Mas não soube ou não pôde nunca seguir o progresso das outras gravuras, e morreu (...).

Nestes últimos anos, porém, tem sido tal o impulso dado a todas as artes que essa própria ressuscitou e se aperfeiçoou admiravelmente. E fiel à sua primeira instituição, veio logo em ajuda da

tipografia. Às obras de imprensa executadas, assim, com o auxílio recíproco das duas artes chamam *ilustradas*, isto é, cujo texto é esclarecido pela viva representação das coisas que trata (...).

A *Ilustração* é principalmente feita para poupar o trabalho de imaginação dos seus leitores. Todo o facto natural, toda a cerimónia pública, todo o personagem célebre, todo o objeto da natureza ou de arte que valer a pena ser conhecido será representado diante dos nossos leitores como se um imenso telescópio lho trouxesse ao pé desde os mais remotos confins da terra (...).

Batalha que se vê, drama que se represente, monumento que se eleve, procissão que saia, coisa célebre enfim que se faça seja de que género for, e onde for, há de vê-la, há de assistir a ela connosco o público português.

E não ficaremos só nos grandes assuntos. Queremos que a *Ilustração* seja o jornal para todo o mundo, e que venha a ser uma biblioteca universal, uma enciclopédia popular das coisas contemporâneas.

As modas, tanto de vestuário como de mobília, estão também ao nosso alcance (...). A literatura, a poesia e as belas artes, (...) a música, a análise das obras novas ocuparão as nossas colunas também. É escusado dizer que chamamos em nosso auxílio o mais poderoso auxiliar deste século para todas as publicações literárias, isto é, o romance.

Contamos com a colaboração eficaz dos nossos mais distintos escritores (...).

Decerto não se pode exigir de nós que cheguemos já ao grau de primor e perfeição a que tem subido este género em Inglaterra e França e, sobretudo, na Alemanha, mas trabalharemos sempre com os belos exemplos que dali se veem defronte de nós. E se o zelo e a perseverança podem, como cremos que podem muito, se o público nos coadjuvar, conseguiremos aproximar-nos dos nossos modelos.

Neste número damos já, para andar na frente do nosso jornal, a vista de Lisboa, à imitação da *Illustration*, de Paris, e do *Illustrated London News*, de Inglaterra.

A cerimónia do batizado real (...) nos fornecerá ocasião de mostrar mais amplamente o que podemos e tencionamos fazer, dando uma vista geral do préstito e da pompa (...). (A *Ilustração*, n.º 1, abril de 1845, p. 1)

Que informações podem ser retiradas do texto programático d’A *Ilustração*?

1. A revista valorizava a informação visual, “feita para poupar o trabalho de imaginação dos seus leitores”;
2. Utilizava a xilogravura;
3. Tinha por referentes a *Illustrated London News* e a *Illustration*, mas advertia, realisticamente, o leitor de que a *Ilustração* portuguesa nunca teria a invejável qualidade destas suas congéneres estrangeiras. O título era compaginado com uma gravura alusiva a Lisboa, à semelhança do que acontecia na *Illustrated London News*, em relação a Londres;

4. A sua visão sobre o que poderia vir a ser a imprensa ilustrada era, ainda, associada ao modelo da imprensa enciclopédica: “queremos que *A Ilustração* (...) venha a ser uma biblioteca universal, uma enciclopédia popular das coisas contemporâneas”. No entanto, prometia que outros conteúdos, vinculados à atualidade, também seriam acolhidos nas páginas da revista (para agradar a públicos diversificados), tais como a moda, “tanto de vestuário como de mobília”, “as belas artes, (...) a música, a análise das obras novas”;

5. Publicava folhetins e outros conteúdos literários, para atrair leitores.

Mensal, cada número da revista *A Ilustração* tinha, normalmente, 16 páginas de cerca de 37 x 27,5 cm, dimensões que, à época, estavam acima da média, e era paginado a três colunas. A assinatura anual custava 1440 réis, a semestral custava 720 réis e a trimestral era oferecida por 360 réis. Avulso, cada número ficava por 30 réis. À semelhança do design da *Illustrated London News*, o título de *A Ilustração* associava-se a uma gravura da praça do Comércio, em Lisboa, opção que identificava a revista com a capital e lhe conferia um certo carácter alfacinha. Inseria um índice, intitulado *Sumário*, na primeira página. Curiosamente, esse sumário remetia, unicamente, para os conteúdos das primeiras páginas da revista, já que índices dos conteúdos subsequentes costumavam ser inseridos em páginas posteriores.

O primeiro número da revista *A Ilustração: Jornal Universal*, com somente quatro páginas, abria com “A Ilustração”, texto de apresentação ao público. Seguiam-se-lhe textos sobre o galego em Portugal; o primeiro capítulo do romance-folhetim “O Palácio do Diabo”, ilustrado; poesia; uma crónica teatral; a “Crónica lisbonense”, sobre assuntos da atualidade; e, por fim, um enigma pitoresco. O último número alinhava os seguintes conteúdos: uma crónica sobre o que acontecia em Lisboa; um capítulo de um folhetim, continuado de um número precedente; um texto sobre a obra *Amadis de Gaula*; um texto de pendor literário sobre “A fatalidade”; uma descrição do farol do Cabo Carvoeiro, com gravura; uma crítica à relação entre “Portugal e os escritores estrangeiros”; uma matéria sobre incêndios; poemas; a resolução do enigma pitoresco do número precedente; e um aviso sobre o final da publicação.

Outra “Ilustração” sucedeu-se na lista das revistas híbridas. Foi *A Ilustração: Periódico Universal*. Surgiu a 15 de janeiro de 1852, tendo desaparecido a 4 de outubro do mesmo ano. Revista quinzenal, de grande formato (cerca de 20 x 31 cm), publicada em sábados alternados, foi editada pelo tipógrafo e empresário de tipografia Aguiar Viana. Cada número tinha, habitualmente, oito páginas, paginadas a duas colunas. A assinatura anual custava 1440 réis, mas a revista não chegou a durar um ano. Por uma assinatura de seis meses, pagava-se 720 réis. Avulso, cada número custava 80 réis. A revista era grátis para os assinantes do diário *O Globo: Jornal dos Jornais: Publicação da Tarde*, igualmente editado pela Tipografia de Aguiar Viana.

O novo título parecia prometer: se houve uma *Ilustração: Jornal Universal*, doravante haveria uma *Ilustração: Periódico Universal*. A nova revista prometia ser *universal*, generalista e para

todos, como a primeira, com a qual parecia identificar-se. À semelhança da *Ilustração: Jornal Universal*, a nova revista também copiou o modelo de título da *Illustrated London News*, inserindo junto do título uma gravura do Rossio, em Lisboa, identificando a revista com a cidade.



Figura 28

Capa do primeiro número da revista
A Ilustração: Periódico Universal.
Fonte: reprodução do original.

Ao apresentar-se publicamente, *A Ilustração: Periódico Universal* prometeu prestar atenção à atualidade e seguir, como outras, os modelos das duas mais importantes e famosas revistas ilustradas europeias daquela época: a *Illustrated London News* e a *Illustration*:

Obscuros e humildes operários, trazemos hoje mais uma pedra para o grande edifício literário (...). A pedra que trazemos (...) é o jornal *A Ilustração* — será, talvez acanhada na essência, mas é ancha nas formas (...).

A Ilustração vai entrar em muitas casas onde a não esperam. É preciso que se dê a conhecer e explique as suas intenções (...).

A Ilustração é destinada a registar (...) os grandes acontecimentos da época (...) e formar um quadro vivo de todos os sucessos notáveis, de todas as catástrofes, de todos os inventos, de todas as descobertas, (...) todas as ocorrências importantes de que houver notícia (...).

Modelada sobre a *Illustration* (de Paris) e sobre o *London Illustrated News* [sic], procurará seguir, como estes jornais, a marcha dos factos e dos acontecimentos e pintá-los aos olhos dos leitores com toda a fidelidade e com a perfeição que lhe for possível chegar.

Este género de publicação é novo para Portugal. *A Ilustração*, portanto, não vem fazer concorrência aos seus irmãos jornalistas (...); não vem fazer concorrência aos jornais políticos, porque este jornal será absolutamente alheio a todo e qualquer assunto político. Registaré e pintaré os factos com toda a simplicidade. Na sua parte de notícias procura ser exactíssima. Na apreciação de obras dramáticas, na sua crónica teatral, conservará a maior imparcialidade.

Não se dobrará a rogos nem a empenhos, não se venderá, como escrava, ao poderoso, porque não a deslumbra o ouro. Tem amor ilimitado à sua liberdade e à sua independência e quer ajudar com a fronte erguida diante de todos (...).

Aparece porque deseja e espera ser útil (...). (*A Ilustração: Periódico Universal*, n.º 1, 15 de janeiro de 1852, p. 1)

Os conteúdos de *A Ilustração: Periódico Universal* assentavam num misto de enciclopedismo, literatura e atualidades, tal como acontecia com a maioria das publicações similares. O primeiro número, por exemplo, incluía os seguintes conteúdos: o texto de “Introdução”; a “Revista nacional” dos principais acontecimentos ocorridos no país nos últimos meses antes da publicação do primeiro número da revista; aforismos económicos; um texto sobre o uso de álcool como combustível de comboios; uma referência a livros publicados em 1851; um texto sobre o uso de eletricidade nas locomotivas; um provérbio; uma pequena biografia do militar e político húngaro Lajos Kossuth, ilustrada com retrato; uma peça ilustrada sobre máquinas de salvamento marítimo; o primeiro capítulo de um folhetim; a “Revista estrangeira”, com um resumo dos principais acontecimentos ocorridos fora do país; e uma anedota ilustrada.

Terceira revista desta lista, *A Ilustração Luso-Brasileira* foi feita para impressionar e conquistar, simultaneamente, o reduzido mercado periodístico português e o emergente mercado brasileiro. Semanal, vendida aos sábados, impressa na tipografia da revista *O Panorama*, em Lisboa, de grande formato (cerca de 27 x 39 cm), tinha, por norma, oito páginas, paginadas a três colunas, e surgiu no mercado a 5 de janeiro de 1856, por iniciativa do seu editor e proprietário António José Fernandes Lopes, tipógrafo e livreiro. Algumas das suas páginas eram exclusivamente reservadas às gravuras, o que devia provocar uma impressão forte nos leitores da época, decerto pouco habituados a que um periódico lhes oferecesse a possibilidade de *ver* o mundo com tanto detalhe. Procurou conciliar a atualidade com a literatura e o enciclopedismo de curiosidades, num modelo que se poderia traduzir por revista de amenidades.

Figura 29
Capa do primeiro número
de *A Ilustração Luso-Brasileira*.
Fonte: reprodução do original.



Apesar de ser uma revista ilustrada, a *Ilustração Luso-Brasileira* ainda privilegiava o texto verbal à imagem, conforme é notório na primeira página do primeiro número (figura 29), na qual a única ilustração presente era a que ornamentava o título da publicação. Nessa imagem misturavam-se, simbolicamente, os escudos de Portugal e do Brasil e espaços urbanos das capitais dos dois países: Lisboa e Rio de Janeiro.

A qualidade gráfica pagava-se. A assinatura anual da revista ficava por 3600 réis, a semestral por 1920 e a trimestral por mil réis. Avulso, cada número vendia-se por 120 réis²². Após 1858, a assinatura anual, para os habitantes de Lisboa, ficava por 4 mil réis. O número avulso custava 90 réis, uma diminuição relevante de preço, certamente para aumentar a circulação. Para fora de Lisboa, a revista era expedida, franca de porte, contra o pagamento de 4300 réis anuais. A assinatura anual para o Ultramar e para o estrangeiro ficava por 5 mil réis.

²² Para se ter uma comparativo, um profissional liberal, como um advogado ou um médico, poderia ganhar, na mesma época, cerca de 80 mil réis por mês.

Os conteúdos repartiam-se pelos artigos de cultura geral (enciclopedismo), folhetim e outros conteúdos literários, curiosidades, crónica política e crónica semanal, entre outros. Em imagens e textos, esta *Ilustração* foi, entre as revistas ilustradas de transição, uma das que mais se devotou à atualidade, sobretudo durante o ano de 1857. Assim, no primeiro número, além do texto programático, a *Ilustração Luso-Brasileira* inseriu o primeiro capítulo de um romance-folhetim; poesia; uma crítica literária a um livro brasileiro; um texto sobre D. Pedro V, ilustrado com uma gravura do soberano; uma notícia ilustrada sobre a abertura de uma nova pinacoteca, em Munique; um artigo sobre literatura contemporânea; a crónica semanal sobre teatro; notícias da guerra da Crimeia (em fase de resolução), com retrato do príncipe Bebutoff, comandante das forças russas; notícia sobre a sessão solene de abertura das Cortes; noticiário diverso; informação (algo publicitária) sobre novos livros colocados à venda pelo editor da *Ilustração Luso-Brasileira*; expediente; e um enigma gráfico. No último número, que só tinha quatro páginas, o leitor encontraria uma crónica com notícias diversas da atualidade coeva; uma descrição de Nova Iorque; o último capítulo de um texto sobre as Cruzadas; um texto sobre os conflitos entre chineses e ingleses durante a 2.^a Guerra do Ópio; um novo capítulo do romance-folhetim em publicação (encerrou com a promessa de que a sua publicação continuaria, o que não veio a suceder); poesia; e a secção de expediente, na qual se anuncia o fim da revista.

O texto programático (designado “Introito”) com que a revista se apresentou ao mercado, assinado pelo político, jornalista e literato José da Silva Mendes Leal Júnior, propunha, num estilo dialógico, fazer do jornal “livro”, ou seja, fazer da *Ilustração* uma publicação que, emulando “as suas companheiras com o mesmo título que as outras nações têm adotado e feito prosperar”, trouxesse aos leitores de Portugal e do Brasil “a crónica ainda ardente das comoções, imediata”, mas “sem pretensões a uma gravidade doutoral”.

Garrida, apurada, amiga das modas (...), gosta de (...) coquetear (...). Mas também não se exime da sisudeza onde for precisa. Não é um ateneu; é um locutório. Mas um locutório que admite toda a prática decente. Quem quer passa, deita os olhos, entra, conversa, e, se leva alguma coisa para meditar, é comodamente reclinada em regaço voluptuoso, e (...) envolta (...) de (...) imaginação. (*A Ilustração Luso-Brasileira*, n.º 1, 5 de janeiro de 1856, p. 1)

Por outras palavras, Mendes Leal Júnior pretendia fazer da *Ilustração Luso-Brasileira* não um jornal, estritamente falando, mas um jornal que fosse livro, que ocupasse esse território entre o jornal e o livro. Seria, pois, uma *revista*, palavra que já tinha entrado no léxico nacional²³ e que poderia ter sido usada com propriedade pelo autor do “Introito” da *Ilustração Luso-Brasileira*. Uma publicação leve, para ser lida com deleite, abrangente nos conteúdos

23 Já existiam publicações como *A Revista* (1833), *Revista Estrangeira* (1837), *Revista Teatral* (1839)...

(uma *magazine*), cuidada, não diária, mas orientada para a atualidade, para a “crónica (...) imediata” (à qual subjaz a ideia de *interpretação da atualidade*), e que, graficamente, fosse capaz de despertar a “imaginação” do leitor.

Na última página do primeiro número surgia o seguinte aviso: “A revista que havíamos feito dos jornais científicos (...), tivemos de a retirar por falta de espaço; outro tanto aconteceu com a parte destinada ao (...) comércio e indústria”. Oito páginas não eram, pois, suficientes para acolher todos os conteúdos que se desejavam...

Lê-se ainda nesse aviso:

No prospecto que fizemos (...) circular, declarámos que ficavam francas as colunas da *Ilustração* a todos os que cultivassem as letras, assim em Portugal como no Brasil, pois que este periódico é destinado a viver para ambos os países, (...) tão irmãos (...), agradecendo já a todos os escritores distintos que se dignaram espontaneamente a prestar-nos a sua coadjuvação, sem a qual nos seria impossível fundar e muito menos sustentar um hebdomadário da categoria da *Ilustração Luso-Brasileira*. (*A Ilustração Luso-Brasileira*, n.º 1, 5 de janeiro de 1856, p. 8)

Assim sendo, fica a saber-se que, efetivamente, a revista fazia justiça ao título, já que era feita para ser vendida, simultaneamente, em Portugal e no Brasil, aceitando, em contrapartida, colaborações espontâneas de literatos dos dois países. E logrou obtê-las. A partir de 1 de março de 1856, durante alguns números, a primeira página da revista mencionou os principais colaboradores, encontrando-se entre eles Alexandre Herculano, Oliveira Marreca, A. de Serpa, Lopes de Mendonça, Ernesto Biester, Francisco Gomes d’Amorim, Francisco Pereira d’Almeida, Bordalo, Francisco Romano Gomes Meira, Latino Coelho, Andrade Ferreira, Mendes Leal, J. de Torres, Filipe Leite, L. A. Palmeirim, Bulhão Pato e Rodrigo Paganino. Tornou-se diretor, a partir do oitavo número, Luís Augusto Rebelo da Silva, conforme anúncio publicado na última página do número anterior (Vol. I, n.º 7, 16 de fevereiro de 1856, p. 56). Entre os gravadores e desenhadores que assinam as gravuras encontravam-se Vidal Júnior e Coelho Júnior.

No número 25, de 21 de junho de 1856 (p. 208), a revista mencionava os nomes dos correspondentes (possivelmente também revendedores), muitos deles no Brasil: A. R. da Cruz Coutinho, no Porto; A. J. Pereira, em Coimbra; Manuel José Ferreira, em Penafiel; Maximiliano Dias de Castro, em Setúbal; António José de Araújo, na Madeira; M. C. de Albergaria Vale, na ilha de São Miguel, e J. M. de Mesquita Pimentel, na ilha Terceira, nos Açores; Manuel José Vieira da Costa, no Rio de Janeiro; Miguel José Alves, em Pernambuco; Rodrigo José Ferreira Guimarães, na Bahia; J. A. da Silva Guimarães, no Maranhão; Joaquim José de Oliveira, no Ceará; e Manuel Gomes de Amorim, no Pará.

Pragmática e programaticamente, a revista alinhava pela independência face aos partidos, facto que é vincado na abertura da coluna de “Noticiário” do n.º 7 do primeiro volume:

As questões políticas do nosso país que nos parecem impróprias de um jornal da natureza do nosso, desmerecem, além disso, pelo atraso e forçosa restrição com que são publicadas. Daremos d'ora avante só as que se referirem a assuntos económicos ou factos de grande vulto que possas referir-se singelamente. (*Ilustração Luso-Brasileira*, n.º 7, 16 de fevereiro de 1856, p. 56)

O ambicioso projeto editorial materializado na revista *A Ilustração Luso-Brasileira* não teve vida fácil. A 27 de dezembro de 1856, a revista foi forçada a suspender a publicação, explicando, na última página, as razões da decisão: “Muitas razões ponderosas, e entre elas a falta de papel, obrigam o editor da *Ilustração* a suspender, por ora, a publicação deste semanário.” Mas a verdadeira razão talvez se devesse à falta de receitas das assinaturas, já que o editor, ao longo do ano, teve de instar por várias vezes os subscritores da revista a pagarem os montantes contratualizados (n.ºs 11, 12, 14, 15, 28 e seguintes de 1856).

Depois de um ano de interrupção, a revista voltou a circular a 2 de janeiro de 1858, mantendo-se em publicação por mais dois anos. A justificação foi dada na “Introdução” ao segundo volume, publicada na primeira página do número um, um texto muito diferente, no estilo, ao “Introito” com que a revista se tinha apresentado aos leitores, no início de 1856:

Reaparece a *Ilustração Luso-Brasileira*. (...) Motivos estranhos aos desejos e sacrifícios do editor, nascidos unicamente da falta de condigna retribuição por parte de alguns correspondentes do jornal, foram a causa, por imperiosa necessidade de regularizar as suas contas, de meter de permeio este longo prazo, a fim de obter a entrada das quantias em débito, assegurando ao mesmo tempo a cooperação de novos assinantes, que de bom grado acederam ao nosso convite, prestando-se a concorrer para esta obra que reapertando entre os dois hemisférios onde se fala a língua portuguesa, os laços fraternos de uma comum origem, cimenta nas sólidas bases da instrução o mútuo comércio que pode tornar ambas as nações prósperas e felizes (...).

Outra razão havia também (...) para a sua reaparição. Os nossos antigos assinantes tinham sentido o vácuo que esta desapareição de um ano deixou nas letras, e medindo o alcance do jornal pela latitude que nele se dava às matérias instrutivas e de recreio, que a pena dos nossos mais hábeis escritores aqui sustentava com aquela reputação que os seus nomes já ganharam, previam no futuro uma época gloriosa para a nossa empresa — época que nada deixaria a desejar no confronto com as outras publicações estrangeiras da mesma natureza, onde o progresso também foi lento, mas que hoje atingiu o grau de perfeição a que a gravura e a tipografia, cumulativamente, podem chegar. Desta íntima convicção que estava em todos os nossos subscritores; deste desejo de glória nas artes pátrias, nasceram as muitas instâncias feitas ao editor para continuar o jornal (...).

Não podíamos (...) deixar de ser gratos (...) e de mais nos estimulava o incentivo que esta publicação pode dar à gravura de madeira, que tem atingido entre nós um grau de perfeição relativo às poucas publicações que temos de semelhante natureza [nota: provavelmente, referir-se-ia ao *Arquivo Pitoresco* e ao *Panorama*, já que este último periódico foi publicado até ao final de 1858, reaparecendo em

1866]. As acanhadas dimensões dos hebdomadários ilustrados que se publicam no reino, não oferecendo, pelo pouco e insignificante número de gravuras que podem conter, um prospeto de garantia à existência do gravador, afastam muitos desta aplicação para se entregarem a outros mesteres donde lhes resulte a subsistência (...). A *Ilustração*, pelas suas largas dimensões, carecendo de gravuras numa extensa escala, emprega os artistas que contamos entre nós. (...) Associados aos gravadores, vêm imediatamente os desenhadores para os quadros, paisagens e monumentos da nossa terra, que nas proporções do jornal encontram poderoso meio de reprodução das suas obras e digna galeria (...). O jornal vai primar na reprodução fiel das melhores gravuras estrangeiras, para o que já contratou os respetivos clichés; na escolha dos nossos (...) panoramas (...) e (...) personagens; na descrição artística dos povos do globo, suas cenas, costumes e trajes, suas cidades e monumentos (...). Quanto à parte literária, este hebdomadário já demonstrou que os nomes de maior crédito entre nós figuram na sua redação (...). Formando-se, porém, (...) auspiciosos talentos (...), a *Ilustração* lhes franqueia as suas portas (...). Nesses (...) teremos (...) de atender à moralidade do assunto, que seja estranho à política (...). Haverá também extremo cuidado em não reproduzir artigos que noutro qualquer semanário do país já se tenham impresso, como infelizmente tem acontecido (...), (...) e (...) pedimos também aos nossos colegas que nos respeitem nosso direito de propriedade. (A *Ilustração Luso-Brasileira*, vol. II, n.º 1, 1858, p. 1)

É relevante, no texto anterior, a confissão de que os problemas financeiros que motivaram a interrupção da publicação da revista se terão devido a falta de pagamento dos agentes que a distribuíam; a ênfase concedida ao carácter ilustrado da publicação e à utilização da gravura de madeira; o carácter apolítico da revista; e o respeito pelo direito de propriedade intelectual, que, nitidamente, ao tempo não era respeitado.

No segundo número de 1859, datado de 15 de janeiro, inclui a revista o anúncio de que a Sociedade Madrépora [Madre Pura, no original], uma organização benemérita de portugueses imigrados no Brasil, igualmente responsável pelo êxito (e pelo fim) da revista *Arquivo Pitoresco*, tinha adquirido duzentas assinaturas da *Ilustração Luso-Brasileira* para distribuição por professores, iniciando a publicação da lista dos docentes a quem a revista tinha sido enviada (p. 16). Mas essa iniciativa não terá sido bem entendida por todos os destinatários, provocando o seguinte esclarecimento:

Tendo a administração deste jornal recebido de alguns professores cartas em que pedem se suspenda a remessa do mesmo (...), em consequência de não estarem em circunstâncias de pagar, declaramos que não pedimos o importe da assinatura a nenhum dos professores a quem dirigimos o semanário, por já estar satisfeito pela sociedade Madrépora, do Rio de Janeiro, que tomou duzentas assinaturas da *Ilustração* para serem remetidas a 220 professores, a fim de premiarem o aluno que mais se distinguir nas respetivas escolas, como muito clara e explicitamente se achava exarado na circular que enviámos com o primeiro número. Portanto, esta administração continuará a

remeter os jornais para os professores escolhidos, declarando aqui que lhes não faz nenhum favor, porque cumpre o que ajustou; mas sente que uma circular *impressa* não fosse entendida por alguns dos mesmos professores. (*A Ilustração Luso-Brasileira*, vol. III, n.º 10, 12 de março de 1859, p. 80)

A oferta da revista aos professores ainda provocou novos desentendimentos, pois a publicação, respondendo a dois professores, incluiu um novo aviso:

A administração deste jornal declara que o artigo inserto no número 10 do volume atual (...) não se referia (...) aos senhores Joaquim José de Moraes e Francisco Joaquim Guedes (...). Estes senhores viram a arguição onde só havia o *pensar* de não ter *sido entendida* uma circular *impressa* e redigida em frase clara e inteligível; mas esse mesmo sentimento não podia ter lugar em relação aos dois cavalheiros a que aludimos, porque em tempo competente, respondendo à circular, deram provas de terem perfeitamente entendido e compreendido o objeto de que se tratava. (*A Ilustração Luso-Brasileira*, vol. III, n.º 15, 16 de abril de 1859, p. 120)

O último número da revista, datado de 31 de dezembro de 1859, só tinha quatro páginas. Nele, na última página, o proprietário despedia-se dos leitores, explicando que o fim da revista se devia a infortúnios da vida privada:

O editor e proprietário do jornal *A Ilustração Luso-Brasileira* previne os senhores assinantes que, em consequência do fatal golpe porque há pouco acaba de passar, com o falecimento da sua esposa, ficando-lhe oito filhos, o mais velho dos quais conta oito anos, suspende por algum tempo a *Ilustração* porque sendo, como pai, responsável pela educação de seus filhos, ou há de cuidar desse dever ou aplicar-se à direção do mesmo jornal. (*A Ilustração Luso-Brasileira*, vol. III, n.º 52, 31 de dezembro de 1859, p. 412)

Durante a sua curta vida, a *Ilustração Luso-Brasileira* deve ter-se debatido com graves problemas de distribuição. Imputados aos correios, possivelmente esses problemas não seriam exclusivos da revista:

Tendo o editor deste semanário recebido grande número de cartas de senhores assinantes das províncias, queixando-se de que umas vezes o não recebem, e outras lhes é entregue quinze e mais dias depois da sua publicação nesta capital, declara o editor, em satisfação àquelas queixas, pedindo desculpas de não poder diretamente dirigir-se a cada um dos ditos senhores, que uma tal falta se deve unicamente atribuir-se aos correios (...) e não a ele, editor, que todos os domingos (dia imediato ao da publicação do semanário) manda lançar a horas competentes na caixa do correio geral os números respetivos tanto aos senhores assinantes do país como do estrangeiro (*A Ilustração Luso-Brasileira*, vol. I, n.º 22, 31 de maio de 1856, p. 176)

Quarta revista desta lista, a primeira revista que levou por título *Ilustração Portuguesa* surgiu em junho de 1884. Não teve, porém, qualquer relação com a futura *Ilustração Portuguesa* editada pela empresa do jornal *O Século*, a partir de 1903.

Esta primeira *Ilustração Portuguesa*, na verdade, foi editada pelo mesmo grupo do *Diário Ilustrado*, conotado com o Partido Regenerador. O seu editor e diretor terá sido o deputado Pedro Augusto Correia da Silva, editor do *Diário Ilustrado* e que, anteriormente, tinha fundado o *Correio da Europa* (1878-1922) e a revista *Portugal Pitoresco* (1883-1885).

De periodicidade semanal, essa primeira revista intitulada *A Ilustração Portuguesa* foi publicada regularmente até ao seu penúltimo ano de vida e irregularmente no quinto e último ano de existência²⁴, datando o último número de 6 de outubro de 1890. Cada número custava 30 réis e a assinatura anual ficava por 1560 réis. Podia assinar-se, igualmente, por seis meses (780 réis) ou por um trimestre (390 réis). O preço, efetivamente, era menor do que outras publicações concorrentes. *O Ocidente*, por exemplo, custava 120 réis, embora fosse quinzenal.

No número prospeito, lançado em junho de 1884, apresentava-se, assim, a nova revista:

Com o título de *Ilustração Portuguesa* vamos empreender uma publicação que será uma verdadeira maravilha artística e que ficará ao alcance de todas as bolsas (...).

Uma *ilustração* igual a todas as melhores do estrangeiro, com gravuras de primeira qualidade, elaborada pelos primeiros escritores, e vendida pelo módico preço de 30 réis semanais é um arrojo de tal ordem em *editoria* que só pôde ser realizado depois do estudo mais aturado e pertinaz.

Há perto de um ano e meio apareceu entre nós uma publicação intitulada a *Ilustração Ibérica*. Era feita em Barcelona, continha muitas gravuras primorosas, excelentes artigos, e oferecia-se ao público a 30 réis cada número.

Este milagre de barateza prometia arruinar os editores portugueses e todos se assustaram.

(...)

Esta concorrência com as nossas acanhadas publicações estava (...) dentro da lei, mas pareceu-nos pouco generoso que a rica e poderosa Espanha, aproveitando a semelhança das duas línguas, viesse desafiar o pequeno mercado de leitores portugueses, onde já tão estreitamente vivia o nosso mundo literário e jornalístico, e assustando-nos (...) procurámos (...) um meio de concorrência (...) e realizámos também hoje o prodígio.

Para este fim mandámos vir uma máquina especial da Alemanha; chamámos artista próprio; comprámos soberbos *clichés* nos primeiros centros: Paris, Londres e Berlim; acercámo-nos de um grupo de escritores notáveis e apresentamos hoje este prospeito anunciando o aparecimento da *Ilustração Portuguesa* (...), afirmando ao público que a nossa *Ilustração* em nada desmerecerá das mais perfeitas e completas.

24 Por ano, aqui, entenda-se o conjunto de 52 números que perfaziam um volume.

(...)

A *Ilustração Portuguesa* precisa, para viver, de muitos milhares de assinaturas. Contamos já com um grande número delas (...) do Brasil, e esperamos outras do nosso público (...). (A *Ilustração Portuguesa*, número prospeito, junho de 1884, p. 1)

Algumas ideias podem ser extraídas ou deduzidas do texto de apresentação:

1. Pretendia oferecer-se ao mercado uma revista ilustrada de qualidade, similar às melhores do estrangeiro (sempre a comparação!), mas também barata, o que exigiria uma gestão rigorosa e, acima de tudo, “milhares” de assinantes. Terá sido por este objetivo não ter sido atingido que a revista viria a sucumbir. A própria revista reconhece no texto que o mercado editorial português era exíguo, mesmo quando somado ao brasileiro, país onde também era distribuída (relembre-se, no entanto, que o Brasil, à época, já possuía revistas ilustradas).
2. Publicações estrangeiras, designadamente espanholas, conseguiam entrar no mercado português, dada a proximidade da língua (o mesmo sucede hoje).
3. Os promotores da revista não hesitaram em investir em equipamento tipográfico para poderem levar por diante o seu projeto. Mas também anunciaram que comprariam *clichés* a França, Alemanha e Inglaterra (em detrimento da produção nacional e própria de informação visual), quicá porque seriam “soberbos”.
4. Revistas como a *Ilustração Portuguesa* viviam da colaboração de “escritores notáveis” (poder-se-ia acrescentar, igualmente, os “artistas notáveis”), não de jornalistas-repórteres. Eram os “escritores notáveis”, “escritores de jornal”, uma espécie de “jornalistas por ocupação”, a dar importância e nível às publicações.

Quanto aos conteúdos, prometia-se o seguinte, no mesmo número-prospeito:

A *Ilustração Portuguesa* constará de oito páginas do formato deste prospeito medindo 22 por 32 centímetros²⁵, contendo, além de artigos (...), quatro gravuras, sendo duas de página inteira e duas de meia página, fora as vinhetas intercaladas no texto.

A parte literária compreenderá — Crónica — Pequenos romances — Descrição das gravuras — Artigos históricos comemorando os homens e os acontecimentos mais notáveis da história portuguesa

25 As páginas da revista medidas neste estudo mediam 21x31, mas é possível que o desfasamento se deva a eventual corte das mesmas durante o processo de encadernação, prática comum dos encadernadores, nomeadamente no passado.

— Poesias — Bons ditos — Charadas — Enigmas pitorescos — Problemas matemáticos e de xadrez, etc. (*A Ilustração Portuguesa*, número prospecto, junho de 1884, p. 1)

Folheando as páginas da revista, pode, efetivamente, deduzir-se que os seus editores procuraram ser fiéis ao seu programa editorial ao longo dos anos, mantendo uma certa regularidade na estrutura: crónica da atualidade; poesia, prosa, capítulos de folhetins e artigos diversos; rubrica “As nossas gravuras”, comum a outras publicações do mesmo tipo, na qual se davam informações sobre os assuntos evocados nas imagens ou se prestava informação complementar aos leitores; e no fim a secção “Em família”, com as habituais curiosidades, anedotas, enigmas, ditados, citações, conselhos, etc. dirigidos transversalmente a “toda a família”. A *Ilustração Portuguesa* desejava, como outras revistas ilustradas coevas, tornar-se uma revista familiar, ainda que os homens fossem os produtores hegemónicos do discurso e dirigissem a revista. Essa fidelidade ao programa, além do rigor e da honestidade, seriam a razão do sucesso da revista, no dizer dos respetivos editores, conforme regista a “Crónica” do número 52, de 12 de julho de 1886, subscrita, coletivamente, pela Redação, por ocasião da celebração do segundo aniversário da revista:

A Ilustração Portuguesa tem visto morrer (...) publicações da mesma índole (...). *A Ilustração*, sempre limpa de ódios e malquerenças, (...) continuou a seguir (...) o seu caminho (...).

Na vida (...) curta (...) deste semanário, entram, por certo, como fator de grande valia, as boas graças do público (...) desde o primeiro momento (...). Todavia, permita-se à *Ilustração Portuguesa* a imodéstia de confessar que uma grande parte do sucesso por ela alcançado é devida a si própria, ao (...) escrúpulo com que tem sabido cumprir o seu programa (...), à rigorosa (...) honestidade de palavra (...). (*A Ilustração Portuguesa*, n.º 52, 12 de julho de 1886, p. 1)

Comparando-se o primeiro com o último número da revista observa-se, efetivamente, a intenção de cumprir o programa original. O alinhamento dos conteúdos no número 1, datado de 1 de julho de 1884, foi o seguinte: crónica da atualidade; um texto de prosa literária “A elegia do piano”; um poema; gravuras artísticas (página inteira e dupla página); mais prosa literária e poemas; charadas, anedotas, enigmas, problema de xadrez; secção “As nossas gravuras”, que finaliza com uma nova gravura de uma mulher de Arouca (gravura de Pastor a partir de fotografia de Biel); para remate, um conselho de economia doméstica. Um pormenor. Nesse mesmo número escrevia-se na “Crónica”:

A Ilustração Portuguesa entra hoje no seu quarto ano de publicação. Quando ela se fundou, a tentativa de um jornal barato nas suas condições era um arrojo inaudito — hoje (...) sancionado pelo êxito.

(...)

Graças à mecânica e à química, tornou-se possível multiplicar até ao infinito (...) o jornal e, como

consequência disso, barateá-lo (...). Há muito que lá fora as ilustrações populares formam o mais culto prazer do povo; em Portugal data de poucos anos, e a *Ilustração Portuguesa* foi das primeiras a romper a marcha.

Orgulhosos da sua revista, para os editores da revista haveria, pois, depreende-se, um antes e um depois da *Ilustração Portuguesa*, uma “das primeiras” revistas ilustradas a revolucionar o seu segmento de mercado em Portugal.

Figura 30
Capa do número de 11 de novembro de 1889 da revista *A Ilustração Portuguesa*.
Fonte: reprodução do original.



O alinhamento dos conteúdos do derradeiro número, o 52.º do volume de 1888-1890, datado de 6 de outubro de 1890, foi o seguinte: primeira página com uma gravura do túnel ferroviário do Rossio, em Lisboa; crónica da atualidade; um conto; a letra de uma canção mi-nhota; gravuras; um poema; um texto sobre a múmia de Cleópatra; gravura de dupla página; secção “As nossas gravuras”; notícia da tentativa de suicídio de uma família numerosa, em Paris (gravura alusiva publicada mais à frente); uma nota biográfica sobre o tenente Valadim (retrato publicado na última página); notícia de outro suicídio (gravura com o retrato

do suicida publicada na última página); uma receita para um doce; anedotas, resultados de enigmas, poesia; e excertos de livros.

Outra curiosidade. No primeiro número de 1888-1890 (a série de 52 números, efetivamente, apenas se concluiu a 6 de outubro de 1890), datado de 27 de agosto de 1888, fazia-se uma crítica bem-humorada às publicações congêneres que escreviam sobre o estrangeiro sem lá porem os pés, denunciando práticas corriqueiras das revistas ilustradas em Portugal:

A nossa *Ilustração Portuguesa* vai entrar no seu quinto ano de publicação.

Chamamos-lhe *nossa* familiarmente (...) porque a *Ilustração* não tem pretensões. Fia-se no julgamento do público, esse grande juiz implacável contra o qual se vão quebrar todos os reclamos balofos, todos os modelos de Paris, todas as graciosas mentiras, todas as promessas falazes.

Não, não prometeremos nunca o que não poderemos cumprir: nunca iremos a Londres, a Viena, a Bruxelas, a Berlim para deslumbrarmos *à volta* os nossos amáveis leitores com o que vimos nos livros de viagem. Quanto muito, iremos a Sintra, mesmo ao Bussaco, talvez às Caldas ver a fábrica do Bordalo. (...) E há tanto que ver no campo! (*A Ilustração Portuguesa*, vol. V, n.º 1, 27 de agosto de 1888, p. 1)

Numa lista cronológica de revistas ilustradas de informação geral híbridas, o lugar seguinte pertence à *Revista Ilustrada*, que se assumia, no título, apropriadamente, como uma *revista*.

A *Revista Ilustrada* tinha grande formato (28,8 x 39,2 cm), doze páginas, paginadas a três colunas. Teve por proprietários Mariano Level e o editor e livreiro António Maria Pereira, gerente. Quinzenal, o primeiro número data de 15 de abril de 1890. O último, de 1892, não indica a data, mas é numerado: 60. Custava, por número, 120 réis, saindo a assinatura anual, em Portugal e ilhas adjacentes, 2880 réis, por 720 réis a semestral e por 240 réis a mensal. Possuía, caso raro entre as revistas lisboetas, sucursal no Porto.

Como outras publicações semelhantes da mesma época, a *Revista Ilustrada* seguiu, principalmente, uma linha editorial devotada ao que, hoje em dia, se consideraria cultura: literatura, belas-artes, teatro. No campo das belas-letras, a *Revista Ilustrada* publicava crítica literária, folhetins, poesia e prosa, incluindo crónicas sobre o quotidiano da época assinadas por nomes grandes da literatura portuguesa, tais como Fialho de Almeida, Ramalho Ortigão, Camilo Castelo Branco e outros.

Pode apreciar-se a materialização da linha editorial da *Revista Ilustrada* atentando-se nos conteúdos disponibilizados no primeiro e no último número. O número 1 dessa publicação abria com um retrato de Antero de Quental, na capa; depois, no miolo, aparecia uma crónica literária; um apontamento biográfico sobre Antero de Quental; citações de escritores portugueses; um poema; uma referência às gravuras inseridas no número, com descrições detalhadas; a imagem de uma estátua recente; um *fac-simile* de uma carta de Antero; um conto; um excerto de uma peça teatral em cena, ilustrado com várias gravuras dos atores; uma

crónica ilustrada dos espetáculos teatrais; uma gravura de João Armando Pedroso de uma fotografia de Carlos Relvas de um lugar de Vizela; um texto sobre arte portuguesa; um fragmento de um romance; uma descrição de Vizela a partir das impressões de um viajante; uma gravura das cataratas de Paulo Afonso no rio São Francisco (Brasil); e uma crónica bibliográfica sobre obras editadas pela editora de António Maria Pereira. O número incluía, ainda, uma cromotipogravura de uma andaluza. Destaque, pois, para o facto de a revista publicar iconografia de grandes dimensões, alguma dela isolada nas páginas, opção que valorizava as imagens. Mas, com frequência, as imagens surgiam dispersas pela publicação, aparentemente sem critério, denotando uma quase total ausência de preocupação de casamento destas com as palavras.

O último número abria com uma gravura de Fialho de Almeida, da autoria de Manuel Diogo Neto, peça à qual se sucedeu a “Última crónica”, subscrita por Alfredo de Mesquita; uma autobiografia de Fialho de Almeida, ornamentada com a fotografia de um busto da República esculpido por Teixeira Lopes; um conto intitulado “De Ceuta a Évora; uma crónica de viagem escrita por Fialho de Almeida, no meio da qual surgiam imagens do rio Tejo, de um quadro, de Luanda e da igreja de Óbidos, dispostas sem critério; a conclusão das “Memórias do general barão Marbot” sobre a terceira invasão francesa a Portugal, no meio da qual surgiam, mais uma vez sem critério perceptível, gravuras alusivas a monumentos portugueses e ainda um quadro e uma gravura de um casebre perto de Pedras Salgadas; uma crónica impressiva da autoria de Trindade Coelho, ilustrada; uma crónica sobre uma viagem a Madrid; poemas; uma descrição de um lugar de Azeitão, no meio da qual surgia, a despropósito, uma gravura de Leça da Palmeira, gravada por Pastor a partir de fotografia de J. Ilharco; um texto de apresentação das gravuras; e a história de uma porta numa aldeia do Barroso, da autoria de Camilo Castelo Branco.

Os conteúdos da *Revista Ilustrada* não variaram muito, pois, do primeiro para o último número. A revista não enganava: era, assumidamente, uma revista cultural, predominantemente literária. Os acontecimentos da atualidade, embora, ocasionalmente, presentes na escrita, raramente constituíram uma preocupação gráfica dos editores dessa publicação. Mas a atualidade cultural (os teatros, as obras literárias e de artes plásticas recentes...) esteve sempre na mira dos editores.

Dado apostar quer na vulgarização cultural enciclopédica quer na cobertura da atualidade cultural, optando, ocasionalmente, pela cobertura gráfica da atualidade cultural coeva, classificou-se a *Revista Ilustrada* como uma revista ilustrada de informação geral híbrida.



Figura 31
Capa do primeiro número
da *Revista Ilustrada*.
Fonte: reprodução do original.



ALBERTO DE SOUSA

Tal como outras revistas coevas, a *Revista Ilustrada* foi pensada para ser colecionada e encadernada, pois a numeração das páginas de cada volume anual é sucessiva e não por número.

No primeiro número não se encontra qualquer referência ao programa da nova publicação. Mas no último, na “Última Crónica”, Alfredo Mesquita escreveu, já em jeito de memória:

Apareceu (...) a *Revista Ilustrada*. Proprietários: Level e Pereira, gerente. Simultaneamente, dirigiam estes a parte literária. Alberto [o gravador Caetano Alberto] ficara encarregado da parte artística. A *Revista* apresentou-se sem programa, mas apresentou-se por forma a convencer as gentes de que os programas são bem dispensáveis quando se tem estabelecido um certo delineamento, ao qual obedecem sempre a feição e a execução do jornal lançado.

Tem vivido três anos a *Revista* (...). No dia, porém, em que os seus proprietários (...) acordaram na impossibilidade de conduzir a cooperação do público para conduzir ao desfogo o seu empreendimento — nesse dia decidiram eles pela preferência do desistir sobre a resolução do continuar (...). Na opinião de alguém, habituado a ouvir que Portugal e Brasil são países sem público para periódicos literários e artísticos e que cada esforço feito em semelhante sentido é baldado intento e louca

pretensão (...), a *Revista Ilustrada* desaparece “no momento em que a reclamam as necessidades da arte e da literatura desses dois países”. (*Revista Ilustrada*, n.º 60, 1892, p. 218)

O preço, o papel de elevada qualidade, os temas explorados, os colaboradores, as capas ilustradas, as reproduções gráficas de elevada qualidade, o apuro gráfico, indiciam que se tratava de uma revista direcionada para a elite letrada e endinheirada do país, maioritariamente concentrada em Lisboa, onde era editada, e no Porto, onde a *Revista Ilustrada*, como se disse, tinha representação.

A *Revista Ilustrada* atingiu uma elevada qualidade gráfica e foi nela que, no número 13, datado de 15 de outubro de 1890, na primeira página, foi publicada aquela que, possivelmente, foi a primeira fotografia diretamente impressa numa revista ou jornal em Portugal.

A *Revista Moderna: Magazine Ilustrado*, que se segue neste relato cronológico, foi a primeira revista portuguesa a autointitular-se “magazine”. Magazine é quase um sinónimo de revista, pois uma revista é uma publicação em que se *passa em revista* uma multiplicidade de assuntos, à semelhança do que acontece numa grande loja de departamentos²⁶, onde se vende uma enorme diversidade de produtos. No entanto, a revista tanto surge com o subtítulo *Magazine Ilustrado* como com o subtítulo *Semanário Ilustrado*.

Omissa quanto a tiragem e preços, a *Revista Moderna*, percebe-se pelo subtítulo e pelo preâmbulo, tinha periodicidade semanal. Trata-se de uma revista publicada entre 1895 e 1897, em Lisboa, que teve por diretor Emídio Monteiro. Custava a assinatura de 13 números 800 réis e de 26 números 1600 réis. Impressa na tipografia de Libânio da Silva, tinha por lema “bom senso e bom gosto”. Como outras do mesmo género, especializou-se em temas culturais — principalmente literatura e belas-artes — apesar de ser eclética e, até certo ponto, enciclopédica. No entanto, trazia notícias da atualidade teatral e literária. Assim sendo, classificou-se entre as revistas ilustradas de informação geral híbridas.

A *Revista Moderna* foi pensada para ser colecionada e encadernada. Em cada número (tipo fascículo), de 12 páginas, com dimensões aproximadas de 17,5 x 24,1 cm, paginada a duas colunas, a numeração das páginas continuava o número precedente. Somente examinando os exemplares de cada volume com atenção o leitor nota quando está perante um novo número.

No preâmbulo ao primeiro volume, escrevia-se, em nome da empresa editora, que a revista seria eclética. Os responsáveis da publicação também tinham clara consciência de que iriam lançar uma nova publicação num mercado já abastecido por outras publicações do género. Eis as suas palavras:

26 *Magazin*, em francês. Daqui deriva a palavra *magazine*.

Vimos (...) trazer a nossa quota parte de estudo, de ideias e de boa vontade ao concurso de interesses morais, intelectuais e materiais do nosso país (...).

A *Revista Moderna* também não vem preencher nenhuma lacuna: desde o *Panorama*, que ficou sendo o modelo nunca igualado, têm continuado até hoje a aparecer entre nós numerosas publicações (...) da índole da que começa a sua vida com o presente número (...). Não vamos, com efeito, fazer uma revista literária, nem artística, nem científica, nem industrial, nem de qualquer outra especialidade. A *Revista Moderna* quer ser tudo isso (...); mais explicitamente: uma revista de crítica e vulgarização, o *Panorama* como ele seria feito hoje, com a parte da atualidade mais desenvolvida.

As publicações deste género, de leitura variada e ao alcance da grande maioria dos leitores, têm-se desenvolvido constantemente, acompanhando o movimento progressivo das classes médias e populares para a conquista de todas as regalias outorgadas pela lei nas sociedades modernas. Algumas delas publicam-se a muitos mil exemplares e contam dezenas de anos de existência, formando hoje uma verdadeira enciclopédia (...), como por exemplo o *Magasin Pittoresque* e o *Musée des Familles* (...). Nós não podemos nem de longe contar com um êxito dessa ordem (...); o nosso mercado é insignificante (...). A *Revista Moderna* será, portanto, uma publicação (...) modesta (...) e (...) compreenderá as seguintes secções:

Atualidades: notas críticas sobre publicações, espetáculos, belas-artes, acontecimentos diversos;

Literatura: romances, novelas, contos, poesias e excertos dos principais escritores portugueses e estrangeiros, antigos e modernos;

Belas-Artes: crónica do movimento artístico no país, descrição e apreciação das principais obras de arte antigas e modernas de todos os países, biografias de artistas célebres;

Vulgarização: noções gerais de ciência ao alcance de todos; factos notáveis da história e descrição de vistas e monumentos, especialmente de Portugal e seus domínios; história natural, agricultura, jardinagem, desporto, indústrias e ofícios diversos, últimas descobertas das ciências e artes;

Variedades: ecos e notícias, ditos e anedotas, curiosidades, conselhos e receitas, passatempos, física recreativa, paciências e adivinhas.

Daremos, pelo menos, duas ilustrações em cada número, por artistas portugueses e estrangeiros, de assunto variado, em harmonia com o texto, e mostrando o estado das artes da reprodução em diversos países da Europa e América (...).

Para seguir mais de perto os acontecimentos (...) fazemo-la semanal (...).

Todo o serviço de redação está a cargo de um pequeno grupo de escritores (...). Não solicitamos nem aceitamos colaborações (...). Dessa maneira ficarão os leitores mais bem servidos, certos de encontrar sempre na revista trechos escolhidos da obra de cada escritor em vez do bom e mau inevitável em revistas de colaboração pedida.

Como não pode deixar de ser numa publicação destinada (...) a ser um elemento de educação e recreio de todas as famílias (...), na *Revista Moderna* serão respeitadas todas as crenças e observado o mais escrupuloso decoro, sendo (...) banida das suas páginas a licença de expressões de que tantos escritores fazem hoje isca ao dinheiro do público (...).

Quanto à parte (...) material, fizemos todo o possível para que a *Revista Moderna* tenha um aspeto (...) atraente. Apesar do aumento de preço, preferimos papel estrangeiro, especialmente fabricado para ilustrações, antepondo, assim, o interesse dos leitores ao dos fabricantes de papel nacional, pois que este (...) tem pelo menos o defeito de não conservar igualdade nas suas qualidades, variando de tom de encomenda para encomenda. E não nos eximimos à despesa de uma capa ilustrada, desenhada pelo (...) pintor (...) António Beata, e que, além de ser uma bela obra de arte, tem a vantagem de resguardar os números da revista até irem para o encadernador. (*Revista Moderna*, n.º 1, 1895, p. 1)

Revelando o pensamento que presidiu às intenções dos criadores da *Revista Moderna*, o texto de preâmbulo, como um estatuto editorial:

1. Apontava *O Panorama* como modelo, afirmando-se como uma espécie de *Panorama* modernizado, que abordasse, também, a atualidade — ou seja, como uma revista de transição;
2. Realisticamente, indicava os constrangimentos do mercado editorial português, mas reconhecia que, no mesmo, coabitavam publicações similares;
3. Ao elencar as áreas sobre as quais a revista centraria a sua atenção, punha a *atualidade* em primeiro-lugar da lista, sem desconsiderar o carácter enciclopédico, literário e recreativo que também assumia;
4. Reconhecia que a iconografia era uma mais-valia, pelo que prometia ao leitor a publicação de pelo menos duas imagens por número, “em harmonia com o texto”, isto é, integradas no design (opção que outras revistas não seguiam).
5. Contrariando à política seguida por publicações da mesma índole, afirmava que a revista não seria um espaço de “jornalismo participativo”, não aceitando nem pedindo colaborações; pelo contrário, seria um produto de “um pequeno grupo de escritores”;
6. Afirmava que respeitaria “todas as crenças”, dentro do espírito de tolerância próprio das democracias formais;
7. Enquanto periódico familiar, prometia ser uma revista decorosa, rejeitando o sensacionalismo na linguagem que funcionava como “isca” para a compra de outros periódicos;
8. Admitia a relevância mercadológica, como elemento distintivo, do recurso a um bom papel, no qual fosse possível reproduzir imagens com boa qualidade.

No último número não há qualquer referência ao fim da publicação da revista, embora nas páginas extra-volume se encontrem referências a assinantes e revendedores que não pagavam as assinaturas ou não prestavam contas. Também aí se encontra um texto, tipo estatuto editorial, que reforçava os valores da revista, mas nele também salientava que esta se publicava “duas ou três vezes por mês”, em números de 16 páginas, a duas colunas:

A Revista Moderna é um periódico de crítica, vulgarização e recreio, destinado a todas as classes de leitores.

Procurando satisfazer as duas principais exigências do espírito humano — a curiosidade e a distração — e seguindo o antigo preceito (...) de juntar o útil ao agradável (...), dá nas suas páginas igual cabimento à crítica dos principais acontecimentos da vida intelectual portuguesa, à vulgarização das ciências e conhecimentos úteis e uma larga secção recreativa, compreendendo um romance ilustrado, novelas, contos, versos, curiosidades, anedotas e passatempos.

Nas colunas da *Revista Moderna* são respeitadas todas as crenças e observado (...) decoro (...).

Na sua crítica, a *Revista Moderna* defende (...) os interesses da verdade e da justiça e os preceitos do bom senso e do bom gosto (...).

A *Revista Moderna* publica-se duas ou três vezes por mês (...), em números de 16 páginas, a duas colunas, em magnífico papel, contendo três a cinco gravuras, e abrigados numa magnífica capa ilustrada. Cada volume compõe-se de 26 números e 440 páginas, contendo cem gravuras (...). (*Revista Moderna*, n.º 26, 1897, p. 440)

Uma amostra dos conteúdos da revista pode ser construída por meio de uma leitura diacrónica do primeiro e do último número. O número 1 abria com o “Preâmbulo” de apresentação da publicação; seguia-se-lhe uma pequena biografia de João de Deus, com retrato do biografado; a crónica teatral; uma matéria sobre a janela manuelina do convento de Cristo, em Tomar, ilustrada com gravura; poemas; uma peça de apresentação e crítica literária a várias obras recentes; um capítulo de um folhetim; mais poemas; e, no fim, uma advertência aos leitores: a revista aceitava o envio de “passatempos” (charadas, enigmas), desde que se prestassem à rima, isto é, surgissem “em verso rimado e bem medido” (a revista necessitava da colaboração espontânea dos leitores para o fornecimento de conteúdos, mas só aceitava matérias com qualidade literária).

O último número da publicação incorporava um texto, continuado de um número anterior, sobre “O pinheiro bravo”; outro sobre porcelanas orientais, ilustrado; um capítulo do romance “Ivanhoé”, de Walter Scott, ilustrado; poemas; a habitual apresentação e crítica de obras literárias recentes; um texto de crítica a outro autor; e finaliza com ditos e anedotas.

Na lista de revistas de informação geral ilustradas híbridas, a posição cronológica seguinte pertence a uma publicação coimbrã. Publicada, semanalmente, entre 29 de maio e 23 de novembro de 1901, em Coimbra, a *Gazeta Ilustrada: Revista Semanal de Vulgarização Científica*,

Artística e Literária foi, essencialmente, uma revista cultural amena. Marcada por um enciclopedismo tardio, concretizado numa miscelânea de conteúdos de literatura, belas-artes, ciências, curiosidades, passatempos e anedotas, prestou uma atenção somente pontual aos assuntos da atualidade, dentro das áreas que contemplava no título: ciências, artes e literatura.



Figura 32

Capa do primeiro número da *Gazeta Illustrada*.

Fonte: reprodução do original.

Os conteúdos da *Gazeta Illustrada* são suficientemente diversificados para justificarem a inclusão do periódico neste estudo, dedicado a revistas generalistas. Ainda assim, a publicação foi classificada entre as revistas híbridas, já que cobrir a atualidade não constituiu propósito central da publicação.

Uma ideia geral dos conteúdos da revista pode ser dada pela apresentação do primeiro e do último número.

O primeiro número abriu com o texto de apresentação da nova publicação, a que se seguiu uma biografia de Garrett (ilustrada com um retrato), um texto sobre o tratamento da tuberculose, uma peça sobre agricultura, um texto sobre aspetos de monumentos nacionais, ilustrado, outro sobre “Uma casa desmontável”, igualmente ilustrado, uma crónica científica sobre recentes descobertas e inventos, também ilustrada, um ensaio sobre pedagogia, um trecho de

uma novela, um texto sobre floricultura, uma pequena crónica sobre moda, a apresentação de um poema inédito, perguntas dos leitores, curiosidades, anedotas e passatempos. O último número inseriu, por ordem, os seguintes conteúdos: um texto apologético da vacinação obrigatória contra a varíola, uma peça sobre descobertas astronómicas recentes, uma matéria sobre esperantismo, um poema, um artigo sobre a arte e a vida, ilustrado com imagens de quadros, um capítulo de um folhetim epistolar, curiosidades, notícias diversas e passatempos.

Cada número, de oito páginas paginadas a três colunas, sendo a primeira sempre ilustrada com uma ou mais gravuras, tinha as dimensões aproximadas de 24 x 33 cm, sendo a numeração do volume sequencial, sinal de que esta *Gazeta Ilustrada* era produzida para ser colecionada e encadernada. A assinatura anual (52 números) custava, no continente e ilhas, 2080 réis; a semestral ficava por 1060 réis e a trimestral (13 números) obtinha-se despendendo-se a quantia de 550 réis. A assinatura para as possessões ultramarinas de Portugal tinha um preço de 3200 réis e para o Brasil ficava por 10000 réis. Não teve grande sucesso, pois a publicação findou menos de sete meses depois de iniciada, sem que a revista se tenha referido ao assunto. Teve por redatores António A. Da Costa Ferreira, J. J. d'Oliveira Guimarães e Joaquim Martins Teixeira de Carvalho. Carlos d'Almeida era o secretário da redação. O grupo de colaboradores incluía lentes da Universidade de Coimbra, profissionais liberais, historiadores e arqueólogos, cientistas, publicistas e escritores, entre outros intelectuais. Sobressaem nomes como António de Vasconcelos, Augusto de Castro, João da Câmara, Manuel Laranjeira e Trindade Coelho.

No primeiro número, num curto texto, a nova revista anunciava ao que vinha:

Não tem esta revista um carácter transcendente e exclusivista. Com ela queremos (...) concorrer (...) para a divulgação e generalização da moderna orientação científica, literária e artística, fornecendo semanalmente aos nossos leitores, numa leitura clara, simples e amena, o conhecimento de tudo o que, pela sua importância, atualidade e interesse, se torna necessário para a formação de uma cultura geral.

Neste propósito empenhados (...) afastaremos (...) todas as questões que pela sua índole se tornem irritantes, pelo seu carácter especulativo e árido inacessíveis, condensando tudo o que nos variados ramos da atividade do pensamento possa concorrer para instruir, educar, vulgarizar e recrear, que estes são os princípios informantes da nossa conduta, o alvo e a meta dos nossos esforços.

Jornais desta índole, ao contrário do que lá fora sucede, não existem no nosso país. A uma necessidade do meio corresponde, pois, a nossa empresa (...). (*Gazeta Ilustrada*, n.º 1, 29 de maio de 1901, p. 1)

O texto de apresentação da *Gazeta Ilustrada* reforça a ideia de que a revista não procurou ser mais do que uma revista elaborada para facultar uma leitura “clara, simples e amena”

e, como outras da mesma índole, promover a “cultura geral” dos leitores. Tratava-se, pois, de mais uma entre as revistas de amenidades publicadas em Portugal, tendo, porém, o interesse adicional de ter Coimbra como sede. A ambição era desmedida e retoricamente enunciada: queriam os responsáveis pela revista facultar ao leitor “o conhecimento de *tudo* [itálico nosso] o que, pela sua importância, atualidade e interesse, se torna necessário para a formação de uma cultura geral”.

A revista que merece as linhas seguintes destacou-se pela sua importância para a afirmação do fotojornalismo em Portugal. Intitulava-se *Serões*. Apareceu no mercado em março de 1901 e teve duas séries. A primeira série durou até dezembro de 1904, tendo por editor Tomás Rodrigues Matias e diretor Adrião de Seixas, que terá sido o inspirador do projeto; a segunda série, editada pelos editores-livreiros Ferreira & Oliveira Lda. (a partir de outubro de 1907, apenas Livraria Ferreira), foi publicada entre julho de 1905 e dezembro de 1911.



Figura 33
Capas de alguns números das duas séries da revista *Serões*
(a segunda série ostentava capas coloridas).
Fonte: reprodução de originais.

A revista *Serões* apresentou-se ao público num formato aproximado de 16,1x23,3 cm (cerca de 375 cm² de superfície), tendo, cada número, por norma, 80 páginas. O número avulso custava 200 réis, saindo a assinatura anual por 2200 réis. Era possível subscrevê-la por seis meses, custando, neste caso, a assinatura 120 réis; e por três meses, ficando a assinatura por 600 réis. Cada seis números perfaziam um volume, com índice e capa próprias — era uma revista concebida para ser colecionada.

No termo da primeira série, a revista inseriu o seguinte anúncio “aos leitores”:

Com a publicação deste número 24, completa-se o IV volume dos *Serões* e o último da série que a atual empresa iniciou. A publicação da segunda série terá por editor a Livraria Ferreira. A impossibilidade de manter, a saída dos números da revista, aquela periodicidade que foi prometida e a nosso pesar quase nunca cumprida, obriga-nos a entregar o encargo.

Não faltou (...) o favor e (...) acolhimento do público (...), do que dão (...) atestado os nossos registos de compradores, que se elevaram a alguns milhares (...).

(...) Feita com (...) cuidado (...), cumprindo o seu (...) programa de fornecer leitura variada e amena, conservando sempre o mais estrito recato na prosa e na ilustração para que pudesse ser recebida na família com confiança, a revista *Serões* iniciou o género *magazine*, que o público de todos os países tão calorosamente prefere na época presente, e [aproximou-se] (...) quanto soube dessas publicações estrangeiras, não só no texto, como na feitura material. (*Serões*, série I, vol. IV, n.º 24: dezembro de 1904, pp. III-IV)

Depreende-se, pois, desse aviso, que a periodicidade de saída dos números da revista, durante a primeira série, foi irregular; mas também se observa que a revista teve o favor do público, medido por vários milhares de compradores. Arrogava-se, também, a revista de ter inaugurado o género *magazine* em Portugal, apesar de revistas anteriores poderem também reivindicar essa condição (caso, nomeadamente, da *Branco e Negro*).

A revista teve por diretor, pelo menos a partir de 1907²⁷, o militar, historiador e dramaturgo Henrique Lopes de Mendonça, substituído, em 1910, pelo militar, jornalista e escritor Eduardo de Noronha. Também Noronha foi substituído, em 1911, pelo filósofo e político António Sérgio de Sousa.

Num tempo em que os grandes nomes das letras escreviam, sem exclusividade, para várias publicações, colaboraram com a revista *Serões*, entre outros, autores como Consiglieri Cardoso, Júlio Diniz, Albino Forjaz de Sampaio, Eduardo de Noronha, Bulhão Pato, Aquilino Ribeiro, António Arroio e Hipólito Raposo. Entre os fotógrafos que cooperaram com a revista, podem distinguir-se, por exemplo, António Novaes e José Artur Leitão Bárcia, um notável fotodocumentarista de Lisboa e um dos primeiros inovadores formais da fotografia nacional no início do século XX.

Como outras revistas da mesma época, a *Serões* incluía capa, expediente e anúncios publicitários antes dos conteúdos propriamente ditos. O primeiro número, por exemplo, apresentava a capa, com o sumário e uma ilustração de uma senhora a ler, deleitada, um periódico (poderia supor-se que seria a própria revista *Serões*); novamente o sumário e um calendário para 1901; o texto de apresentação ao público intitulado “Aos nossos leitores”; seis páginas de anúncios; e, por fim, o miolo, que continha as seguintes matérias: “A resgatar vidas”, sobre

27 A indicação do diretor passou a ser obrigatória pela lei de 11 de abril de 1907.

o Instituto de Socorros a Náufragos, ilustrada com reproduções de quadros alusivos ao tema; um artigo sobre o Cristianismo; o primeiro capítulo da crónica de viagem “De Lisboa a Moçambique”, de António Enes, ilustrada com fotografias e gravuras; um conto intitulado “Estava escrito... Cenas da vida americana”, ilustrado; um excerto de um poema; um artigo sobre telegrafia ótica, ilustrado; uma música (com pauta); o primeiro capítulo de um folhetim, ilustrado; uma peça sobre A Voz do Operário, ilustrada com fotografias; uma crónica sobre moda feminina, ilustrada com gravuras; e noticiário ilustrado — com gravuras e fotografias — da atualidade, no âmbito do suplemento “Variedades” (de papel de inferior qualidade e com numeração própria), onde também cabiam anedotas, passatempos, necrologia e cartaz dos espetáculos de teatro.

Os conteúdos do último número, datado de dezembro de 1911, provam que a revista não abandonou o seu figurino editorial: à capa, sumário e publicidade, seguia-se a reprodução de um quadro de Columbano de Cristo crucificado; uma crónica de viagem sobre uma visita a Cambridge, por Silva Teles, médico, académico e político, com um complemento sobre “a celebração científica de Darwin”; um artigo sobre turismo em Portugal; um apontamento biográfico sobre a figura lendária S. Frei Gil; a conclusão de um conto; uma descrição das casas americanas; um poema; atualidades de Portugal; a crónica dos teatros; e mais anúncios publicitários. No Expediente inseria-se um aviso aos assinantes para renovarem diligentemente as assinaturas, mas também o seguinte aviso: “A publicação dos *Serões* é interrompida neste número. Aos nossos assinantes que acaso hajam pago importâncias relativas a meses futuros, rogamos o obséquio de as reclamarem à Administração.”

Sem abandonar o seu perfil editorial, a revista foi melhorando o design, passando, nomeadamente, a incluir capas coloridas na II série, que se iniciou em julho de 1905 e tinha suplementos (*Os Serões das Senhoras*; *A Música dos Serões*). Curiosamente, para a segunda série, a revista organizou um concurso para a capa, conforme se noticia no primeiro número da mesma.

A *Serões* dirigia-se a “todas as classes da sociedade e a todos os membros da família” e, segundo o texto de apresentação aos leitores que antecede, no primeiro número, a revista propriamente dita, propunha-se, por meio de “processos modernos de ilustração capazes de cativar o espírito e de o entreter sem fadiga” e ocupando-se “dos mais variados assuntos que possam interessar todos os gostos e todas as predileções”, mas “sem pretensão literária ou educativa”:

Satisfazer, por forma agradável e económica, aquela intensa e útil curiosidade que na vida moderna nos leva a todos a procurarmos na leitura e pela estampa o conhecimento dos sucessos [acontecimentos] do mundo, das grandes questões da nossa época, das descobertas da ciência e de suas aplicações industriais, buscando ao mesmo tempo uma emoção consoladora da arte e uma distração para o espírito (...). (*Serões*, “Aos nossos leitores”, n.º 1, março de 1901, s/p)

Entre os objetivos confessos da revista, apontados no mesmo texto, inscreviam-se o propósito de “vulgarizar conhecimentos” sobre Portugal mas também sobre o “movimento internacional” e a “vida cosmopolita” para “formar um *memento* enciclopédico de atualidades”. Publicava desde artigos sobre etnografia, arte, literatura, ciência e tecnologia, inventos e descobertas, natureza às inevitáveis páginas sobre a atualidade. Teve mesmo uma secção intitulada “Atualidades”, que, em 1911, se converteu na rubrica “Pelo mundo fora”.

A *Serões* pretendeu ser, também, conforme o próprio título sugeria, uma revista para a família ler ao serão, no aconchego do lar. Continha desde contos infantis ilustrados aos já habituais conteúdos direcionados para o público feminino, que englobavam temas como modas e labores e economia doméstica.

A *Serões*, conforme já se fez notar, foi uma das publicações portuguesas que, no início do século XX, mais promoveu a fotografia, em particular a fotografia de carácter documental, que, na verdade, é uma forma de fotojornalismo. Ilustrando essa aposta, no n.º 3, de setembro de 1905, a *Serões* abriu um concurso fotográfico destinado a todos os leitores, que repetiria nos anos seguintes.

Finalmente, neste passo do estudo, uma menção à curiosa revista *Passatempo*, subintitulada *Revista Quinzenal Ilustrada*.

A *Passatempo* começou a publicar-se, simbolicamente, no dia 25 de dezembro de 1900, como um presente natalício oferecido ao público. De dimensões reduzidas (18 x 23,5 cm), cada número continha, habitualmente, 16 páginas, impressas em papel couché e abundantemente ilustradas com fotografias e outras imagens, incluindo gravuras, sendo, normalmente, paginadas a uma ou duas colunas, com variações, já que a largura das colunas podia adaptar-se às ilustrações. Editada em Lisboa, a revista teve por editor Joaquim Monteiro Cantarino e por editor literário António de Campos Júnior e era impressa na tipografia Progresso. Anunciava ter a “colaboração dos principais escritores portugueses”.

A revista é omissa na menção ao preço por número. Tal como à generalidade das revistas similares, interessar-lhe-ia, principalmente, conquistar assinantes. Os preços de assinatura, estes sim, são mencionados: um ano (24 números): 1000 réis; um semestre (12 números): 500 réis. Para a África Portuguesa, a assinatura pouco aumentava: 510 réis a semestral; 1050 réis a anual. Para o Brasil, ficava a assinatura anual (a única mencionada) por 1500 réis.

A *Passatempo* era uma revista de amenidades e curiosidades, uma revista de variedades, uma revista para distrair, para “passar o tempo”. Não era uma revista cultural, muito menos uma revista enciclopédica. Mas referia-se à atualidade social e dava um enfoque atual a assuntos diversos, razão pela qual pode figurar entre as revistas híbridas de informação geral ilustradas portuguesas. Com a passagem dos anos, evoluiu, mesmo, para uma revista com bastante espaço consagrado à cobertura gráfica da atualidade contemporânea (a partir de 1903 terá sofrido, como outras revistas semelhantes, com a hegemonia adquirida pela *Ilustração Portuguesa* no segmento das revistas ilustradas).

A administração funcionava nos armazéns Grandella, sua casa editora. Obviamente, incluía um vasto rol de referências a esta famosa casa comercial lisboeta. Estes armazéns financiavam e editavam a publicação.

Escrevia, ironicamente, Rui Barbo, no texto de apresentação publicado no primeiro número:

A qualquer um é dado empregar o tempo; mas só os espíritos superiores sabem passar o tempo. É coisa que não se aprende nos livros (...).

Uma das grandes dificuldades para as criaturas de bom gosto é passar o tempo agradavelmente (...). Passar o tempo é fazer ou não fazer qualquer coisa, mas sempre sem propósito nem obrigação; é variar de assuntos, de lugar, de pessoas, de coisas, mas sem intenção à ventura. É, principalmente, a sujeição a tudo o que for maçada e sujeição (...).

De acordo com os princípios expostos, o *Passatempo* não apresenta programa, porque o programa é sempre uma maçada incompatível com a nobre distração de passar o tempo. Se o *Passatempo* dissesse, como todos os jornais novos, que *vinha preencher uma lacuna*, começaria logo renegando os seus princípios, porque *preencher uma lacuna* é uma ocupação e uma ocupação não é um passatempo.

É por isso que estas linhas, que servem para encher espaço, servem, também, de introdução ao *Passatempo*, que apenas tem por fim encher tempo. (*Passatempo*, n.º 1, 25 de dezembro de 1900, p. 2)

Assim, o leque de assuntos cobertos na *Passatempo* estende-se da atualidade coeva, à moda, à arquitetura, ao teatro, aos monumentos, mas também às curiosidades do mundo natural, à enologia, à história e a um vasto conjunto de outros assuntos.

O primeiro número, além da capa, com uma ilustração alegórica colorida e um poema, incluía, no miolo, depois da página um (portada, correspondendo a uma nova capa): o texto de apresentação da revista; um poema; um apontamento cronístico intitulado “Dando de comer aos pombos”, ilustrado com uma fotografia evocativa deste mesmo assunto; um artigo sobre enologia; uma peça sobre a casa saloia portuguesa, ilustrado; uma peça sobre um casamento real, igualmente ilustrado, incluindo retratos dos protagonistas; uma matéria, quase uma reportagem, sobre praias de Portugal, amplamente ilustrada com fotografias; um pequeno texto sugerindo um remédio para a dor de dentes; uma lenda suíça; citações e anedotas; um texto sobre uma raça de galinhas, ilustrado; a notícia ilustrada da inauguração do monumento ao infante D. Henrique, no Porto; notícias de desporto, ilustradas; uma peça sobre uma raça de cavalos e outra sobre coelhos, ilustrada; uma rubrica sobre moda e beleza; um texto sobre o reinado de D. Afonso V; novamente um poema; e, por fim, curiosidades, avisos e assuntos de expediente.

O último número da revista, datado de 23 de março de 1905, já não incluía a capa colorida que tanto terá atraído os leitores iniciais, mas ainda mantinha o esquema capa seguida de portada. O miolo abria com os assuntos de expediente. Nesse espaço, anuncia-se o fim

da publicação por causa da “soma de trabalho insano”. Seguem-se-lhe: uma crónica sobre a atualidade, ilustrada com fotografias de retrato do rei e da rainha de Inglaterra e do imperador alemão; um apontamento biográfico sobre Cunha Belém ilustrado com retrato fotográfico; a notícia do lançamento de uma nova revista; um artigo em defesa da instrução primária universal, entrecruzada por imagens relativas a outros assuntos: a reprodução de um quadro, uma estampa cómica de um cozinheiro a ler um jornal, uma fotografia de uma queda de água na Madeira, fotografias da África Portuguesa, de pessoas a regar e de um conjunto de cavaleiros junto ao Campo Pequeno, em Lisboa; (definitivamente, no início do século XX o princípio da compaginação de texto escrito e imagens relativas a uma dada matéria ainda não se encontrava estabelecido na imprensa portuguesa); um apontamento biográfico sobre a rainha D. Filipa de Lencastre; e o epílogo da “última entrevista com Napoleão”, intitulada “Águia Morta”, que a revista vinha publicando.

A *Passatempo* desejava ter a colaboração dos leitores, especialmente dos fotógrafos, promovendo uma espécie de jornalismo participativo e colaborativo *avant la lettre*. Logo no primeiro número anunciava-se, em consonância: “ATENÇÃO: O *Passatempo* ficará muito reconhecido a todos os amadores fotográficos que, querendo os seus trabalhos reproduzidos, lhes enviem. Não serão, porém, restituídas as cópias ou originais que lhe sejam enviados, reservando-se a empresa o direito da sua publicação ou não.” A revista *Passatempo* é, por isso, ainda hoje, um relevante repositório de documentos iconográficos documentais, incluindo abundantes fotografias documentais sobre Portugal e o mundo, embora o interesse e o impacto destes registos sejam, normalmente, prejudicados pela sua reduzida dimensão, pois a própria revista tinha dimensões reduzidas.

1.3.1. Uma revista híbrida não ilustrada: a *Revista Universal Lisbonense*

A *Revista Universal Lisbonense* tem de ser incluída entre as principais revistas generalistas portuguesas do século XIX. Não sendo ilustrada, porém, tem de ser nomeada autonomamente.

De periodicidade semanal (saía às quintas-feiras), com doze páginas, impressa a duas colunas, a *Revista Universal Lisbonense* foi editada, regularmente, entre 1 de outubro de 1841 e 16 de junho de 1853, em duas séries²⁸. A primeira série foi publicada até 2 de novembro de 1848, com interrupções na semana da restauração da Carta Constitucional, que impediu a saída da revista a 11 de fevereiro de 1842; e entre dezembro de 1846 e agosto de 1847, devido

28 Na verdade, a revista tinha uma forma de organização dos números, tomos/volumes e séries fora do comum. Um tomo, quase sempre bienal — 1841-1842, 1842-1843 e assim sucessivamente até ao tomo 1852-1853 — podia ter várias séries.

à guerra civil da Patuleia. A segunda série, sucessiva, foi publicada a partir de 9 de novembro de 1848²⁹. A edição da *Revista Universal Lisbonense*, contudo, perdurou, irregularmente, até 1859, tendo havido mesmo a tentativa de lançar uma terceira série da revista, com periodicidade mensal e 80 páginas, em agosto de 1853. Foi concebida, conforme era comum à época, para ser colecionada e encadernada em volumes, pelo que a numeração das páginas, dentro de cada volume (48 edições), é contínua e não por número. Um índice do volume era sempre vendido com as capas para a encadernação.

Avulso, um número da revista ficava por 80 réis; as assinaturas custavam, por 12 números, 480 réis; por 24 números, 960 réis; e por 52 números, 1920 réis. Mas, com o passar do tempo, também esses valores aumentaram. As dimensões das páginas atingiam cerca de 19 por 27 cm, correspondendo a uma superfície de cerca de 513 cm². Possivelmente, a tiragem ascenderia a mais de três mil exemplares, já que, a 10 de março de 1842, a revista já tinha três mil assinantes (*Revista Universal Lisbonense*, tomo I, n.º 9, 10 de março de 1842: 4).

O primeiro número da publicação saiu com o título *Revista Universal, Crónica Judicial, Artística, Científica, Literária, Agrícola, Comercial e Económica de Todo o Mundo*. *Revista Universal* foi o título, bastante mais simples, adotado no número de 6 de janeiro de 1842, o primeiro deste ano, que materializa, também, uma renovação no design da revista, com a adoção de um *lettering* mais moderno e com o abandono de uma moldura floreada que constrangia o conteúdo e dava um aspeto ultrapassado à publicação. A partir de 20 de janeiro de 1842, no número 3 deste ano, a revista adotou o seu título central definitivo — *Revista Universal Lisbonense* —, estabilizado a partir de 17 de março do mesmo ano (n.º 10), ainda que, depois, tenham sido introduzidos subtítulos (por exemplo, a 22 de setembro de 1842 foi introduzido o subtítulo *Jornal dos Interesses Físicos, Intelectuais e Morais*, que perdurou até 1847). A partir do n.º 25³⁰, de 24 de março de 1842, a revista começou a compartimentar os conteúdos em secções, como sejam: “Conhecimentos úteis”, “Variedades” e “Notícias”. Nesse número, em “Conhecimentos úteis” o leitor teria oportunidade de ler matérias sobre o desengorduramento de vinhos, um dispositivo para tornar a água do mar em água potável, um mapa do curso do rio Reno, uma sege motorizada alemã e o ensino dos surdos-mudos; em “Variedades”, poderia ler uma peça sobre a semana litúrgica, outra sobre o alegado milagre de Santa-rém e uma terceira sobre “leite” vegetal; finalmente, a última secção, “Notícias”, abria com uma interessante análise sobre o estado do mundo e as tensões entre países e prosseguia com notícias sobre o nascimento do infante D. João de Bragança, crimes de infanticídio no Porto, um suicídio de uma jovem em Lisboa, uma tentativa de suicídio de um jovem que se queria

29 Por vezes as revistas mudavam de série para atrair novos compradores, já que, à época, eram feitas para serem colecionadas e encadernadas. A própria numeração das páginas é feita por volume e não por número.

30 Houve um erro — deveria ter sido o n.º 16, mas aparece como n.º 25.

lançar do alto do patíbulo da força ao rio, o suicídio de uma idosa no rio Tejo, uma enxurrada no Minho, a falsificação de notas do Banco de Lisboa, um motim numa penitenciária em Matosinhos (transcrita do *Periódico dos Pobres do Porto*, sendo a fonte assinalada), a feira de São Lázaro no Porto (igualmente transcrita do *Periódico dos Pobres do Porto*), um achado de roupa ensanguentada na igreja da Trindade, no Porto (também transcrita do mesmo jornal), notícias diversas da Madeira recolhidas do jornal *Defensor*, sentenças militares e lançamento de novos livros portugueses (*Revista Universal Lisbonense*, tomo. I, n.º 25, 24 de março de 1842).



Figura 34
Capa do primeiro número da *Revista Universal Lisbonense*.
Fonte: reprodução do original.

O primeiro diretor e redator principal da *Revista Universal Lisbonense* foi o escritor, poeta, pedagogo e publicista António Feliciano de Castilho, o mesmo que Antero de Quental e outros jovens escritores realistas visaram, mais tarde, na polémica do Bom-Senso e Bom-Gosto, quando se ergueram contra o ultrarromantismo protagonizado por Castilho. Castilho exerceu essas funções entre 1841 e 1845. O seu prestígio terá contribuído para a sedimentação do interesse do público pela revista. É possível que o facto de a revista não ser ilustrada se possa dever, em parte, ao facto de Castilho ser cego, já que pode não se ter apercebido das potencialidades informativas da imagem. A Castilho sucederam o escritor (dramaturgo), jornalista e político José Maria da Silva Leal, diretor entre 1846 e 1847, e o escritor e jornalista Sebastião José Ribeiro de Sá, entre 1848 e 1853, numa fase de decadência da publicação.

O primeiro administrador da *Revista Universal Lisbonense* terá sido Manuel Maria Correia Seabra (pelo menos era-o à data do início da publicação do volume III, conforme é referido no prólogo). Em 1843, a revista foi adquirida pela Tipografia da Gazeta dos Tribunais, pelo que terá passado a ser administrada por António Gil e António Holtremann, seus proprietários. Em 1848, foi adquirida por Sebastião José Ribeiro de Sá, que passou a ser seu redator principal/diretor e, possivelmente, seu administrador. A tipografia passou a designar-se Tipografia da Revista Universal Lisbonense.

Apesar de ter mudado de diretor/redator principal e de dono ao longo dos anos, o perfil editorial da *Revista Universal Lisbonense* assentou sempre na cultura geral, promoção do conhecimento, literatura e entretenimento. Contudo, os assuntos da atualidade, normalmente notícias sobre novos livros, inventos, experiências e descobertas científicas, melhoramentos industriais e agrícolas, ou mesmo conselhos práticos (comuns a outras revistas enciclopédicas e híbridas), mereceram atenção pontual. Daí que a *Revista Universal Lisbonense* possa ser classificada entre as revistas híbridas, já que ultrapassava a condição mais *intemporal* dos artigos patentes nas revistas predominantemente enciclopédicas.

No primeiro número de 1842, datado de 6 de janeiro, no prólogo, expressava-se a linha editorial da publicação, no “Programa”. Propunha-se a *Revista Universal Lisbonense* ser, como outras, uma publicação que, sem polémicas, mas também sem apoiar atitudes revolucionárias, contribuisse para o progresso de Portugal e dos portugueses, notando-se, pois, já nessa altura as preocupações ideológicas que, uma década depois, estimulariam a Regeneração, movimento que, ideologicamente, colocou antes de mais, o progresso material do país:

Um jornal só de interesses positivos; um jornal que só ensina e aconselha, mas não ri, não se senta a contar novelas, ou envernizar e dourar vaidades; que, se entretém, é só pela (...) variedade dos inventos úteis que apresenta; que não desdenha nem as mínimas conveniências do lavrador, do artífice ou da mãe de família boa ecónoma; que tem por dogma que só pela transformação progressiva e todas as moléculas sociais e não pelas revoluções, se aperfeiçoam e felicitam os povos; um jornal que antes quer (...) criar e aviventar do que divertir e entorpecer; um jornal, em suma, que por todos incansavelmente de desvela (...). (*Revista Universal Lisbonense*, tomo I, n.º 1, 6 de janeiro de 1842, p. 4)

Mais à frente, continua o texto, assinado pela Redação, mas, provavelmente, da autoria de António Feliciano de Castilho:

Prosseguiremos (...) extraindo dos melhores jornais estrangeiros (...) tudo quanto neles se contiver mais acomodável a nós, mais praticamente útil, ou mais feito para nos acender proveitosas invejas. Entre nossa gente continuaremos a procurar, e a pedir, quantas notícias haja proveitosas e interessantes, mormente as de que possa resultar crédito, instrução ou outro qualquer aproveitamento

para portugueses. O primeiro lugar daremos sempre aos artigos de mais inteligível e de mais inquestionável préstimo; aos que versão sobre o sustento e a agricultura, o vestido, a habitação, e os caminhos de terra e mar, e todas as outras comodidades materiais da vida. A criação, a moral, a religião, a história, as artes, as ciências, não cessarão de ser desvelo nosso; finalmente continuará a cerrar os nossos números a bibliografia, matéria para todos os bons espíritos de suma importância, e talvez dentre nossos capítulos o mais fecundo em bons resultados (...).

E na coleção destes volumes se achará entesourada, e maciça (...) a crónica dos (...) progressos que a sociedade humana em geral, e em particular a sociedade portuguesa, houverem feito (...). (*Revista Universal Lisbonense*, tomo I, n.º 1, 6 de janeiro de 1842, p. 4)

A revista queria, pois, ser ao mesmo tempo *positiva, útil e universal*. Útil para os progressos materiais do país e para a promoção de conhecimento sobre a agricultura, o vestuário, as infraestruturas, a natureza, a moral, a religião, a história, as artes, as ciências e a literatura em Portugal. Universal porque queria falar sobre o que de outros países poderia ser aproveitado em Portugal. O recurso à palavra *Universal* no título da revista coincide, de resto, com a linha editorial da revista. Efetivamente, a *Revista Universal Lisbonense* procurou falar do que se passou ou passava no mundo, daí que tenha tido a preocupação de anteceder as matérias com o nome do país a que se referiam.

Cumprindo a sua proposta editorial, no primeiro número o leitor teria acesso a matérias sobre a preservação dos cereais; uma nova variedade de batatas; a distribuição de maquinaria agrícola inovadora em França; aperfeiçoamentos na indústria litográfica lisboeta; um lisboeta que se propunha fazer papel a partir de estume de cavalo; vestuário de ferro alemão que poderia ser adotado pelas forças militares e policiais; um compositor tipográfico automático; um processo de andar por cima da água; os prejuízos que os incêndios dão às companhias de seguro devido à proliferação de fósforos; a transcrição de uma carta consular desaconselhando a emigração madeirense e açoriana para os Estados Unidos; estatísticas sobre a mendicidade na Europa; uma comparação entre o número de navios de França, Inglaterra e Estados Unidos; uma conspiração de escravos descoberta em Nova Orleães; uma notícia sobre impostos aduaneiros em França; a repressão de sevícias contra animais na Alemanha; a descoberta de duas estátuas do século XIII, também em França; uma igreja cristã na Tunísia; um congresso “de sábios” igualmente em França; cursos gratuitos em França e em Lisboa; a contratação de uma companhia teatral francesa pelo conde de Farrobo para atuar em Lisboa; ópera italiana no São Carlos; a tradução para português de uma obra italiana; uma nova máquina de impressão estadunidense; obras portuguesas no prelo, incluindo um manual de medicina legal. O número encerrava com um aviso:

Por falta de espaço, damos hoje pouca bibliografia portuguesa, e nada estrangeira; no seguinte número ressaciaremos amplamente esta omissão e em todos diligenciaremos satisfazer com a maior

cópia de tais notícias que nos seja possível a insaciável avidez dos apaixonados da leitura. (*Revista Universal Lisbonense*, tomo I, n.º 1, 1 de outubro de 1841, p. 12)

No último número da segunda série (n.º 49), datado de 16 de junho de 1853, e com apenas oito páginas, encontram-se os seguintes conteúdos: uma matéria sobre galvanoplastia; outra sobre o tratamento do gado; outra ainda sobre uma poesia do governador de Macau; movimento de navios e rendimento tributário da alfândega do Rio de Janeiro; e magnetismo. Menos páginas e menos conteúdos do que no primeiro número, sinal ineludível de que o fim da revista estaria próximo, apesar de, neste mesmo número, na última página, se anunciar o início da terceira série da *Revista Universal Lisbonense* (com números mensais), que não subsistiu, convidando-se os assinantes a renovarem as assinaturas. Também se anunciava a *Revista Popular*, convidando-se à sua assinatura.

Uma das características da *Revista Universal Lisbonense* foi a sua abertura à colaboração dos leitores por meio do envio de notícias *fidedignas*, denotando ambição de se credibilizar por meio do discurso. Logo no primeiro número, aliás, a publicação endereçava o seguinte convite — que se manteve — ao público:

A redação da *Revista Universal* aceita, agradece e publica toda e qualquer notícia fidedigna e interessante que lhe seja enviada, mormente as de que possa resultar crédito, instrução, ou outro qualquer aproveitamento para portugueses. (*Revista Universal Lisbonense*, tomo I, n.º 1, 1 de outubro de 1841, p. 1)

Apesar das queixas de falta de colaboração³¹, esse objetivo foi conseguido, já que com a *Revista Universal Lisbonense* colaboraram Alexandre Herculano, Almeida Garrett, Camilo Castelo Branco, Mendes Leal e Bulhão Pato, entre outros; e a revista publicou, igualmente, obras literárias, em formato de folhetim, de alguns deles, como Garrett e Herculano. Rita Correia (2006: 3) contabilizou mais de meia centena de colaboradores voluntários por volume, com exceção do volume IX, de 1849-1850, em que apenas se encontraram, em resultado da decadência da revista, 43 colaboradores. O pico do recrutamento de colaboradores externos voluntários ocorreu no volume IV (1844-1845), último da direção de António Feliciano de Castilho, período em que a revista teve 144.

A revista distinguiu-se, finalmente, por proporcionar, conforme anuncia no n.º 9 de 10 de março de 1842, o acesso a uma sala de leitura de periódicos nacionais e internacionais e por auxiliar os leitores a comprar novos inventos, novas sementes e plantas, novos livros e remédios e outros produtos inovadores por intermédio dos correspondentes da publicação espalhados por Portugal e pelo estrangeiro.

31 *Revista Universal Lisbonense*, tomo I, n.º 1, 6 de janeiro de 1842, p. 3.

1.4. Surgimento e desenvolvimento das revistas (ilustradas) de informação geral

Foi no final do século XIX, ainda durante a Monarquia, que, em Portugal, se foi consolidando, gradualmente, um modelo de revista que já pode, com propriedade, considerar-se como sendo de *informação geral* sobre a atualidade. Essas revistas cobriam, por meio de textos verbais e textos visuais, uma vasta gama de assuntos atuais interessantes e relevantes, à luz de quaisquer critérios de noticiabilidade. Mas nenhuma delas descurou a componente cultural e literária e de entretenimento que, herdada das gerações de revistas anteriores, corresponderia às expectativas dos leitores da época.

As revistas de informação geral que surgiram a partir do final do século XIX foram importantíssimas para a afirmação dos dispositivos visuais informativos na imprensa, designadamente da fotografia. Na verdade, a partir da derradeira década do século XIX, faz até menos sentido falar-se de *revistas ilustradas*, porque a *ilustração*, nomeadamente a fotografia, já fazia parte dos dispositivos informativos rotineiros nas revistas. Ou seja, se as revistas usavam já, habitualmente, imagens e palavras para informar, fazendo a imagem parte dos recursos informativos identitários da imprensa, enfatizar-se que uma revista de informação geral era *ilustrada* não tem sentido, a menos que seja para vincar uma característica concreta. Efetivamente, ao tempo, as revistas de informação geral eram, por norma, ilustradas. No entanto, como algumas delas — à época e alguns anos mais tarde — investiram na fotografia e, especificamente, no fotojornalismo, tornando este investimento em marca distintiva, usou-se o vocábulo (na designação *revistas ilustradas de informação geral*), ainda que admitindo uma certa redundância conceitual.

Em alguns casos, acompanhando-se a evolução de publicações específicas, nota-se a transição entre um modelo de revista híbrido (revistas predominantemente culturais e de entretenimento que também devotavam atenção aos temas da atualidade) e um modelo de revista de informação geral (revistas devotadas à cobertura diversificada dos assuntos da atualidade). É o caso, nomeadamente, da importante revista *O Ocidente*, uma das que fez a transição entre a Monarquia e a I República.

Entre as primeiras revistas ilustradas portuguesas de informação geral a orientarem-se mais relevantemente para a cobertura da atualidade no final da Monarquia destacam-se, além da revista *O Ocidente* (1878-1915), a *Ilustração Universal: Revista dos Principais Acontecimentos de Portugal e do Estrangeiro* (1884-1885), a *Branco e Negro* (1896-1898), a *Brasil-Portugal* (1899-1914) e a *Ilustração Portuguesa* (1903-1924) [segunda revista que apareceu com este título em Portugal]. Serão essas as publicações para as quais se olhará com mais detalhe.

O Ocidente e, em particular, a *Ilustração Portuguesa* são, entre essas revistas, as mais conhecidas, tendo ambas circulado durante a transição da Monarquia para a República, período complexo e instável, mas atraente, da história de Portugal. Acresce, ainda, que foi a *Ilustração Portuguesa* a consagrar, em definitivo, o fotojornalismo em Portugal, graças ao contributo de

Joshua Benoliel, Arnaldo Garcês e de outros pioneiros da fotografia jornalística no país. Foi essa publicação que abriu o caminho e sugeriu um padrão editorial às revistas de informação geral posteriores, como a *ABC* (1920-1931), *A Ilustração* (1926-1939) e a *Notícias Ilustrado* (1928-1935). O quadro 3 apresenta um quadro sinóptico dessas revistas.

Observando-se o quadro 3, e comparando-o com os quadros 1 e 2, nota-se uma diminuição substancial do número de revistas elencadas, quer porque, claro, o período de tempo a que o quadro 3 diz respeito é menor, quer porque o grau de sofisticação e complexidade das revistas aumentou ao longo do tempo. Longe iam os tempos em que um indivíduo isolado podia editar uma revista. No final do século XIX já era necessário garantir financiamento, recursos e infraestruturas de alguma dimensão para que um empreendimento jornalístico pudesse florescer.

Quadro 3

Principais revistas de informação geral de atualidade publicadas em Portugal na fase final da Monarquia.

Título	Anos de publicação	Local de edição	Preço (inicial)		Dimensões (cm)/área da página (cm²)	Páginas	Periodicidade	Forma dominante de ilustração
			Exemplar	Assinatura anual				
O Ocidente: Revista Ilustrada de Portugal e Estrangeiro	1878-1915	Lisboa	120	2600	24,5 x 35,5 870	8	Quinzenal (passou, depois, a trimensal)	Gravura Fotografia
Promotores: Caetano Alberto da Silva, Manuel de Macedo.								
<i>Ilustração Universal: Revista dos Principais Acontecimentos de Portugal e do Estrangeiro</i>	1884-1885	Lisboa	120	4500	27,7 x 31,5 873	8	Semanal	Gravura
Promotores: A. de Sousa Pinto (diretor gerente), Abílio Lobo e A. de Amorim Pessoa (diretores literários).								
Branco e Negro: Semanário Ilustrado	1896-1898	Lisboa	40	2200	20x29 580	16	Semanal	Fotografia
Promotores: Mariano Level (proprietário), António Maria Pereira (proprietário e gerente), José de Matos Sarmento Beja (editor provável) e Domingos Guimarães (coeditor provável, até 1897).								
<i>Brasil-Portugal</i>	1899-1914	Lisboa	400	7000	24x35 840	16 + 4 (20)	Quinzenal	Fotografia
Promotores: Augusto de Castilho, mais tarde substituído por João de Vasconcelos, Jaime Vitor e Lorjô Tavares (diretores). Luís António Sanches, Carlos de Magalhães Burguete, Manuel Pedro da Silva e Carlos Abreu (editores, em sequência cronológica). Celso Herminio (diretor artístico).								
<i>Ilustração Portuguesa</i> [2ª revista]	1903-1924* [1.ª série: 1903-1906; 2.ª série: 1906-1924]	Lisboa	160	8000	24,4x37,2 908 [19x28 na segunda série: 532 cm²]	16 [36, contando com as capas, na segunda série]	Semanal	Fotografia
Promotores: Grupo editorial do jornal <i>O Século</i> , então dirigido por José Joaquim da Silva Graça, Rocha Martins (diretor da primeira série, segundo o próprio), José Joubert Chaves (editor responsável da primeira série), Carlos Malheiro Dias (diretor até 1912), José Joaquim da Silva Graça (nominalmente, 1912-1922; efetivamente, 1912-1914); António Maria de Freitas (1914-1919 e 1922), Albino Forjaz de Sampaio (1919 — 1921), António Ferro (1921-1922), João Ameal (1922), António Maria de Freitas (1922-1923), Tito Martins (1923-1924).								

*A revista *Ilustração Portuguesa* continuou a ser publicada, para garantia de título, até 1993.

Fonte: elaboração própria.

A evolução dos preços nas revistas ilustradas de informação geral, igualmente observada no quadro 3, ter-se-á devido mais à evolução da conjuntura económica portuguesa no período 1890-1926, marcada pela inflação, do que a fatores intrínsecos. Note-se que nunca compensava comprar os números avulso — a assinatura era substancialmente mais vantajosa e terá constituído, provavelmente, o instrumento privilegiado de compra regular dessas publicações.

As dimensões das páginas das revistas ilustradas de informação geral também foram relativamente constantes, oscilando na faixa dos 800-900 cm², sobretudo caso se exclua o formato mais reduzido da segunda série da *Ilustração Portuguesa*, cuja adoção se poderá ter devido à necessidade de poupança de papel, inclusivamente para embaratecer o preço da revista e controlar melhor os custos de produção. Mas uma maior dimensão das páginas permitia a inserção de imagens de maiores dimensões, mais impactantes no leitor; e permitia, também, outros jogos compositivos no design.

A tabela 3 documenta, finalmente, que a periodicidade não foi idêntica entre as revistas ilustradas de informação geral, havendo algumas quinzenais e outras semanais (*O Ocidente*, de quinzenal, passou a trimensal, saindo de dez em dez dias), opção que poderá dever-se à ponderação, pelos editores, do tempo que demorariam, contabilizando os recursos disponíveis, a apresentar um novo número da sua revista.

As revistas ilustradas de informação geral beneficiaram, por outro lado, do aprimoramento e da expansão das tecnologias da gravura, da fotografia e da impressão, bem como da nova organização empresarial da imprensa jornalística e das experiências estrangeiras. Nessas revistas, conforme se pode notar pelos dados do quadro 3, a fotografia substituiu a gravura como meio dileto de expressão iconográfica. Sendo a fotografia uma linguagem universalmente reconhecível, as revistas ilustradas de atualidades, responsáveis pela consolidação do fotojornalismo, satisfizeram um mercado leitor que ansiava por “ver o mundo tal qual ele era e o que nele acontecia” e contribuíram para revolucionar o setor ainda durante o século XIX (Bacot, 2005).

A primeira revista portuguesa que poderá ser considerada uma revista ilustrada de informação geral é *O Ocidente: Revista Ilustrada de Portugal e do Estrangeiro*. Embora o seu foco inicial tenha sido a cultura, a promoção geral do conhecimento e o entretenimento, com o tempo, quer por força da concorrência da *Ilustração Universal*, *Branco e Negro*, *Brasil-Portugal* e, principalmente, da *Ilustração Portuguesa*, quer para corresponder à intensificação do interesse do público pela atualidade, foi-se tornando numa revista que já poderá ser apelidada como revista de informação geral.

A revista *O Ocidente* surgiu em Lisboa, no dia 1 de janeiro de 1878, por iniciativa de um antigo gravador do *Arquivo Pitoresco*, Caetano Alberto da Silva³², proprietário de uma oficina

32 Caetano Alberto tinha aberto um estúdio de gravura de madeira, em 1866, do qual saíram vários dos gravadores que

de xilogravura, que forneceu o capital; do pintor, cenógrafo e conservador de museus Manuel de Macedo (de seu nome completo Manuel Maria de Macedo Pereira Coutinho Vasques da Cunha Portugal e Menezes), que se encarregou, com Caetano Alberto, da direção artística do novo periódico; do jornalista e poeta Guilherme Avelino Chaves de Azevedo³³, o cronista de serviço nos primeiros anos da revista *Ocidente*, responsável pela rubrica “Crónica Ocidental”; e por Jacinto Inácio de Brito Rebelo, um engenheiro militar e “jornalista por ocupação” que, na qualidade de redator principal do novo periódico, terá tido a seu cargo a coordenação e edição da componente escrita d’*Ocidente*. A administração foi confiada a Francisco António das Mercês. O tipógrafo Adolfo Lallemant, da tipografia Lallemant Frères, foi um dos responsáveis pela alta qualidade de impressão das gravuras nas páginas da publicação.

A revista foi quinzenal, entre 1878 e 1880, e trimensal, entre 1881 e 1915. A assinatura anual custava, inicialmente, 2600 réis e o número avulso 120 réis. Cada número tinha, inicialmente, oito páginas, com dimensões aproximadas de X x 35 cm, paginadas a duas colunas, passando, depois, a 12 páginas, paginadas a três colunas, e regressando às oito páginas. Teve correspondentes no Rio de Janeiro, Paris e Madrid, entre outras localidades estrangeiras, e colaboradores espalhados por todo o território nacional.



Figura 34

Capa do número do 25.º aniversário da revista *Ocidente*, reproduzindo a capa do primeiro número, datado de 1 de janeiro de 1878.

Fonte: reprodução do original.

trabalharam para *Ocidente*. Confessou ter sido ele a pensar em “fundar o *Ocidente*” num artigo inserido nesta mesma revista (1903, n.º 888, p. 190).

- 33 Terá sido ele a sugerir o título para a revista, conforme se confessa em artigo biográfico e memorialístico publicado na *Ocidente* no 22º aniversário da sua morte: “Em setembro de 1887 reunia Caetano Alberto, no seu *atelier* de gravura da rua do Loreto, 43, Manuel de Macedo e Brito Rebelo, para tratar da fundação de uma revista ilustrada. Era preciso, porém, um cronista e, para isso, foi lembrado Guilherme d’Azevedo. (...) Ele aceitou o cargo e batizou a nascente revista com o nome de *Ocidente* (...)” (*Ocidente*, vol. XXVII, n.º 913, 10 de maio de 1904, p. 97)

No número prospecto de *O Ocidente*³⁴, não datado (será, todavia, do final de 1877), impresso no mesmo papel que a revista iria usar, os responsáveis pela revista apresentaram ao público o que queriam da nova publicação:

(...) uma publicação ilustrada que exprima (...) o estado da arte em Portugal e seja exclusivamente nossa; que caracterize o espírito público nacional e corresponda à necessidade que têm hoje todos os povos de afirmar a sua individualidade moral e o seu modo de ser no concerto da civilização (...), um dever (...) de interesse público. (...)

O Ocidente servirá a ideia civilizadora de trazer para a evidência da luz a vida nacional que palpita no mundo obscuro do esquecimento público.

Assim, reproduzirá pela gravura os monumentos nacionais, as curiosidades arqueológicas, todo o velho mundo (...) onde se debateu a epopeia gigante da nossa civilização. Todos os grandes homens do passado e os contemporâneos dignos da homenagem nacional; todos os que por qualquer facto extraordinário e flagrante despertem num dado momento o interesse público, tanto nacionais como estrangeiros (...). A indústria agrícola e manufatureira; a navegação, o comércio, a guerra, a religião, os costumes, as invenções, as viagens, enfim, toda a multidão de factos (...) de que o mundo moderno é teatro serão comentados com o lápis e com a pena na galeria pitoresca e multiforme desta publicação.

Merecer-nos-á um cuidado especial a exploração portuguesa (...) da África. A gravura completará (...) a narração da viagem. Toda a importância científica e todo o aspeto pitoresco (...) serão comemorados n'*O Ocidente* (...).

O Ocidente reproduzirá pela gravura os quadros e as estátuas mais notáveis (...). A escrita completará o desenho (...) e se a nossa publicação não pode nem pretende rivalizar em magnificência com as publicações estrangeiras do mesmo género, deseja, todavia, ser portuguesa pelas forças que a hão de produzir (...). (*O Ocidente*, número prospecto, 1877 (?), p. 1)

Portanto, os promotores da revista *O Ocidente* consideravam que a nova revista, mesmo que não pudesse vir a ombrear com as principais revistas ilustradas estrangeiras: (1) deveria ter uma qualidade gráfica que refletisse o estágio de desenvolvimento das artes gráficas em Portugal, incluindo-se aqui, naturalmente, a gravura e a fotografia; (2) deveria ter um carácter nacional, ou seja, deveria privilegiar a produção própria e nacional de informação, pela palavra e pela imagem, e, no que toca aos conteúdos, favorecer a realidade nacional; (3) deveria contribuir para o reconhecimento de Portugal e dos interesses do país no concerto das

34 Nas páginas 2 e 3, reproduziam-se duas gravuras de Caetano Alberto da Silva, a primeira de uma catarata em São Tomé, elaborada a partir de uma fotografia, e a segunda de uma aldeã dos arredores de Coimbra, elaborada a partir de um desenho original de Manuel de Macedo.

nações (ocidentais, nomeadamente europeias, subentenda-se); e (4) teria conteúdos multifacetados, prometendo-se um cuidado particular no estabelecimento de uma relação de complementaridade entre texto e imagem. Motivos pelos quais fazer a revista, com essas características, seria “um dever de interesse público”.

Desde o início, a revista praticou um modelo que cruzava a informação com o entretenimento e mesmo com a crítica — mas apartidária. Efetivamente, em várias ocasiões *O Ocidente* proclamou o seu apartidarismo. Em 1883, por exemplo, Gervásio Lobato, em nome d’*O Ocidente*, reafirmava a linha editorial apartidária da publicação, que seria, aliás, essencial para garantir a sua vida e sucesso:

(...) o *Ocidente* não é um jornal político (...). Não temos paixões partidárias (...), não temos de obedecer a vozes de comando, estamos completamente senhores da nossa opinião e da nossa imparcialidade. Não somos comparsas do espetáculo político. Somos, simplesmente, espetadores e, como tal, temos completamente livre de peias a nossa liberdade de crítica. (Gervásio Lobato, *Crónica ocidental, O Ocidente*, n.º 175, 1 de novembro de 1883, p. 241)

Em 1915, último ano de publicação da revista, António Cobreira alinhava pelo mesmo diapasão, defendendo-se de críticas republicanas, que a acusavam de ter uma orientação monárquica:

A nossa revista é um repositório pitoresco das lucubrações profundas e aturadas de todos os conselheiros e homens de letras em Portugal.

A doses calculadas propinamos aos nossos leitores de tudo o que o cérebro humano pode segregar: crónicas, acrósticos, odes, charadas, logogrifos e ensaios filosóficos...

Política — é veneno demasiado violento.

Orientação literária, orientação artística e até orientação tipográfica possuímos nós de sobejo (...).

Orientação política, não temos nem queremos (...). (*O Ocidente*, n.º 1299, 30 de janeiro de 1915, p. 26)

Nascida, num país que ainda possuía cerca de 80% de analfabetos, para satisfazer necessidades e interesses de âmbito cultural e formativo de elites letradas e urbanas e das suas famílias, a revista *O Ocidente* era pontuada pela variedade, sendo comum a compaginação de textos literários, incluindo folhetins; notícias e artigos sobre temas variados, incluindo bastantes matérias sobre moda, teatro, conferências, exposições, congressos e outros espaços frequentados pelas elites e conotados com a ideia de diálogo, abertura e progresso, literatura, ciência, tecnologia, história, economia, filosofia, sociedade, educação, relações internacionais e política nacional; e ainda charadas, anedotas e curiosidades, incluindo alguns enigmas pitorescos. Algumas rubricas eram fixas e contínuas, como a “Crónica ocidental”, promovendo a fidelização do leitor. No primeiro número, por exemplo, o leitor deparar-se-ia

com uma pequena biografia de Alexandre Herculano; uma alegoria sobre o momento que se vivia (um diálogo entre os anos de 1877 e 1878); um texto sobre um quadro de Manuel de Macedo, reproduzido em gravura; pequenos textos sobre a casa de Herculano, a igreja da Azóia e o túmulo de Herculano; nova alegoria, de pendor crítico, sobre a monarquia absoluta; um texto sobre a expedição geográfica portuguesa à África Ocidental, liderada por Serpa Pinto; as impressões cruas do escritor francês Charles Monselet sobre Lisboa, escritas em 1862; e a “Crónica ocidental”, sobre atualidade, da autoria de Guilherme de Azevedo. A iconografia espalhada por esse primeiro número da revista, nem sempre compaginada no mesmo espaço do texto ou textos a que se associava, respeitava, quase toda ela, a Alexandre Herculano. A primeira página ostentava, unicamente, um retrato de corpo inteiro de Herculano, sentado à sua escrivaninha; na página quatro, surgia uma gravura de um quadro de Manuel de Macedo, representando “Membugalho Pataburro na Tavalagem do Besteiro” (evocação do conto histórico de Herculano “O Monge de Cister”); cinco, gravuras da casa onde morreu Herculano e da igreja da Azóia; e na última página aparecia uma estampa do túmulo de Herculano. Curiosamente, todas as gravuras desse número foram abertas por Caetano Alberto da Silva, sendo que três delas foram elaboradas a partir de fotografias de J. Rodrigues da Silva. Ainda na última página aparecia um enigma pintoresco — o leitor deveria descobrir a mensagem desenhada numa estampa.

O último número de *O Ocidente*, datado de 10 de julho de 1915, abria com a “Crónica ocidental”, seguia-se-lhe um pequeno texto de pendor literário sobre a morte de um soldado francês na Grande Guerra (“A Caminho do Céu”) e um conjunto de notícias sobre a Grande Guerra (“Pelo Mundo Fora”). Depois, o leitor poderia ler uma pequena biografia do secretário da embaixada do Brasil em Lisboa, um texto opinativo sobre os vinhos do Douro, um texto sobre novos livros, o folhetim que estava a ser publicado em capítulos e o boletim meteorológico do mês precedente. A iconografia, constituída por fotografias e gravuras, mostrava, na primeira página, mulheres inglesas fabricando munições; dois panoramas do Douro, gravuras executadas a partir de fotografias de Emílio Biel, nas páginas centrais; uma fotografia do secretário da embaixada do Brasil em Lisboa, na sexta página; e uma reprodução de um retrato pintado do ator Augusto Rosa, a propósito da publicação de um livro com as suas memórias.

Colaboraram com a revista *O Ocidente* muitos dos vultos masculinos da literatura, do jornalismo e da política do final do século XIX e princípio do século XX, de diversos quadantes e diferentes percursos, como sejam: Ramalho Ortigão, Antero de Quental, Pinheiro Chagas, António Ennes, Guerra Junqueiro, Jaime Batalha Reis, Bernardino Machado, Magalhães Lima, Teófilo Braga, Eduardo Schwalbach, Brito Aranha, Eduardo Coelho, Júlio César Machado, Manuel de Arriaga, Oliveira Martins, Latino Coelho, Fialho de Almeida, Augusto de Castilho, Sousa Viterbo e Silva Pereira. Como cronistas regulares, destacaram-se Guilherme de Azevedo, Gervásio Lobato, João da Câmara, João Prudêncio e António Cobreira. Espaço pontual, ainda, para colaboradoras, como Maria Amália Vaz

de Carvalho, incluída entre os colaboradores literários mencionados no número prospeito.

Num número duplo datado de 10 e 20 de janeiro de 1902, *O Ocidente* comemorou o seu 25º aniversário. Nesse número da revista encontram-se importantes informações sobre os fundadores, os colaboradores, os funcionários, os assinantes e as instalações da revista, bem como sobre os prémios que ganhou. Mencionam-se, ainda, diversas revistas ilustradas, algumas delas de carácter enciclopédico, que precederam *O Ocidente*, realçando-se que muitas delas tinham “morrído quase à nascença”. Comentava-se que essas publicações “primavam por seus escritos”, mas “deixavam muito a desejar por suas estampas, a maioria delas *clichés* estrangeiros ou gravuras rudimentares e pior impressas” (n.ºs 829 e 830, 10 e 20 de janeiro de 1902, p. 2). Desse artigo comemorativo, emerge, pois, a ideia de que os promotores da revista *O Ocidente* atribuíam o sucesso à qualidade da sua informação visual, propiciada quer pela existência de tipografias que dominavam a elaboração das revistas ilustradas, quer pelo aparecimento de gravadores competentes em solo nacional:

Para a impressão, parte importante de uma folha ilustrada, havia Adolfo Lallemant, que tinha a grande escola da tipografia francesa.

A maior dificuldade para fazer uma revista ilustrada com suficientes gravuras que correspondesse aos acontecimentos e a reproduções de obras de arte era a qualidade de gravadores aptos para produzir essas gravuras. Não os havendo no país, seria mister contratá-los fora, mas neste caso importava tanto como mandar vir as gravuras do estrangeiro (...).

Era preciso criar artistas gravadores, pois desenhadores não faltavam.

Foi o que fizeram Caetano Alberto e Manuel de Macedo, o primeiro como gravador e o segundo como desenhador ilustrativo. (*O Ocidente*, n.ºs 829 e 830, 10 e 20 de janeiro de 1902, p. 3)

Fazendo o balanço do discurso da revista, Alda Santos (2009, pp. 148-149) escreveu o seguinte:

A *Ocidente* mostrou-se sempre contrária a radicalismos mantendo-se na Arte e nas Letras e, inclusive, na política nos limites de um conservadorismo cautelosamente, progressivo. A maioria dos articulistas procurou intervir criticamente na sociedade através da produção literária e colaboração jornalística. A sua formação cultural evidenciava a influência das modernas doutrinas europeias do humanitarismo, socialismo, positivismo, cientismo e utilitarismo. Os artigos publicados confirmavam a preocupação da intelectualidade portuguesa pela moderna transformação política, moral e social e salientava-se a importância de instituições que promovessem o desenvolvimento intelectual dos povos. Os paladinos da educação eram considerados beneméritos da civilização e da humanidade. A regeneração social era possível através de obras filantrópicas, humanitárias e patrióticas e defendia-se a moralização dos costumes e, portanto, o próprio aperfeiçoamento humano. A defesa da autodeterminação dos povos e dos direitos das nacionalidades

foram articulados com as reflexões sobre reorganização e unidade europeia. Profusamente ilustrada, a imagética da *Ocidente* foi usada como instrumento de uma classe política, monárquica e germanófila e, uma classe intelectual, republicana/socialista e francófila.

Na *Ocidente* não existiu uma ideia de Europa como projeto político alternativo a uma Europa de estados-nações, contudo duas representações acompanham o leitor: a Europa enquanto lugar de progresso e lugar de crise civilizacional, culturalmente transversal às manifestações do declínio finissecular. Na revista o “estrangeiro” eram os centros de decisão económica, política, cultural com os quais não podíamos competir e que nos permitiam apenas um diálogo — o colonialista.

A *Ocidente* acompanha o movimento nacionalista que se desenvolveu no seio da classe política e intelectual, ainda antes da proclamação da República, reflexo das frustrações de uma geração que independentemente da sua cor política e depois da mudança de regime não assiste à prometida regeneração pátria. A partir de 1914, é evidente a sua atração pelo emergente movimento do Integralismo Lusitano (...).

O Ocidente foi, pela sua longevidade e consistência (mas menos pela sua tiragem), a primeira publicação a revolucionar o setor das revistas ilustradas em Portugal, no final do século XIX. Por um lado, as suas páginas testemunham a passagem da gravura de madeira (xilografia) à gravura fotomecânica (fotografia diretamente reproduzida) em Portugal. Por outro lado, foi na revista *O Ocidente* que a iconografia de reportagem assentou arraiais em definitivo, nos primeiros tempos apenas sob a forma de ilustração, depois também em fotografia. A iconografia de acontecimentos atuais juntou-se à iconografia de retrato e à iconografia geográfica, já comuns, para enriquecer a informação visual ofertada pela publicação.

Destaque para o facto de que, apesar de ser uma revista da capital, *O Ocidente* não esquecia o que se passava noutras localidades do país. Por um lado, a revista propunha-se ser nacional, vendida por todo o território; por outro lado, tratava-se, num tempo em que quase não se viajava, de não apenas noticiar o que se passava em Portugal mas também de mostrar o país a quem não o conhecia.

Porventura, uma das causas que levou ao desaparecimento de *O Ocidente* terá sido uma certa incompreensão por parte da estrutura dirigente da revista dos ditames dos novos tempos. Na matriz genética da revista estavam, efetivamente, a gravura de madeira e os conteúdos culturais e literários, mas o público exigia atualidade, fotografias e diversidade informativa. Por outro lado, o recurso às gravuras de madeira significava despesa, morosidade e menos iconicidade na representação gráfica da realidade. O apuro artístico cultivado pela revista *O Ocidente* dificultava o foco na atualidade, num tempo em que o público queria consumir notícias gráficas — e até especificamente *fotográficas* — conforme prova o sucesso da revista *Ilustração Portuguesa* no mesmo período. A relativa falta de atenção à atualidade e à fotorreportagem terá, pois, contribuído para o declínio e para a morte da revista *O Ocidente* — que, aliás, nunca foi e, eventualmente, nunca quis ser, uma revista popular.

Depois da *Ocidente*, a primeira revista de informação geral que merece destaque é a *Ilustração Universal*.

A *Ilustração Universal* surgiu no mercado no sábado, 9 de fevereiro de 1884, e foi publicada, semanalmente, até 7 de março de 1885. Prometia ser, como outras revistas semelhantes, ilustrada e universal. Ou seja, prometia contribuir para a ilustração dos cidadãos que a lessem, usando as gravuras como elemento central (o termo “ilustração” era propositadamente usado com ambivalência de significado), e prometia dar ao leitor o “universo” condensado em oito páginas semanais, com uma dimensão de cerca de 873 cm², correspondendo a cerca de 27,7 cm de largura e 31,5 cm de altura — uma revista de grande formato, portanto, feita para ser colecionada, como outras, já que a numeração das páginas acompanha os números sucessivos. Levava por subtítulo *Revista dos Principais Acontecimentos de Portugal e do Estrangeiro*. A sua ambição era, pois, ser uma revista ilustrada de atualidades, que, à semelhança de exemplos estrangeiros (é significativa a ausência de referências a exemplos nacionais, como *O Ocidente*), se debruçasse sobre os acontecimentos coevos. Essa ambição, de resto, era denunciada num pedido público de desculpas pelo atraso na saída do primeiro número:

Devia este número ser distribuído no ótimo sábado, segundo prometemos no prospecto, e para isso se dirigiram os nossos esforços. Apesar deles, porém, e de toda a boa vontade que nos animava, deram-se transtornos, inevitáveis na organização de uma publicação desta ordem, que fizeram com que só hoje pudéssemos apresentar o 1.º número da *Ilustração Universal* aos nossos estimáveis assinantes e leitores.

Doravante a publicação do nosso jornal far-se-á todos os sábados com uma pontualidade, que a empresa considera como o mais sagrado dos deveres (...).

Não pode este número abranger algumas das secções prometidas no prospecto, porque tivemos de ceder espaço a gravuras relativas a assuntos da máxima atualidade. Esperamos, porém, que os cavaleiros, que em tão lisonjeiro número se dignaram subscrever esta publicação — e o público em geral — se convencerão plenamente — em presença do número que hoje temos a honra de lhes apresentar — de que não poupámos despesas nem sacrifícios para fazer a *Ilustração Universal* um jornal de atualidades à altura das publicações mais notáveis que neste género existem no estrangeiro.

A organização do serviço, que a empresa procurou firmar em bases sólidas, fez com que o texto do presente número vá um pouco atrasado da data da publicação dele. Pedimos desculpa aos nossos estimados assinantes, garantindo-lhes doravante o máximo interesse e novidade em todas as secções da *Ilustração Universal*. O número relativo a sábado próximo conterà igualmente grande cópia de assuntos de uma atualidade palpitante e de primorosas gravuras.

Esperamos que o público se dignará secundar os nossos esforços (...).

Na *Galeria de homens* úteis continuaremos, segundo o nosso programa, a publicar os retratos e as biografias dos cidadãos que mais se distinguiram pela honestidade do seu carácter e pelos serviços prestados aos seus compatriotas (...). (*A Ilustração Universal*, n.º 1, 9 de fevereiro de 1884, p. 8)

O design da *Ilustração Universal*, similarmente a outras revistas da mesma época, ancorou-se na paginação a três colunas, ocasionalmente reduzidas a duas. Os promotores da *Ilustração Universal* foram A. de Sousa Pinto, diretor-gerente da publicação; e Abílio Lobo e A. de Amorim Pessoa, diretores literários. Como outras, a revista não deixava de assinalar, no entanto, na capa, que tinha a colaboração de “distintos escritores portugueses e brasileiros”.

Os preços da revista indicavam que era uma publicação direcionada para as elites. O número avulso custava 120 réis; a assinatura anual (correspondendo a 52 números) por 4500 réis; e a semestral por 2400 réis.

Ao contrário do habitual, a revista não exibiu no primeiro número o seu programa editorial, que teria publicado prévia e autonomamente, já que, no artigo inicial (ano I, n.º 1, p. 1), dedicado ao proprietário e fotógrafo Carlos Relvas, se alude a esse documento.



Figura 35
Capa do primeiro número da revista *Ilustração Universal*.
Fonte: reprodução do original.

O primeiro número da *Ilustração Universal* revela a ambição informativa e noticiosa da revista, que concorria diretamente com *O Ocidente* e com a primeira revista intitulada *Ilustração Portuguesa*: além de uma minibiografia laudatória do proprietário Carlos Relvas, um dos introdutores mais entusiastas da fotografia em Portugal, que começa na primeira página, encontram-se na revista os seguintes temas: uma notícia sobre a construção de um novo troço de caminho-de-ferro na Áustria; um poema; uma notícia sobre uma exposição de obras de Manet;

um artigo de fundo sobre a reforma da Carta Constitucional; um texto sobre os monumentos nacionais, “história petrificada de um povo”; um texto sobre a basílica da Estrela; uma notícia sobre a exposição internacional de Nice; um artigo sobre a receção de um embaixador francês na corte imperial do Vietname, país que, nesta altura, estava já em acelerado processo de colonização pelos franceses³⁵; um texto sobre tauromaquia; notícias dos teatros lisboetas; uma crítica aos gastos da Câmara Municipal de Lisboa e à falta de infraestruturas na capital, entre outras notícias de Lisboa; notícias financeiras (mais uma vez, interessariam, principalmente, à elite para quem a revista era direccionada); e uma rubrica de entretenimento³⁶.

Numa sequência cronológica, a revista seguinte a merecer destaque é a *Branco e Negro: Semanário Ilustrado*. Foi colocada no mercado A 5 de abril de 1896, sob a chancela da Livraria António Maria Pereira, durando até 27 de março de 1898³⁷. Cada número tinha 16 páginas, com cerca de 20 x 29cm. O design era moderno e arejado, podendo assentar em três, duas ou apenas em uma coluna.

A *Branco e Negro* beneficiou da experiência anterior que o editor e livreiro António Maria Pereira e o médico Mariano Lever, seus promotores, adquiriram com a *Revista Ilustrada*³⁸. Os promotores da nova publicação ter-se-ão, também, baseado no modelo da revista homónima espanhola *Blanco y Negro*.

A *Branco e Negro* diferenciou-se no panorama editorial português por ser uma revista que já aponta para o modelo de *newsmagazine* que sucedeu às “ilustrações” e às restantes revistas ilustradas do final de Oitocentos e princípio de Novecentos, daí a sua importância para a história do jornalismo português. De facto, embora não tendo a longevidade d’*O Ocidente*, a *Branco e Negro*, sem renegar uma matriz editorial cultural e literária que correspondia às expectativas do seu público-alvo (as elites intelectuais do país), incorporou a cobertura gráfica de assuntos e acontecimentos da atualidade coeva, incluindo casos de polícia, tragédias, exercícios militares, visitas de cortesia de esquadras estrangeiras, aquisição e lançamento à água de novos navios de guerra portugueses (incluindo o célebre couraçado Adamastor), demonstrações políticas (compreendendo as manifestações do 1.º de Maio), acontecimentos políticos, festas populares e romarias, festas da sociedade, inauguração de estabelecimentos de saúde e de fábricas, funerais de pessoas ilustres, entre outros temas. Nas suas páginas desfilaram, igualmente, retratos

35 A independência do Vietname foi sendo corroída pela França entre 1859 e 1885, após uma série de operações militares. Em 1862, um terço do sul do país tornou-se a colónia francesa da Cochinchina. Em 1884, todo o país estava sob o domínio francês. Em 1887, o Vietname foi, formalmente, integrado na Indochina Francesa.

36 Não se descrevem os conteúdos do último número desta revista porque o exemplar estava inacessível ou não existia nas bibliotecas e hemerotecas públicas.

37 Possivelmente, devido a doença do editor e proprietário António Maria Pereira, falecido a 27 de julho de 1898. Em 1899, foram publicados quatro números de uma nova revista ilustrada intitulada *O Branco e Negro: Semanário Ilustrado*, mas que, por ter tido outros protagonistas e um título ligeiramente diferente (*O Branco...*), não deve ser considerada uma segunda série da *Branco e Negro*. Como só foram publicados quatro números, além do número-prospecto, não se englobou no presente estudo.

38 A *Revista Ilustrada* foi publicada entre 15 de abril de 1890 e 1892.

de notáveis da época, portugueses e estrangeiros, abarcando estadistas e figuras reinantes, mas também artistas plásticos, escritores, atores de teatro e músicos.

Os roteiros de localidades do país e do estrangeiro — incluindo as colónias portuguesas — constituíram outro dos pontos fortes da revista, do ponto de vista da produção iconográfica. Esses roteiros alimentavam — como ainda hoje ocorre nas revistas e jornais generalistas e especializados — o desejo de viajar cultivado pelas elites portuguesas do final do século XIX. A par dos roteiros, as fotografias de tipos e figuras populares, por vezes executando as suas atividades profissionais, além de propiciarem aos coevos um contacto visual com a diversidade dos seus concidadãos, são, hoje, um registo documental importante para a compreensão da vida em Portugal no final de Oitocentos.

As peças gráficas e escritas sobre os parlamentos de vários países europeus publicadas repetidamente pela *Branco e Negro* valorizaram, simbolicamente, o regime parlamentar, no qual as elites que colaboravam e liam a revista certamente se reviam.

Interessantemente, a revista procurou valorar a educação física (masculina), reportando, em vários números, iniciativas das organizações da sociedade civil que se dedicavam a melhorar a condição física dos mancebos.

Apesar dos seus pontos fortes, a iconografia da revista, em certos casos, foi vítima do bucolismo lírico romântico que, no âmago da arte, contrapunha a natureza e o meio rural à ideologia materialista e progressista que via na cidade, na construção de infraestruturas de transportes, na ferrovia, no vapor e nas fábricas a chave do futuro.

Embora a revista não identifique os diretores, é possível que tenham estado à sua frente o jornalista e escritor José de Matos Sarmiento Beja e o crítico teatral, literato e publicista Domingos Guimarães, já que o primeiro se despediu do segundo no número 84, datado de 7 de novembro de 1897 (p. 85), quando este último rumou a Paris para se tornar correspondente do *Diário de Notícias*, do *Jornal do Comércio*, do *Mala da Europa* e, naturalmente, da *Branco e Negro*³⁹.

Cada número da *Branco e Negro* vendia-se por 40 réis (mais tarde, 50 réis). A sua organização era comum a outras revistas da mesma época: capa; páginas de publicidade; miolo (a revista propriamente dita, com outra capa na primeira página), com rubricas constantes; mais páginas de publicidade; e contracapa. Colaboraram com a revista nomes gradados da literatura e do jornalismo, tais como, entre outros: Ana de Castro Osório, Eduardo Fernandes (o Esculápio), Gomes Leal, José Augusto de Castro, Ramalho Ortigão, Trindade Coelho e os brasileiros Coelho Neto, Olavo Bilac, Luís Delfino dos Santos e Luís Murat.

39 “Vai a esta hora a caminho de Paris um dos fundadores do *Branco e Negro* que, comigo e com o editor António Maria Pereira, lançou as bases desta revista.”



Figura 36
Capa do segundo número da *Branco e Negro*.
Fonte: reprodução do original.

No primeiro número da *Branco e Negro* (5 de abril de 1896), a capa continha uma estampa intitulada “As Nereidas” (as capas da revista primavam pelos motivos artísticos e pelo cuidado na sua impressão gráfica). O miolo abria (a verdadeira primeira página) com uma estampa de um quadro intitulado “Domingo de Páscoa na aldeia” e um texto alusivo; depois, uma crónica intitulada “Flores da Páscoa”; seguiam-se uma notícia sobre uma exposição do Grémio Artístico, ilustrada; páginas dedicadas à abertura da época tauromáquica, igualmente ilustradas; uma matéria sobre “O culto da arte em Portugal”; a crónica semanal, que se tornaria mais ou menos regular, “História dos sete dias”, ilustrada com caricaturas; uma matéria sobre epilepsia e pseudoepilepsias, ilustrada; uma peça ilustrada evocativa da Semana Santa; poesia; o elogio fúnebre de “Mortos ilustres”, com retratos; notícias do teatro e da música, com estampas; uma coluna de notícias do mundo (“Pelo mundo”); e uma coluna de notícias de ciência. A publicação fechava com publicidade à revista *A Estação de Paris* e a outras edições da mesma casa editora da *Branco e Negro*.

No último número, o 104, datado de 27 de março de 1898, a capa continha um estudo de uma cabeça feminina para um quadro de Seifert. Seguia-se o verso da capa com publicidade. O miolo abria com a primeira página do número, ornada com uma gravura sobre os barcos típicos do rio Tejo, os Varinos, da autoria de João Armando Pedroso. Seguia-se-lhe, por ordem: uma poesia, ornamentada com uma ilustração alegórica; uma aguarela (reproduzida a preto-e-branco) de uma aguarela de Roque Gameiro intitulada “O cozinheiro”; uma peça ilustrada com fotografias e fotogravuras sobre os balneários e termas de Mondariz, na Galiza, que ocupava quase todo o número da revista; a letra de uma canção composta por um finalista do curso de Direito e Teologia da Universidade de Coimbra; uma estampa alegórica intitulada “Uma noite de zarzuela”, da autoria de Jorge Colaço; um episódio do romance-folhetim “O Justiceiro”; uma peça de prosa literária intitulada “D. Guiomar”; um artigo de Trindade Coelho sobre a “Festa do Galo”; a tradicional “Secção recreativa”, que propunha uma experiência científico-recreativa; e publicidade.

A revista que se segue, cronologicamente, foi a *Brasil-Portugal*, que haveria de cruzar toda a primeira década do século XX, encerrando já na I República. Surgiu a 1 de março de 1899. Foi fundada pelo político e militar Augusto de Castilho e nela colaboraram o crítico teatral Jaime Vítor, o publicista e dramaturgo José Lorjô Tavares, o almirante Augusto de Castilho e João de Vasconcelos. Após a morte do fundador, em 1912, a revista somente resistiu mais dois anos. Apresentava-se ao público com 16 páginas regulares, paginadas a duas colunas, mais quatro de suplemento (que nem todos os números tiveram), correspondendo a um total de vinte páginas. As páginas mediam cerca de 24 x 35 cm, correspondendo a uma superfície de cerca de 840 cm²,s sendo paginadas a duas colunas. Vendia-se, o número, por 400 réis, mas a assinatura anual ficava somente por 7000 réis.

No texto de apresentação, a revista afirmava querer “tornar o Brasil conhecido em Portugal” e “tornar Portugal conhecido no Brasil”, congregando contributos de ambos os países.

As paisagens, os monumentos, as personalidades, as fábricas, os aspetos de cidades e vilas que forem aparecendo em todos os números lembrarão (...) o Brasil a Portugal e Portugal ao Brasil. Os nossos pintores de nome atravessarão estas páginas (...). A fotografia irá buscar aos salões artísticos, aos aposentos de trabalho dos homens ilustres, às casas sumptuosas e aos *ateliers* dos artistas o que mais interesse o bom gosto e a estética.

Acontecimentos palpitantes, nossos ou internacionais, terão aqui a sua repercussão, tanto artística, como literária.

O *Brasil-Portugal* sabe que não é viável publicação desta natureza que mãos femininas não compulsem, que não interesse ou deleite o espírito feminino. É uma das suas missões delicadas: esforçar-se-á por cumpri-la. (*Brasil-Portugal*, n.º 1, 1 de fevereiro de 1899, p. 2)



Figura 37
Capa do primeiro número da revista
Brasil-Portugal.
Fonte: reprodução do original.

Sete anos mais tarde, a revista já produzia o seguinte balanço da sua presença no mercado editorial:

(...) aí está patente, ilustrada pela cópia flagrante da fotografia ou pelo lápis engenhoso dos desenhistas, narrada pela pena dos escritores, ora realçada pela fantasia, ora desvendada pela crítica, toda a vida portuguesa (...) no que ela teve de mais evidente, de mais dramático, de mais expressivo. Cerca de 6000 gravuras, em que paisagens, monumentos, acontecimentos, individualidades se refletem, esmaltam, estes milhares de páginas, completadas com a prosa e o verso de escritores louvados. E não só a vida portuguesa, mas a vida do Brasil, e os grandes factos da ordem internacional, daqueles que interessam todos os espíritos, tiveram cabida também, ora sob o relevo artístico, ora sob a forma literária (...). (*Brasil-Portugal*, n.º 168, 16 de janeiro de 1906, p. 370)

Curiosamente, no último número da revista *Brasil-Portugal* nada transparecia sobre o seu próximo fim:

São decorridos 15 anos desde que o *Brasil-Portugal* pela primeira vez viu a luz (...).
Ao entrarmos no 16.º ano, não é sem (...) orgulho que, olhando para o caminho já percorrido, nos dispomos a continuar a jornada, com a certeza de que nos acompanharão (...) as simpatias de todos

os nossos leitores e a colaboração (...) de muitos amigos (...). (*Brasil-Portugal*, n.º 361, 1 de fevereiro de 1914, p. 2)

Fazendo um balanço da publicação da revista, Müller (2011, pp. 45-53) assegura que a *Brasil-Portugal* falhou o seu maior objetivo de tornar Portugal e Brasil reciprocamente conhecidos, já que teria priorizado “a promoção de Portugal e dos seus valores”:

Desde o momento do seu lançamento, a revista configurou-se como um produto diferenciado e focado nas elites, nomeadamente as da comunidade portuguesa no Brasil e das colónias (...). Apesar das divergências (...), (...) uma parte da intelectualidade luso-brasileira sempre se empenhara com muito afincio para o fortalecimento das ligações entre ambos os países, dispondo, para tanto, do principal arsenal que possuíam: a imprensa.

A imprensa (...) e, especialmente, as revistas articuladas pela *intelligentsia* portuguesa constituíram-se como verdadeiros palcos privilegiados de debate (...). Configurados como plataformas de difusão de ideias nacionalistas, visavam especialmente ao público brasileiro na tentativa de ratificar o papel da imprensa em termos bourdianos (...): estabelecendo uma batalha política por meio da produção de conteúdo, procurando o reconhecimento pela produção e reprodução de capital simbólico que lhe atribuíam o *status* de autoridade e superioridade e (...) criando situações para disseminar a visão de um Brasil “conveniente” que atendesse aos propósitos da pátria portuguesa. (...) O Brasil, quando aparece, é sempre em *função de* Portugal (...), como ora importante mercado consumidor, ora importante “berço” da colónia portuguesa que ali precisaria ser protegida e fomentada, ora como exemplo de um Portugal outrora esplendoroso que descobriu o mundo novo e que iniciou a civilização “nesse importante país”.

Como outras revistas ilustradas, a *Brasil-Portugal* abordou uma grande diversidade de assuntos da atualidade. Mas foi ela a primeira revista portuguesa a dar um grande destaque ao desporto, especialmente numa rubrica regular intitulada “Notas de Sport”. Hipismo, vela, remo, tiro, ténis, esgrima, atletismo, automobilismo e motociclismo foram algumas das modalidades que desfilaram pelas páginas da revista. O futebol, também coberto com assiduidade, não tinha, no entanto, o protagonismo informativo que detém hoje.

A *Brasil-Portugal* foi, igualmente, uma das primeiras revistas portuguesas a não restringir o espaço feminino ao mundo da moda ou à publicação de poemas e de outras pequenas obras literárias. As escritoras Ana de Castro Osório e Margarida Bodin discutiram nas suas páginas questões de género que andavam arredadas das preocupações da imprensa portuguesa⁴⁰. Em março de 1910, a nova coluna “Consultório da Luiza” publicava respostas de

40 Ana de Castro Osório (1905): A mulher de há trinta anos e a mulher de hoje. *Brasil-Portugal*, n.º 159, 1 de setembro de

aconselhamento a cartas de leitoras (não inseridas no texto) dirigidas à “Luiza” e comentários gerais sobre a vida e a sociedade desde um ponto de vista feminino.

O primeiro número abria com um suplemento de quatro páginas. Neste suplemento, além dos textos de apresentação da revista, que elencavam os colaboradores, e de assuntos de expediente, incluíam um texto sobre curiosidades científicas, receitas, referências a personagens célebres, charadas, enigmas, ficha técnica e anúncios. Seguia-se a revista propriamente dita: capa; novo texto de apresentação da revista; um apontamento biográfico; a crónica da atualidade; apontamentos biográficos sobre D. Carlos, rei de Portugal, e sobre Campos Salles, presidente do Brasil, devidamente ilustrados com retratos; uma elegia à filha do escritor brasileiro Albuquerque Mendonça, ilustrada com retrato; poemas; um apontamento biográfico sobre o governador do Pará, com retrato; um artigo sobre “O centenário de Garrett”, com retrato; a notícia da visita do cruzador português “Adamastor” ao Rio de Janeiro e da receção organizada para receber o seu comandante, peça ilustrada com fotografias; uma elegia biográfica ao presidente da Associação Comercial do Porto, Pedro Maria da Fonseca e Araújo, com retrato; contos; notícias dos teatros; uma breve apresentação da cidade do Rio de Janeiro, com fotografia; um artigo sobre a borracha; uma nova crónica sobre a atualidade; notícias dos teatros; e citações, para encerrar.

No primeiro dia do mês de fevereiro de 1914 foi lançado o último número da revista, numericamente correspondente ao número 361, com 16 páginas. A capa ostentava uma fotografia de uma cena de uma peça de teatro levada à cena pelo Teatro da República (o teatro, expoente do divertimento das elites, estava constantemente presente nas revistas ilustradas portuguesas); o miolo, por ordem, continha uma pequena nota de congratulação pelos primeiros 15 anos de publicação da revista; a crónica de atualidade “Notas da quinzena”; poemas; fotografias alusivas a uma greve dos ferroviários, estranhamente dispersas, a partir da página 4, por uma crónica moralista sobre uma personagem feminina da sociedade lisboeta (imagens e texto escrito nem sempre eram compaginados no mesmo espaço); um pensamento moralista interligado com a crónica anterior; um pequeno conto bem humorado; uma anedota; um artigo sobre o esperanto; um poema; uma peça sobre o pintor Roque Gameiro, ilustrada com fotografias do ateliê, da casa e da esposa deste artista plástico e reproduções de quadros (estas reproduções continuam pela peça seguinte); uma crónica de teatros, ilustrada com fotografias de cenas de peças teatrais, entrecortada por uma notícia necrológica, com retrato; e na última página a finalização da crónica dos teatros, mesclada com a notícia gráfica da inauguração das carreiras regulares de navegação entre Lisboa e Macau; e uma correção a um texto anterior.

1905, pp. 231-232. Margarida Bodin (1906): Da solidariedade feminina em defesa da mulher contra o homem. *Brasil-Portugal*, n.º 187, 1 de novembro de 1906, pp. 299-300.

Ilustrada quase completamente por fotografias (a revista tinha uma oficina própria de fotografação), deve reconhecer-se que a *Brasil-Portugal* desenvolveu denodados esforços para privilegiar a informação fotográfica. A reportagem fotográfica ganhou, nessa revista, vida própria, apesar de as fotografias serem, recorrentemente, compaginadas com textos verbais com os quais não mantinham ligação.

A última, mas também a mais importante, publicação a descrever neste estudo é a *Ilustração Portuguesa*, segunda revista que com este título circulou em Portugal.

A revista semanal *Ilustração Portuguesa*⁴¹ surgiu, a 9 de novembro de 1903, no seio da empresa do jornal *O Século*⁴², de Silva Graça. Vendida nas bancas por cem réis cada número, teve duas séries. A primeira começou em 1903 e terminou com o número 119, datado de 12 de fevereiro de 1906; a segunda série começou, provavelmente, a 26 de fevereiro de 1906. Embora os dois primeiros números desta série não sejam datados (o número 3 da segunda série é o primeiro datado, tendo sido publicado a 12 de março de 1906), sabe-se que os dois números não datados serão de 26 de fevereiro e de 5 de março, já que a revista anunciou, no número de 12 de fevereiro, que voltaria às bancas, para a segunda série, no dia 26 deste mês. Por isso, é de supor que na segunda-feira, 19 de fevereiro, a revista não terá sido publicada.

41 Quando surgiu a revista, a palavra *Ilustração* grafava-se com dois l, passando a escrever-se com um único l a partir do n.º 394, datado de 8 de setembro de 1913.

42 *O Século* foi um diário republicano surgido em 1880 por iniciativa do jornalista, advogado e maçom Sebastião de Magalhães Lima, seu primeiro redator-principal, do médico António Pinto Leão de Oliveira, do advogado Anselmo Xavier, do jornalista João de Almeida Pinto e do proprietário José Campelo Trigueiros de Martel. Embora nascido como um jornal de combate político e ideológico republicano, *O Século* foi atenuando essa sua faceta, transformando-se, gradualmente, num diário de grande informação. Sinais disso foram o surgimento de publicações associadas ao jornal *O Século*, como o anuário *Almanaque d'O Século* (1881) e o *Suplemento Humorístico*, embrião do suplemento *O Século Cómico* (1897).

A partir de 1889, ano em que José Joaquim da Silva Graça assumiu a administração do jornal, afirmou-se a tendência de reconversão do periódico num grande diário de informação geral. Do grupo de fundadores, Trigueiros de Martel morreu em 1886; Leão de Oliveira e Magalhães Lima saíram do jornal, em 1896, cindindo com o novo rumo — mais noticioso e menos político — que o jornal levava.

Silva Graça revelou-se um dos principais inovadores da imprensa portuguesa, imprimindo ao diário e à sua empresa um ritmo difícil de acompanhar pela concorrência, nomeadamente pelo *Diário de Notícias*, seu principal competidor. Além de promover iniciativas de solidariedade social (que depois podia publicitar nas páginas de *O Século*), como a célebre Colónia Balnear, a empresa liderada por Silva Graça lançou, ao longo do tempo, várias publicações importantes no contexto do mercado editorial português, casos do *Suplemento Brasil e Colónias* (1899), da *Revista Literária, Científica e Artística* (1902), de *Os Sports Ilustrados* (1910), de *O Século Agrícola* (1912), do *Suplemento de Modas e Bordados* (1912) e do vespertino *O Século da Noite* (1914), além, claro está, da *Ilustração Portuguesa*, surgida no dia 9 de novembro de 1903 e antecedida pelo *Suplemento Ilustrado d'O Século* (1900). Mais tarde, ainda surgiriam no universo de *O Século* as revistas *Pim Pam Pum* (1926), *O Cinéfilo* (1928), *A Joanelinha* (1936), *O Século Rádio Mundial* (1947), *O Século Desportivo* (1957), *Portugal de Lés-a-Lés* (1958), *O Século das Letras e das Artes* (1963) e *O Jato* (1971), além da famosa revista ilustrada de atualidades *O Século Ilustrado* (1938), que, de alguma forma, é herdeira da *Ilustração Portuguesa*, apesar desta última revista, para manter o título na posse da empresa, ter ressurgido, ocasionalmente, no mercado, até 1993.



Figura 37
Capa do primeiro número
da *Ilustração Portuguesa*.
Fonte: reprodução do original.

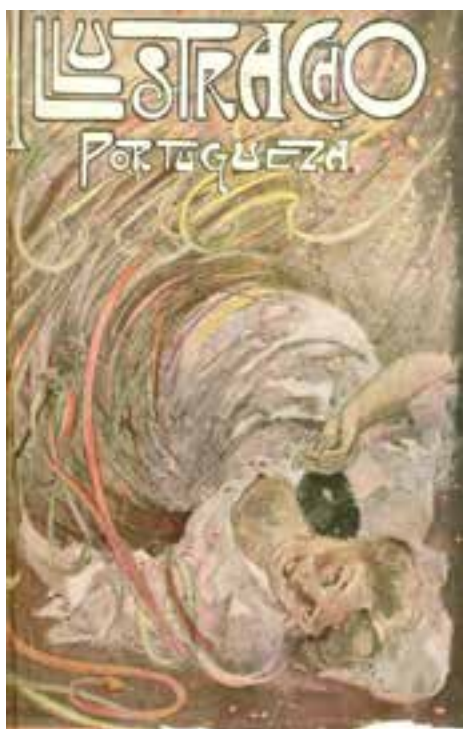


Figura 38
Capas do primeiro
e terceiro números da
segunda série da *Ilustração
Portuguesa*.
Fonte: reproduções
dos originais.

Na primeira série, a *Ilustração Portuguesa* terá sido dirigida pelo jornalista Rocha Martins⁴³ e tido por editor o jornalista José Joubert Chaves, mas quem verdadeiramente mandava era Silva Graça, o todo-poderoso diretor e dono de *O Século*. Conta o jornalista Rocha Martins (1942, p. 111) sobre a sua relação com Silva Graça na sua *Pequena história da imprensa portuguesa*:

Silva Graça desejou publicar a *Ilustração Portuguesa*. Obrigou, terminantemente, o diretor da revista, Rocha Martins, a seguir as suas ideias no formato, desenhos, etc., quando se preconizava a redução do tamanho da revista e a fotografia. O semanário, cujos desenhos eram quase sempre maus, iniciou-se em 9 de novembro de 1903, e até nisso Silva Graça persistiu, não querendo começar em janeiro, visto já ter trabalhos feitos. O esforço periclitou (...), publicando-se (...) a segunda série, dirigida pelo brilhante escritor Carlos Malheiro Dias. Adotou-se o formato preconizado em 1903 pelo antigo diretor, que continuou a colaborar (...).

Impressa a três colunas, a *Ilustração Portuguesa* tinha, normalmente, 16 páginas, de grande formato (24,4 x 37,2 cm). Foi, como outras revistas similares, planeada para ser colecionada em volumes semestrais, já que a numeração de páginas, de número para número, é sequencial. Na segunda série, as dimensões da *Ilustração Portuguesa* reduziram-se substancialmente, para um formato aproximado de 18 x 28 cm. Mas a revista passou a ter 32 páginas e capas coloridas.

A *Ilustração Portuguesa* foi publicada, semanalmente, até 12 de abril de 1924, número no qual inseriu o seguinte aviso aos assinantes e leitores: “A fim de proceder a uma completa remodelação dos respetivos serviços, no sentido de os desenvolver e melhorar, a *Ilustração Portuguesa* suspende, temporariamente, a sua publicação com o presente número”.

A publicação da *Ilustração Portuguesa* não foi, contudo, interrompida. A revista passou a ter periodicidade semestral, nem sempre regular, que manteve, para garantia de título, até 1980. Depois ainda foram publicados alguns números ocasionais, também para manutenção legal do título, até 1993. Mas depois de 1924 a *Ilustração Portuguesa* já não era a “verdadeira” *Ilustração Portuguesa* que conquistou reputação e um lugar destacado na história do jornalismo português e das revistas ilustradas de atualidades. A reportagem, nos números posteriores a abril de 1924, passou para segundo plano e, quando surgiu, centrou-se nas atividades do poder, em particular depois da implantação da Ditadura Militar, em 1926, e do Estado Novo, em 1933.

O primeiro diretor da segunda série da *Ilustração Portuguesa* foi o jornalista, escritor e historiador luso-brasileiro Carlos Malheiro Dias⁴⁴. Segundo Rocha Martins (1942, p. 111),

43 É o próprio que o afirma na sua *Pequena História da Imprensa Portuguesa* (Rocha Martins, 1942, p. 111). Não existe a referência a um diretor na primeira série da revista.

44 A experiência acumulada à frente da *Ilustração Portuguesa* e a sua colaboração noutras revistas, como *O Domingo Ilustrado*, *Branco e Negro*, *Brasil-Portugal* e *Serões*, terá sido um dos fatores que terá levado Assis Chateaubriand a

Malheiro Dias permaneceu no cargo até à proclamação da República (na verdade, o último número em que Malheiro Dias aparece como diretor é o que data de 12 de fevereiro de 1912), momento em que se exilou voluntariamente no Brasil, devido às suas convicções monárquicas⁴⁵. Seguiram-se-lhe vários outros diretores, incluindo o próprio Silva Graça, António Maria de Freiras, Albino Forjaz de Sampaio, António Ferro, João Ameal e outros, já na República.

A *Ilustração Portuguesa* foi, ao tempo, uma revista inovadora em Portugal. Os textos afastaram-se, decididamente, da pompa literária em que o periodismo português foi pródigo durante o século XIX. O papel *couché* em que era impressa nunca tinha sido usado no país. O design era mais arrojado do que o das revistas suas predecessoras e concorrentes. Ancorado nas imagens, rompeu com alguns dos formalismos anteriores, mas também seguiu alguns dos cânones dominantes da expressão gráfica à época, como o embelezamento de fotografias com molduras evocativas das pinturas. As capas do início da segunda série, coloridas e graficamente dinâmicas, eram muito diferentes das capas dos números da primeira série, ancoradas numa ilustração de grande dimensão. Com o tempo, as capas tornaram-se mais modernas, até porque, a partir de julho de 1920, a *Ilustração Portuguesa* teve de competir com a mais sofisticada revista *ABC*, dirigida por Rocha Martins, antigo diretor da primeira.

A fotografia de reportagem de atualidades teve lugar de destaque na segunda série da *Ilustração Portuguesa*, mas não é menos verdade que a revista também cultivou a fotografia descritiva documental (monumentos, paisagens, animais e plantas, etnografia), de pendor informativo e testemunhal, e a fotografia pictorialista, frequentemente naturalista, correntes estéticas acarinhadas por muitos dos fotógrafos “artísticos” portugueses da viragem do século XIX para o XX. De qualquer modo, a *Ilustração Portuguesa* tornou-se o palco nacional privilegiado para o desenvolvimento da fotografia de atualidades, nomeadamente da fotorreportagem, no país, muito embora se deva reconhecer, nesta matéria o pioneirismo das revistas ilustradas que a precederam, casos, nomeadamente de *O Ocidente* (embora só no século XX), da *Branco e Negro* e da *Brasil-Portugal*. Foi pois nessas revistas que efetivamente, pela primeira vez, se assistiu, em Portugal, não apenas à subordinação do texto verbal às imagens, em várias peças, como também à intensificação da reportagem ilustrada com fotografias.

A primeira série da revista atingiu 6500 exemplares⁴⁶. Em 1906, avançou-se para uma segunda série, mais modesta no formato, mas com o dobro das páginas e cheia de fotografias. No número de 5 de fevereiro de 1906, o penúltimo da primeira série, a revista já anunciava a reformulação que iria sofrer, num documento que se poderia considerar um estatuto editorial e no qual, interessantemente, já se antecipava o importante papel historiográfico que a revista adquiriria:

convidar Carlos Malheiro Dias para primeiro diretor da principal revista ilustrada brasileira da primeira metade do século XX: *O Cruzeiro* (1928-1975).

45 Biografia: Nunes, Teresa (2009). *Carlos Malheiro Dias: Um Monárquico entre Dois Regimes*. Caleidoscópio.

46 Referido no número de 13 de julho de 1908: 41-51.

Uma nova *Ilustração Portuguesa*

A contar do dia 26 de fevereiro

A *Ilustração Portuguesa* terá em cada número uma capa colorida e (...) original, relativa a um dos grandes acontecimentos da semana⁴⁷.

A *Ilustração Portuguesa* terá semanalmente o mínimo de 32 páginas de texto profusamente ilustrado.

A *Ilustração Portuguesa* será a mais variada e palpitante revista dos acontecimentos mundanos, políticos, literários e artísticos, verdadeiro *magazine* semanal, onde ficarão arquivados pela fotografia, pelo desenho, pelo *interview* [entrevista] e pela descrição e reportagem literárias todos os aspetos da vida portuguesa contemporânea.

A *Ilustração Portuguesa* constituirá a mais documentada e minuciosa história dos atuais costumes portugueses (...).

A *Ilustração Portuguesa* abrirá (...) as suas colunas à colaboração de todos (...).

(...)

A *Ilustração Portuguesa* propõe-se (...) fixar e transmitir às gerações futuras a imagem da nossa existência contemporânea, em todos os seus campos de atividade, (...) coligindo os mais numerosos subsídios para a história dos homens e dos acontecimentos.

A *Ilustração Portuguesa* (...) custará (...) 100 réis [depois convertidos em dez centavos]. (*Ilustração Portuguesa*, n.º 118, 5 de fevereiro de 1906, p. 93)

A revista prometia, pois, ser uma revista *magazine* semanal, generalista, aberta à colaboração espontânea do público. Prometia, ainda, valorizar a reportagem e a entrevista, por meio de texto, desenhos e fotografias.

No dia 12 de fevereiro de 1906, a revista acrescentou quatro pontos ao novo programa editorial. Definia-se, doravante, como uma publicação que se reportaria ao todo nacional, pertencente a uma empresa tecnologicamente avançada e inovadora:

A nova *Ilustração Portuguesa* não se restringirá apenas à (...) reportagem da capital, mas irá por uma rede completa e sistemática de informações buscar aos recantos longínquos da província tudo quanto às modestas vilas e aldeias de Portugal possa interessar, relativo aos seus acontecimentos, à sua política, aos seus costumes, à sua cronologia, à sua agricultura e às suas indústrias.

A nova *Ilustração Portuguesa* não apresenta apenas um novo programa. Inaugura notáveis melhoramentos, empregando os mais modernos e aperfeiçoados processos de reprodução gráfica e apresentando em cada número uma capa a cores (...).

47 Nem sempre esta promessa foi cumprida. Na verdade, abundam as capas com retratos de atrizes célebres, motivos etnográficos, etc.

A nova *Ilustração Portuguesa* iniciará uma série de inquéritos ao estado atual de progresso das indústrias e agricultura (...). (*Ilustração Portuguesa*, n.º 119, 12 de fevereiro de 1906, p. 109)

Curiosamente, nesse mesmo espaço informava-se o público sobre os preços das assinaturas (Portugal, colónias e Espanha, 4800 réis [depois, 4\$80 escudos], anual; 2400 réis [depois, 2\$40 escudos], semestral; 1200 réis [depois, 1\$20 escudos], trimestral. Brasil (na moeda brasileira): 28 mil réis, anual e 24 mil réis, semestral. Assinatura conjunta do jornal *O Século* e publicações associadas, incluindo a *Ilustração Portuguesa*: 8 mil réis, anual; 4 mil réis semestral; 2 mil réis, trimestral; mensal — só para Lisboa — 700 réis.). Naturalmente, esses valores foram aumentando com o tempo. No último número semanal da revista, datado de 12 de abril de 1924, o exemplar avulso já custava um escudo e as assinaturas nacionais ficavam por 13 escudos (trimestral), 26 escudos (semestral) e 52 escudos (anual).

A fórmula que a revista seguiu na segunda série logrou sucesso, pois logo aí a tiragem subiu para 11170 exemplares⁴⁸. Nessa segunda série, a revista apresentou-se com o lema “Revista semanal dos acontecimentos da vida portuguesa — Vida social, vida política, vida artística, vida literária, vida mundana, vida desportiva, vida doméstica”⁴⁹.

Por ocasião do final do primeiro semestre da 2ª série (n.º 23, de 30 de julho de 1906), a *Ilustração Portuguesa* já atingia uma tiragem de 15 mil exemplares, vendidos ao preço de 100 réis por exemplar⁵⁰, conforme se pode ler na contracapa:

Ilustração Portuguesa

Tiragem para Portugal 15 000 exemplares, 16 [sic] números publicados, dos quais 3 já completamente esgotados.

Preço avulso 100 réis.

Nos seus 23 números até hoje publicados⁵¹, a *Ilustração Portuguesa* inseriu em 736 páginas de texto 1347 gravuras e 113 artigos sobre história, literatura, teatro, usos e costumes portugueses, arte, política, genealogia, arquitetura, arqueologia e sport, representando a matéria de 5 volumes em 8º, de 250 páginas cada um. No pequeno espaço de três meses, o assinante da *Ilustração Portuguesa* adquiriu por um preço módico uma obra volumosa, com mais de 1500 gravuras [sic] (...). Fiel ao seu programa, a *Ilustração Portuguesa* tornou-se o mais rico repositório dos factos sociais, políticos, artísticos, literários e mundanos para o exato e perfeito conhecimento da nossa história atual e retrospectiva, em todos os complexos aspetos da atividade humana, verdadeiro dicionário ilustrado

48 Referido no número de 13 de julho de 1908: 41-51.

49 Referido na folha de rosto do volume encadernado.

50 A título comparativo, um diário custava entre 12 a 15 réis e uma revista especializada, como o *Boletim Fotográfico*, 150 réis.

51 Trata-se, obviamente, dos números publicados da 2ª série.

da vida portuguesa (...).

Agitando sob uma forma literária e impressiva questões do mais alto interesse geral, como a da crise duriense no notável artigo “O Douro da crise e da fome”, como a da mobilização militar nos discutidíssimos artigos “Se rebentasse a guerra com Espanha”, como a dos melhoramentos de Lisboa nos sensacionais artigos “Lisboa no ano 2000”; abrindo e promovendo concursos da mais completa originalidade, como o da “Terra de mais lindas mulheres de Portugal”; acompanhando dia a dia os grandes acontecimentos; versando pela pena autorizada dos especialistas e escritores ilustres os mais palpitantes problemas, a *Ilustração Portuguesa* logrou, logo no seu início, em três breves meses de publicação, ver coroados de êxito os esforços dos seus iniciadores e dirigentes, obtendo a mais vasta publicidade que jamais atingiu no nosso meio uma revista de literatura e arte. Prestando-se pelo seu diminuído preço, pela comodidade das suas dimensões e volume, a ser não só o magazine que se coleciona mas a revista que se compra na tabacaria ou no meio da rua, no americano ou na gare, para folhear e ler durante uma viagem, a *Ilustração Portuguesa* procura tanto quanto possível interessar toda a espécie de leitores pela diversidade dos assuntos, novidade de informações e profusão das gravuras (...). Leiam a *Ilustração Portuguesa* (...), publicação semanal ilustrada, saindo regularmente às segundas-feiras. (*Ilustração Portuguesa*, n.º 23, 30 de julho de 1906: contracapa)

Apesar de algumas contradições, como as que registam os números publicados e o número de gravuras inseridas ao longo dos primeiros números, o anterior texto de autopromoção da *Ilustração Portuguesa* permite compreender os assuntos mais valorizados por uma revista cujos redatores consideravam como sendo “de literatura e arte”: “factos sociais, políticos, artísticos, literários e mundanos”. Pretendia, pois, ser uma revista eclética, centrada em Portugal, tendo por fim proporcionar o “exato e perfeito conhecimento da nossa história atual e retrospectiva, em todos os complexos aspetos da atividade humana”. Pode associar-se, pressupõe-se, o seu carácter ilustrado com a exatidão que a revista proclamava ter no seu discurso; pode associar-se, igualmente, a enunciação, ou seja, a produção discursiva da revista, ao ato de *fazer história*, isto é, de *registar e dar a conhecer a história* — a história que os portugueses fizeram e a história que os portugueses faziam, quotidianamente. Por isso, não hesitava o redator do texto em classificar a *Ilustração Portuguesa* como o “dicionário ilustrado da vida portuguesa”. Não um qualquer dicionário, mas sim o “verdadeiro”.

O texto anterior também evoca o primeiro concurso fotográfico organizado, em 1906, pela *Ilustração Portuguesa*, com prémios de 200\$000 réis. O tema não podia ser mais apropriado a uma revista que privilegiava a informação leve e visual: “A terra de mais lindas mulheres de Portugal”. Do júri, curiosamente, não fez parte qualquer fotógrafo.

No número 125, de 13 de julho de 1908 (pp. 41-51), a *Ilustração Portuguesa* publicou um texto no qual, ao mesmo tempo que lamentava não poder satisfazer a procura, descrevia os processos de produção na revista, cuja tiragem já ascendia a 24400 cópias, e a evolução da tiragem ao longo dos anos:

Há algumas semanas (...), os jornais diários publicaram uma informação referente à *Ilustração Portuguesa*, motivada por um conflito ocorrido com os respetivos vendedores, aos quais a nossa administração não pôde fornecer a quantidade de exemplares por eles exigidos. A extração do jornal havia subido tão rapidamente que, apesar da encomenda, realizada com antecedência, de uma nova máquina de impressão, não era, de modo algum, possível atender às grandes requisições de números, cada vez mais avultadas, feita pelo público.

Este facto surpreendeu muitas pessoas, que conhecem menos intimamente a organização de um jornal e que (...) não supunham (...) que uma revista (...) como (...) a *Ilustração Portuguesa* pudesse atingir no nosso meio, que tão avesso se mostrou sempre a todas as publicações de semelhante natureza, tão larga tiragem e venda (...).

Em cada semana (...) nenhum leitor da *Ilustração Portuguesa* pensa um momento na soma de árduos esforços (...) que custou cada número. Parece a todos a coisa mais fácil (...) a tarefa semanal de combinar e realizar essas páginas de modo a conquistarem o agrado transitório de um público caprichoso e de gostos tão diversos como volúveis (...).

Todas as dificuldades (...) crescem (...) pela necessidade (...) de procurar a variedade, de achar novidades, para evitar (...) que o paladar do leitor se embote de (...) acompanhar a atualidade (...). Acrescente-se (...) as dificuldades (...) de carácter material, que numa publicação desta natureza (...) aumentam, pela maior complexidade do seu trabalho técnico, pela condição indispensável de nitidez, de cuidado artístico (...).

Não é, por isso, simples a confecção de uma magazine como a *Ilustração Portuguesa* (...).

Começa-se por combinar o menu (...). Quer dizer, trata-se, primeiro que tudo, de discriminar quais os assuntos que apresentam maior atualidade (...). Calcula-se quantas páginas exige a reportagem fotográfica dos acontecimentos da semana e trata-se da ilustração dos artigos seleccionados (...). Essa ilustração nem sempre é fácil. Se se trata de uma monografia histórica, por exemplo, é preciso procurar retratos e gravuras (...), obtendo reproduções de documentos da Biblioteca Nacional, ou das bibliotecas da Ajuda e da Academia [das Ciências de Lisboa], ou ainda da preciosa coleção de Aníbal Fernandes Tomás. Esboça-se o plano da respetiva folha num caderno e os desenhadores principiam os trabalhos da ornamentação e das orlas das páginas. É claro que essa parte decorativa tem de ser adequada à natureza dos assuntos. Há também que fazer a distribuição das gravuras correspondentes a cada artigo, calculando (...) o espaço que o texto e todo o conjunto demandam. Chegam as provas fotográficas relativas aos acontecimentos da semana e é preciso escolher as que convém aproveitar, fazer igualmente enquadramentos e orlas para elas. Há uma que vale a pena ampliar ao tamanho de uma página (...) ou de uma dupla página. Outras têm (...) de ser reduzidas, para se poder registar a maior quantidade de documentação gráfica.

Cada semana o repórter fotográfico da *Ilustração Portuguesa* [Joshua Benoliel] não faz regularmente menos de quinze dúzias de chapas. São cerca de 8640 chapas fotográficas empregadas por ano, e tomando o tamanho de 9x12 como medida, poderia com elas construir-se um amplo telhado de vidro com mais de novecentos metros quadrados.

Cortadas as fotografias e dispostas conforme devem compor as páginas, desenhadas estas, os respectivos originais são enviados à oficina da fotogravura enquanto o texto vai (...) para a oficina de composição tipográfica.

Desçamos (...) à oficina da fotogravura, onde vamos encontrar os originais, vindos da mão dos desenhadores, (...) [para] (...) assistir às diversas operações.

A primeira é a reprodução fotográfica, fazendo-se numa máquina a das fotografias e noutra a das orlas. Os clichés passam, em seguida, para a secção do peliclado, para serem invertidos. Enquanto secam, vai-se preparando a chapa de zinco com o esmalte fotográfico, e pondo depois este em contacto com o negativo, realiza-se, por meio da luz eléctrica, a impressão (...). Seguem-se as operações necessárias para obter o desenvolvimento da imagem e a sua esmaltação com auxílio do fogo. Nesta altura tira-se uma prova em papel Marion, que serve para o paginador fotográfico se guiar. É a primeira prova das gravuras (...), embora invertidas e naturalmente misturadas (...). Dentro de pouco, (...) a tesoura vai separá-las na redacção e designar-lhes, no projeto definitivo de folha (...), a colocação que a cada uma é destinada (...).

A chapa de zinco passa seguidamente para as mãos dos gravadores a meia tinta [*halftone*], que executam esta parte da gravura, e após para os gravadores de linha, incumbidos da terminação da orla. Tira-se, então, uma segunda prova (...) e a chapa de zinco transita para a oficina de carpinteiro, a fim de ser montada sobre madeira.

Terminou a tarefa das oficinas de fotogravura. O zinco gravado e assente no seu calço de madeira é entregue à oficina tipográfica, que vai organizar a página do jornal, preenchendo com o texto já composto (...) o espaço que não é ocupado pelas gravuras.

E começam as torturas para que esse espaço disponível não sobeje nem escasseie (...).

A expansão progressivamente crescente da nossa revista, que se acentua, em especial, desde a transformação do formato realizada com a inauguração da segunda série, constitui um facto saliente na história do jornalismo nacional (...), visto que a *Ilustração Portuguesa* é hoje um dos dois ou três jornais de Lisboa de mais avultada tiragem, excedendo, portanto, a de quase todos os periódicos da capital (...).

Não há termo de comparação, naturalmente, entre (...) [O] *Século*, cuja tiragem é de 85 mil exemplares diários (...), e a *Ilustração Portuguesa*, com os seus atuais 24400 exemplares de tiragem. Estes representam, porém, aproximadamente metade da tiragem do semanário *A Voz do Operário*, que tem a maior depois da do *Século*. A nossa revista entrega (...) aos vendedores, a cada semana, 4800 exemplares, e distribui mais 2800 pelas tabacarias e quiosques, elevando-se (...) a sua venda avulso (...), em Lisboa, a (...) 7600 exemplares (...). No Porto, a venda avulsa (...) sobe a 3200 exemplares (...). Mais de 12 mil exemplares são absorvidos pela assinatura, o que supomos que não tenha acontecido (...) com qualquer outra revista do nosso país.

Desde o começo (...) até terminar a primeira série, a *Ilustração Portuguesa* conservou uma tiragem média de 6500 exemplares. Foi em 1906 que o formato do jornal se transformou, para o tornar mais cómodo, e que foram introduzidas as restantes modificações que caracterizam a segunda

série. A média da tiragem desse ano foi de 11170 exemplares. No segundo ano, que foi o de 1907, a tiragem média foi de 10885 exemplares, começando (...) a acentuar-se.

A *Ilustração* francesa, fundada em 1843, tem uma tiragem de cem mil exemplares, o que, em relação à população da França, representa uma proporção de venda de 2700 exemplares por milhão de habitantes. Esta proporção é para a *Ilustração Portuguesa* de 6000 exemplares por milhão de habitantes (...).

Concluiu já a paginação na tipografia. Tiraram-se as respetivas provas, para o revisor corrigir, e acabaram de emendar-se. As formas vão ser enviadas para a casa das máquinas, a fim de fazer-se a impressão (...).

Numa máquina especial corre a impressão das capas (...), feita a três cores. Noutra prossegue a tiragem da primeira folha de 16 páginas (...); proceder-se-á, de seguida, ao alceamento das gravuras e é vista uma última prova pela redação. A máquina principia a funcionar (...) produzindo os 24400 exemplares que são precisos para a venda e a expedição.

Depois de secas, as folhas que saem do prelo vão à máquina de dobragem e passam dali para a brochura (...).

Está o número pronto. Os dois cadernos que o constituem devidamente enfaixados e cosidos com a capa. Acumula-se um monte sob a faca de guilhotina para os aparar (...).

Chegou a hora da (...) venda. Os jornais, contados, empilhados em maços, estão prontos para serem entregues aos rapazes, que há muito esperam (...). Abre-se a porta da venda e precipitam-se todos com a ambição de serem os primeiros (...). Atualmente, são mais de trezentos vendedores que acodem todas as segundas-feiras para levarem cerca de cinco mil exemplares da *Ilustração Portuguesa* (...) [quase 17 exemplares por ardina].

E já agora dizemos também que (...), e não falando dos seus redatores, desenhadores e fotógrafos, a *Ilustração Portuguesa* possui o seguinte pessoal efetivo: (...) não anda longe de um cento (...).

Tal é a *Ilustração Portuguesa*, que, como se vê, possui uma vida própria e autónoma, uma autêntica prosperidade (...), a primeira vez que isto sucede em Portugal com uma revista ilustrada.

Pelas suas páginas têm passado os nomes mais ilustres da literatura nacional (...). Além disso, (...) organizou concursos, exposições (...), concertos, e promoveu o famoso raide hípico (...).

É na consecução do seu programa de constante aperfeiçoamento que vamos (...) ampliar o seu número de páginas de 32 para 40, de maneira a poder dar um maior desenvolvimento à parte literária sem prejuízo da (...) reportagem fotográfica, que passará a abranger também o acontecimento brasileiro (...). A *Ilustração Portuguesa* pretende (...) tornar-se o órgão oficioso de uma aproximação entre a mentalidade dos dois países (...). (*Ilustração Portuguesa*, n.º 125, 13 de julho de 1908, pp. 41-51)

Excluindo-se os termos encomiásticos em que a revista é descrita, o texto anterior dá algumas pistas para se entender o papel da *Ilustração Portuguesa* na sociedade lusa na alvorecida do século XX.

1. A *Ilustração Portuguesa* assumia-se como *magazine* e como *revista*: uma revista *magazine*, portanto.
2. O êxito da *Ilustração Portuguesa* foi, para muitos, surpreendente. A procura superava a tiragem da revista (24400 exemplares em 1908, entre os quais 12 mil assinantes). A *Ilustração Portuguesa* provou que uma revista ilustrada de atualidades portuguesa podia cativar um importante segmento do público, constituído, muito provavelmente, por burgueses, comerciantes, assalariados e mesmo operários alfabetizados ou semialfabetizados (Murray, 2009).
3. Só uma empresa jornalística sólida, como era a empresa do jornal *O Século*, podia garantir os recursos materiais, financeiros e humanos (cerca de cem pessoas, conforme é referido no artigo) que exigia a publicação de uma revista com as características da *Ilustração Portuguesa*.
4. A organização e divisão do trabalho na *Ilustração Portuguesa* era lógica e sequencial, própria de uma grande empresa. Longe iam os tempos da produção quase artesanal, os tempos em que uma publicação podia viver quase unicamente do seu editor. Na *Ilustração Portuguesa* havia planificação, pesquisa e recurso a serviços externos, nomeadamente para fornecimento semanal das fotografias evocativas e reportativas dos principais acontecimentos da atualidade.
5. Três máximas orientavam a produção discursiva na revista: variedade, novidade, atualidade.
6. Apesar do seu ar de modernidade, a revista não se desvinculou das tendências anteriores do design. Por similitude com a pintura (os quadros eram expostos em molduras), o design implicava, por exemplo, o embelezamento gráfico das orlas das páginas e das orlas das fotografias. No entanto, o design ancorava-se nas imagens: primeiro calculava-se “quantas páginas” exigia “a reportagem fotográfica dos acontecimentos da semana”.
7. A revista tinha um foto-repórter dedicado [Joshua Benoliel] que, por semana, produzia cerca de 180 fotografias para a publicação, de formato 9x12, o que correspondia a perto de 8640 chapas fotográficas anuais.
8. Como outras publicações antes dela, também a *Ilustração Portuguesa* queria conquistar o público brasileiro.

Ao tempo da Grande Guerra (1914-1918), a *Ilustração Portuguesa* atingiu a sua máxima tiragem: mais de 25 mil exemplares. Paradoxalmente, o aumento da tiragem foi visto com preocupação. No número de 2 de maio de 1917, explicava-se que o papel estava quatro vezes mais caro e que o zinco para a fotogravura estava seis vezes mais caro, pelo que o aumento

das tiragens que a *Ilustração Portuguesa* registava não era motivo de celebração. A tiragem máxima foi, então, fixada em 25800 exemplares (p. 274). Aliás, durante o conflito, a *Ilustração Portuguesa* foi obrigada a recorrer a papel de menor qualidade e a reduzir o número de páginas, dando, a 10 de abril de 1916, a seguinte justificação aos leitores: “Como a todos os jornais (...) chegou à *Ilustração Portuguesa* (...) a crise do papel e do zinco (...). O primeiro custa cerca de três vezes mais caro e o segundo mais de quatro vezes!”. Por isso, “A *Ilustração* mantém o seu preço, mas [terá] (...) umas páginas menos” (p. 466). Diga-se, ainda, que entre 1916 e 1921 *O Século Cómico* publicou-se conjuntamente com a *Ilustração Portuguesa*.

Pode transmitir-se uma ideia mais dos conteúdos veiculados pela *Ilustração Portuguesa* analisando-se alguns dos seus números.

No primeiro, de 9 de novembro de 1903, ao longo das suas 16 páginas (capa incluída), a *Ilustração Portuguesa* incluía os seguintes conteúdos: na capa, a notícia gráfica da visita da rainha a um sanatório; depois, o espaço habitual da “Crónica” de atualidade, reservada, neste caso, para a justificação do lançamento da revista, entrecruzada com fotografias de outros assuntos; notícias gráficas sobre as exéquias por alma do rei D. Luís I, um jogo de ténis no qual participou o rei, a inauguração de uma exposição de crisântemos, uma regata e a visita do príncipe Hohenlohe à Madeira para estudo da construção de um sanatório (fotorreportagem); um retrato de dupla página do rei D. Carlos; uma peça sobre a casa do ator Augusto Rosa; a notícia gráfica da nova vereação de Lisboa (com retratos); notícia gráfica da partida do rei de Itália de Paris; o primeiro capítulo do romance *Os Novos Peregrinos*, de Mark Twain; e a “Crónica mundana”, ornada de vários retratos de corpo inteiro ou em planos médio e próximo; e ainda duas fotografias de Quelimane, motivo gráfico continuado da “Crónica” da atualidade. Nesse número, a imagem — ainda que sob a forma de desenho fotogravado e não de fotografia — superiorizava-se nitidamente à palavra escrita. Eis, pois, a grande novidade: a *Ilustração Portuguesa* era uma revista para ser vista tanto quanto era para ser lida.

O último número da primeira série, datado de 12 de fevereiro de 1906, traz na capa uma reprodução de uma escultura. A “Crónica” de Rocha Martins, com que, depois da página de anúncios, abre o miolo da revista, é dedicada a um acidente num circo. Curiosamente, entre-meando o texto surgem fotografias da Guarda Municipal de Lisboa em pequeno uniforme, em grande uniforme e em uniforme de trabalho. Um sinal de que fotografia e texto sobre temas diferenciados ainda podiam comungar do mesmo espaço gráfico. Seguem-se uma montagem de várias fotos de retrato de comandantes da Guarda Municipal, em diferentes formatos; uma fotorreportagem sobre uma caçada em Valongo; uma fotografia da cena final de um ato de uma peça de teatro; uma fotorreportagem sobre a Guarda Municipal de Lisboa e o quartel do Carmo; uma fotorreportagem sobre um jogo de futebol; uma fotografia de Lisboa, vista do castelo de São Jorge, que preenchia as duas páginas centrais; um conjunto de fotografias sobre a Índia Portuguesa; uma fotorreportagem com o juramento de bandeira na Escola do Exército; avisos sobre a chegada da segunda série da revista a 26 de fevereiro de 1906; o

capítulo final de um folhetim sobre “o perigo chinês” (um tema muito em voga na transição do século XIX para o XX) e uma crónica de moda, embora encimada por uma fotografia de um grupo de ciganos.

Já o primeiro número, não datado (e que se supõe ser de 26 de fevereiro de 1906), da segunda série, trazia os seguintes conteúdos: uma capa com uma ilustração artística; um desenho alusivo ao projeto para o carro carnavalesco da *Ilustração Portuguesa*; um poema alusivo à máscara de carnaval, ilustrado com desenho; uma fotografia de um carro carnavalesco do cortejo do clube dos Fenianos, no Porto; uma reportagem, ilustrada com algumas fotografias, sobre os guarda-roupas para teatro existentes em Lisboa; uma matéria sobre o Carnaval, ilustrada com fotografias e desenhos fotogravados; uma reportagem, ilustrada com fotografias, sobre a confeção de cabeleiras; uma peça sobre os 50 anos de vida literária e académica de Teófilo Braga, ilustrada com fotografias; uma peça sobre a atriz de teatro Lucília Simões, ilustrada com fotografias; uma fotorreportagem sobre os preparativos para o cortejo de Carnaval do clube dos Fenianos, dando sequência a um tema já abordado no mesmo número; e publicidade.

O número 947º da revista, datado de 12 de abril de 1924, assinala, na prática, o fim da *Ilustração Portuguesa*. O grupo do jornal *O Século* manteria o título até 1980, mas o seu novo projeto de revista ilustrada somente seria materializado com o aparecimento de *O Século Ilustrado*, em 1938. Nesse número, a *Ilustração Portuguesa* incluía: uma capa alusiva à morte de Cristo (celebrava-se a Páscoa); uma página de anúncios publicitários; uma crónica desportiva, inteiramente dedicada a um jogo de futebol, ilustrada com uma pequena fotografia de duas senhoras a praticarem desporto (portanto, o conteúdo da foto não correspondia, sequer, ao conteúdo da crónica); poemas, com pequenas ilustrações a emoldurarem o título; uma crónica feminina sobre assuntos domésticos, ilustrada com um pequeno desenho de uma senhora a bordar e um esquema sobre a decoração de uma casa de campo; uma página de humor gráfico; a partitura de uma música; um conto, ilustrado com desenhos; uma fotorreportagem sobre as cerimónias evocativas da batalha de la Lys; fotonotícias de acontecimentos sociais; uma fotorreportagem sobre a partida para o raide aéreo Lisboa-Macau, iniciado a 2 de abril; mais um poema; uma reportagem ilustrada com reproduções de quadros sobre uma exposição de aquarelas do pintor Alberto Sousa; uma fotorreportagem sobre as cheias no Ribatejo e no Douro; uma secção de fotonotícias diversas, encabeçada por uma fotonotícia sobre a nomeação de um novo embaixador de Portugal em França; uma fotorreportagem sobre a inauguração de uma exposição na Sociedade Nacional de Belas-Artes; mais fotonotícias sobre acontecimentos sociais; uma crónica de cinema, ilustrada com fotografias alusivas aos protagonistas de um novo filme francês; novamente, fotonotícias, incluindo necrologia; uma crónica de teatro; uma evocação de acontecimentos do passado, ilustrada com desenhos fotogravados; uma fotorreportagem sobre a visita de uma esquadra britânica a Lisboa; uma crónica de moda, ilustrada com fotografias; uma crónica literária, com recensões dos livros enviados à *Ilustração Portuguesa*; humor gráfico infantil; uma página de entretenimento; e anúncios publicitários.

Uma conclusão geral sobre os conteúdos é a de que a primeira série da *Ilustração Portuguesa* foi bastante mais “gráfica” e “visual” do que a segunda, no sentido de que a imagem (nem sempre a fotografia — podia ser o desenho fotogravado), na primeira série, é mais impactante, mesmo no que toca à dimensão, do que o texto escrito. Na segunda série, o texto verbal assumiu bastante relevo na revista, opção que, aliada à diminuição da dimensão das páginas, prejudicou a informação iconográfica. Portanto, na segunda série, a *Ilustração Portuguesa*, curiosamente, aproximou-se mais, nos conteúdos, das revistas que a precederam, tornando-se relevante, por exemplo, a dimensão literária. Em compensação, as capas vibrantes, muitas delas coloridas, algumas artísticas, outras mais informativas, com ilustrações, desenhos e fotografias, tornaram, na segunda série, a revista mais impactante a um primeiro olhar. De qualquer modo, avaliadas ambas as séries, pode afirmar-se que a *Ilustração Portuguesa* é um repositório documental da ascensão da fotografia a meio dileto da informação visual e âncora do design das revistas.

Uma outra conclusão poderá deduzir-se do folheio da revista. A partir do final da segunda década do século XX, em particular durante e depois da direção de António Ferro (1921/1922), a *Ilustração Portuguesa* desenvolveu o seu cunho literário e artístico, por vezes em detrimento da sua vertente mais jornalística, relacionada com cobertura generalista e gráfica da atualidade nacional e internacional. Interessantemente, no início dos anos vinte, como tentativa de sintonizar a revista com os gostos e interesses maioritários do público, a *Ilustração Portuguesa* atribuiu uma importância crescente ao desporto, em especial ao futebol.

Foram autores regulares de textos publicados pela revista, que também se destacou pela qualidade textual e até literária, entre outros: Alberto Braga, Augusto Fuschini, Bernardo Jacome, João Correia dos Santos, Rocha Martins e Santos Tavares, na primeira série; e, na segunda série, entre outros, Rocha Martins, Alfredo Mesquita, Celestino Soares, Eugénio dos Santos, Mello de Matos, Júlio Dantas, Acácio de Paiva, Albino Forjaz de Sampaio (foi diretor da revista), António Maria de Freitas (também foi diretor da revista), Alfredo Mesquita, António Sardinha, Aníbal Soares, Aquilino Ribeiro, Bulhão Pato, Câmara Reis, Carlos Malheiro Dias (foi diretor da revista), Eugénio de Castro, Jaime Cortesão, João de Barros, João Grave, Manuel da Silva Gaio, Mário de Almeida, Norberto de Araújo, Sousa e Costa, Teófilo Braga, Vieira da Costa, e, entre as mulheres, Amélia Cardia, Berta Leite, Branca Gonta Colaço, Fernanda de Castro, Helena de Aragão, Maria de Carvalho, Mercedes Blasco, Maria O’Neil e Virgínia Vitorino.

Na *Ilustração Portuguesa* distinguiram-se, ainda, desenhadores (não necessariamente na reportagem desenhada — também na ilustração artística) como Alberto Sousa Cândido, Carlos Pereira (1879-1960) e Jorge Colaço (1868-1942), aos quais se somaram, na segunda série, nomes grandes das artes portuguesas, como Almada Negreiros (1893-1970) e Stuart Carvalhais, acompanhados por Apeles Espanca (1897-1927), Bernardo Marques (1899-1962), Manuel Gustavo Bordalo Pinheiro (1867-1920), Rocha Vieira (1883-1947) e Jorge Barradas (1894-1971). Distinguiram-se, também, na *Ilustração Portuguesa* fotógrafos como Joshua Benoliel, introdutor do fotojornalismo profissional em Portugal; Arnaldo Garcês, um *freelance*

que acabaria por ser contratado pelo governo para, integrado nas Forças Armadas, cobrir o treino e a atuação do Corpo Expedicionário Português que combateu na I Guerra Mundial; Augusto Bobone, fotógrafo da Casa Real; Aurélio da Paz dos Reis, que, além de fotógrafo, era cineasta tendo realizado e projetado os primeiros filmes em Portugal; Alberto Carlos Lima; Anselmo Franco; António Novaes; e José Artur Leitão Bárcia.

Pode, finalmente, afirmar-se que a publicação que melhor corporizou, em Portugal, no primeiro quartel do século XX, o conceito de *revista ilustrada de informação geral* foi a *Ilustração Portuguesa*, por possuir, já ao tempo, as seguintes características:

1. Apresentava-se como revista generalista e leve, abrangendo um amplo leque de assuntos de interesse universal, incluindo várias amenidades (poesia, artigos sobre mundanidades e moda, crónicas, etc.).
2. Dirigia-se a um público vasto e heterogéneo, incluindo aos que, não sabendo ler, podiam ver.
3. Tinha uma feição noticiosa, evidenciando o propósito de difundir novas informações e perspetivas sobre acontecimentos da atualidade.
4. Colava-se à atualidade quente nacional e internacional, reportando vários acontecimentos da semana anterior à data de publicação (era semanal).
5. Era ilustrada com desenhos e com fotografias referentes aos acontecimentos de atualidade que reportava, reservando, por vezes, à iconografia, 50 a 75% da mancha gráfica.
6. Teve um impacto público superior a qualquer outra revista portuguesa coeva.

Conclusões

As revistas dissociaram-se dos jornais essencialmente pela adoção do *artigo* para *passar em revista* uma multiplicidade de assuntos. Embora se tenha cingido este texto à apresentação cronológica das principais revistas⁵² de informação geral, em circulação e impacto, surgidas durante a Monarquia, podem extrair-se deste relato cronológico algumas conclusões:

52 Relembre-se que o estudo diz respeito a revistas que possam ser consideradas como sendo de *informação geral* e tenham tido longevidade e circulação suficientes para poderem ser consideradas relevantes para a construção de uma história destas publicações. Não se englobaram no relato revistas que, apesar de existentes, não puderam ser consultadas, nem publicações doutrinárias, confessionais, cómicas e satíricas, especializadas, de âmbito regional, meros suplementos de jornais e similares. De relembrar, também, que algumas coleções de revistas referidas ao longo do trabalho estão incompletas ou têm números inacessíveis.

1. Para explicar o surgimento e expansão das revistas em Portugal é necessário olhar para vários fatores, tais como:

a) A *ação pessoal* de alguns indivíduos empreendedores, que, como editores, editores-redatores, ou simples promotores, estimularam o surgimento e expansão das revistas no país.

b) Os *modelos estrangeiros*, já que é notória a influência estrangeira nas revistas editadas em Portugal. Os modelos de revistas editadas em Portugal nos séculos XVIII e XIX e mesmo na alvorada do século XX são as publicações estrangeiras, das quais, inclusivamente, se traduziam e publicavam conteúdos, sem consideração pela identificação da origem. Registe-se, no entanto, que a *atualidade* teve mais dificuldades de se implementar e impor entre os conteúdos das revistas em Portugal do que nos países que lideravam a imprensa ao tempo — casos da Inglaterra, França e Estados Unidos. Por muito tempo, as revistas assentaram a sua linha editorial na cultura, no entretenimento e na promoção do conhecimento, sobretudo desde um viés *utilitário*.

c) As *condições socioeconómicas*, quer para empreendimentos editoriais, quer para a outorga de poder aquisitivo a um conjunto crescente de pessoas, desde a pequena burguesia ao operariado. Nesse âmbito, podem destacar-se as *condições mercadológicas*, já que as revistas, dado o seu alinhamento prioritário com a cultura geral e com o entretenimento, propunham ao público *conteúdos alternativos* que se afastavam da polémica política protagonizada pelos jornais políticos e do noticiário diário da imprensa noticiosa industrial, que se desenvolveu em Portugal, sobretudo, após o surgimento do *Diário de Notícias*, em 1864.

d) As *tecnologias de impressão*, que permitiram, nomeadamente, na maioria das revistas, a publicação de imagens associadas aos textos verbais.

e) O surgimento e expansão de um *público* para as revistas, transversal à sociedade, constituído por um conjunto de indivíduos alfabetizados (a alfabetização ia, gradualmente, aumentando) que queriam adquirir, lendo revistas, principalmente, *capital cultural*, e que tinham *poder aquisitivo* para comprarem, regularmente, estas publicações, para si e suas famílias. Algumas sociedades benfeitoras, como a famosa Sociedade Madrépora, contribuíram para a expansão desse público, ao distribuir gratuitamente as revistas por várias escolas.

f) A *liberdade formal de imprensa* do qual, grosso modo, apesar das ameaças e constrangimentos, o país beneficiou entre 1820 e 1823 e entre 1836 e 1926.

2. As revistas foram-se sofisticando ao longo do tempo. De projetos artesanais de indivíduos isolados, frequentemente fracassados, que solicitavam, muitas vezes, a colaboração altruísta do público pelo envio de textos e imagens, tornaram-se projetos editoriais que exigiam uma infraestrutura empresarial e profissionalizada e implicavam investimentos avultados, somente ao alcance de indivíduos endinheirados, sozinhos ou em grupo, e de empresas já constituídas — principalmente do setor mediático. No discurso, as revistas evoluíram do enciclopedismo, da cultura e literatura, da promoção geral do conhecimento e do entretenimento para a cobertura da atualidade, numa ótica de *informação geral*.
3. As revistas de informação geral foram incorporando as imagens como dispositivos informativos que acabaram por se tornar identitários nessas publicações. A iconografia foi primeiro usada nas revistas antes de o ser nos jornais e foram também as revistas a adotar, em primeiro lugar, as inovações nesta matéria, como a reprodução direta de fotografias.
4. Inversamente ao que ocorreu com a maioria dos jornais portugueses do século XIX, as revistas raramente se envolveram em polémicas de cariz político e partidário, reservando para si um papel de intervenção na formação cultural, de promoção do conhecimento e de entretenimento dos leitores.
5. As revistas foram concebidas para serem lidas por todos os alfabetizados e não quase somente pelo público masculino adulto que comprava e lia jornais, nomeadamente jornais políticos.
6. Houve uma certa dificuldade em encarar as revistas como revistas. Muitas apelidavam-se a si mesmo de jornais, havendo, notoriamente, uma certa dificuldade em distinguir ambos os géneros. Mas desde 1838 que algumas dessas publicações começaram a validar, no próprio título, a designação *revista*, para se distinguirem dos jornais.
7. As revistas foram centrais para o desenvolvimento da imprensa jornalística portuguesa ao longo do século XIX e no início do século XX, já que, genericamente, (a) contribuíram para a solidificação do modelo revista, que daria origem à *newsmagazine*, e (b) abriram o jornalismo português a novos géneros e formatos informativos (noticiosos ou documentais), alguns deles ancorados na imagem. Especificamente, as revistas ilustradas — uma maioria — foram importantes para a difusão da imagem como dispositivo de informação no jornalismo português.

Bibliografia

- Bacot, J.-P. (2005). *La presse illustrée au XIXe siècle. Une histoire oubliée*. Presses Universitaires de Limoges.
- Baptista, J. (1977). *Alexandre Herculano: jornalista*. Bertrand.
- Bonifácio, M. de F. (1993). O abençoado retorno da velha história. *Análise Social*, XXVIII(122), 623-630.
- Buescu, H. C. (coord.). (1997). *Dicionário do romantismo literário português*. Caminho.
- Cádima, F. R. (2002). *História e Crítica da Comunicação*. Edições Século XXI.
- Correia, R. Fichas históricas de *Branco e Negro: Semanário Ilustrado* (2012); *O Branco e o Negro. Revista Semanal Ilustrada para Portugal e Brasil* (2012); *Brasil-Portugal* (2009); *O Domingo Ilustrado* (2007); *Ilustração* (2009); *A Ilustração Luso-Brasileira: Jornal Universal* (2008); *Ilustração Portuguesa* (2009); *A Ilustração Portuguesa: Semanário: Revista Literária e Artística* (2012); *Jornal do Domingo: Revista Universal* (2007); *O Ocidente* (2008, atualizada em 2012); *O Panorama* (2012); *Serões* (2012); *Revista Universal Lisbonense* (2006). <http://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/index.htm>.
- Costa, F. (2004). Os antecedentes da *Ilustração Portuguesa*, in F. Costa & M. C. Serén (Eds.), *Ilustração Portuguesa* (pp. 6-48). Centro Português de Fotografia/Ministério da Cultura.
- Cunha, A. (1941). *Elementos para a história da imprensa periódica portuguesa* (1641-1821). Academia das Ciências de Lisboa.
- Dias, E. J. G. (2017). *Representações da Idade Média na imprensa periódica portuguesa entre a Restauração e a Revolução Liberal*. Caleidoscópio.
- Esteves, R. (s/d). Ficha histórica de *Arquivo Pitoresco: Semanário Ilustrado*. <http://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/FichasHistoricas/ArquivoPitoresco.pdf>.
- Henriques, L. N. P. (2015). *Ilustração: imagem da Modernidade em Portugal*. [Tese de doutoramento. Universidade de Barcelona]. <http://hdl.handle.net/2445/66422>
- Leitão, J. A. (2011). *Ilustração fotográfica: a fotografia e a revista Ilustração Portuguesa* (1903-1924). <http://imagensdarepublica.ipt.pt/wp-content/uploads/2011/05/Ilustracao-C3%A7C3%A3o-Fotogr%C3%A1fica1.pdf>.
- Mesquita, J. C. V. e C. (1997). *A Ilustração nas Publicações Periódicas Portuguesas* (1820-1850). [Dissertação de mestrado. Universidade do Porto.] <http://hdl.handle.net/10216/19448>.
- Müller, F. S. (2011). Lorjô Tavares, esse ilustre desconhecido de *Brasil-Portugal* (1899-1914). *Todas as Letras*, 13(2), 44-54.
- Oliveira Marques, A. H. (2006). *Breve História de Portugal*. Presença.
- Pinheiro, N. A. (2006). *O teatro da sociedade. Fotografia e distinção social*. CEHCP.
- Proença, C. & Manique, A. P. (1990). *Ilustração Portuguesa*. Alfa.
- Ramalheira, A. M. P. (1994). Imagens da Alemanha em “*O Ocidente — Revista Ilustrada de Portugal e do Estrangeiro*” (1878-1915). *Biblos*, LXX, 389-448.
- Ramos, R. (coord.), Sousa, B. V. & Monteiro, N. G. (2009). *História de Portugal*. A Esfera dos Livros.
- Rau, F. (1965). *Reportagem gráfica no século XIX*. Editora Gráfica Portuguesa.
- Ribeiro, A. M. (2014). *O museu de imagens na imprensa do Romantismo. Património arquitetónico e artístico nas ilustrações e textos do Arquivo Pitoresco* (1857-1868). Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Ribeiro, J. R. & Bento, A. C. (2004). *Imagens da Península da Arrábida no século XIX: O Panorama* (1837-1868) e *Arquivo Pitoresco* (1857-1868). LASA — Liga dos Amigos de Setúbal e Azeitão.
- Rocha Martins (1933). *Arquivo Gráfico da Vida Portuguesa* 1903-1918. Bertrand.
- Rocha Martins (1942). *Pequena história da imprensa portuguesa*. Inquérito.
- Sant’Anna, B. de C. L. (2007). *Ilustração Brasileira* (1854-1855) e *a Ilustração Luso-Brasileira* (1856, 1858, 1859): uma contribuição para o estudo da imprensa literária em língua portuguesa. [Tese de doutoramento. Universidade de São Paulo]. http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8156/tde-02102007-141548/publico/TESE_BENEDITA_C_LIMA_SANTANNA_VOL_I.pdf.
- Santos, A. (2009). *Ocidente, imagens e representações da Europa*. [Dissertação de mestrado. Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra]. https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/13384/1/Tese_mestrado_Alda%20Santos.pdf.
- Sena, A. (1991). *Uma história de fotografia*. Imprensa Nacional-Casa da Moeda.
- Sena, A. (1998). *História da imagem fotográfica em Portugal, 1839-1997*. Porto Editora.
- Serén, M. C. (2004). *Ilustração Portuguesa*, in F. Costa & M. C. Serén (Eds.), *Ilustração Portuguesa* (pp. 68-119). Centro Português de Fotografia/Ministério da Cultura.
- Silva, J. L. R. O. (2014). *O Panorama. Jornalismo e ilustração em Portugal na 1ª metade do século XIX*. Livros LabCom/Universidade da Beira Interior.
- Soares, E. (1941). *História da gravura artística em Portugal. Os artistas e as suas obras*. Livraria SamCarlos.
- Soares, E. (1951). *Evolução da gravura de madeira em Portugal: Séculos XV a XIX*. Câmara Municipal de Lisboa.
- Soares, E., Carneiro, P. D., Santos, P. M., Meireles, C. & Rosas, L. (1999). *As Belas-Artes do Romantismo em Portugal*. Instituto Português dos Museus/Ministério da Cultura.
- Sousa, J. P. (2013). *A Grande Guerra: uma crónica visual (parte I). Estudo do discurso em imagens da Ilustração Portuguesa* (1914-1918). Media XXI.
- Sousa, J. P. (2015a). *A Grande Guerra: uma crónica visual (parte II). Estudo do discurso iconográfico da Ilustração Portuguesa* (1914-1918). Media XXI.
- Sousa, J. P. (2015b). *O Espelho: Infopropaganda ilustrada britânica para Portugal e para o Brasil durante a I Guerra Mundial*, in J. P. Sousa (org.), *Balas de papel. A imprensa ilustrada e a Grande Guerra* (1914-1918). *Estudos sobre revistas de Portugal, Brasil e Espanha* (pp. 11-206). Media XXI.
- Sousa, J. P. (2015c). *Portugal na Guerra: infopropaganda ilustrada portuguesa na I Guerra Mundial*, in J. P. Sousa (org.), *Balas de papel. A imprensa ilustrada e a Grande Guerra* (1914-1918). *Estudos sobre revistas de Portugal, Brasil e Espanha* (pp. 207-316). Media XXI.
- Sousa, J. P. (2017a). *Veja! Nas Origens do Jornalismo Iconográfico em Portugal: Um Contributo para uma História das Revistas Ilustradas Portuguesas* (1835-1914). Media XXI.
- Sousa, J. P. (2017b). *A imprensa portuguesa durante a Monarquia: das origens a 1910*, in J. P. Sousa, J. P., H. Lima, H., A. Hohlfeldt & M. Barbosa (orgs.), *Uma História da Imprensa Lusófona. Portugal* (pp. 13-210). Media XXI.
- Tengarrinha, J. (1989). *História da Imprensa Periódica Portuguesa*. Caminho.
- Tengarrinha, J. (2006). *Imprensa e Opinião Pública em Portugal*. MinervaCoimbra.
- Tengarrinha, J. (2013). *Nova História da Imprensa Portuguesa. Das Origens a 1865*. Círculo de Leitores.

Capítulo II

As revistas na I República (1910-1926)

Magazines during the First Republic (1910-1926)

Celiana Azevedo

Instituto Politécnico de Setúbal,
NOVA — FCSH e ICNOVA —
Instituto de Comunicação da NOVA
celiana.azevedo@ese.ips.pt
ORCID ID: 0000-0002-1768-2525
CIÊNCIA ID: 0E10-C185-DB0A

Jorge Pedro Sousa

Universidade Fernando Pessoa
e ICNOVA — Instituto de Comunicação da NOVA
jpsousa@ufp.edu.pt
ORCID ID: 0000-0003-0814-6779
CIÊNCIA ID: 4110-C40A-9ACF

Resumo: Enquanto na Monarquia as revistas se sucederam num ritmo vertiginoso, na I República isso não aconteceu. Somente as revistas *ABC*, *Ilustração* e *Ilustração Portuguesa*, que já vinha da Monarquia, foram relevantes nesse período. A *Domingo Ilustrado*, uma publicação popular, durou, somente, três anos — mas abriu as portas à mais sofisticada *Notícias Ilustrado*. Várias revistas importantes do tempo da Monarquia desapareceram. A revista *Serões* terminou a publicação em 1911; a revista *Brasil-Portugal*, em 1914; e a revista *O Ocidente*, no ano seguinte. Uma revista generalista, para singrar numa sociedade cada vez mais industrializada e complexa, exigia meios vultuosos e uma capacidade editorial notável, orientada para seduzir um público cada vez mais vasto e interclassista por meio de palavras e imagens, particularmente de fotografias — muitas fotografias. O carácter quase artesanal e, em certos casos, elitista, de muitas das revistas da Monarquia não tinha forma de ser replicado no século XX. A influência da imprensa e, no caso, das revistas na sociedade portuguesa tornou-se particularmente evidente durante a I Guerra Mundial, período durante o qual o Governo português, na senda, aliás, do que fizeram outras potências beligerantes, tentou usar a imprensa para propaganda e chegou a criar revistas propagandísticas, como a *Portugal na Guerra*, que, ainda que publicada em Paris, chegava, também, a Portugal. Com a ela encerrar-se-á esta narrativa histórica sobre as grandes revistas generalistas portuguesas durante esse período tumultuoso da história de Portugal — a I República.

Palavras-chave: história da imprensa; história das revistas; Portugal; I República.

Abstract: While during the Monarchy magazines followed each other at a dizzying pace, in the First Republic this did not happen. Only the magazines *ABC*, *Ilustração* and *Ilustração Portuguesa* were relevant in this period. *Domingo Ilustrado*, a popular publication, lasted only three years, although open the doors to the important and sophisticated magazine *Notícias Ilustrado*. Several important magazines from the time of the Monarchy disappeared. The magazine *Serões* ended its publication in 1911; the magazine *Brasil-Portugal*, in 1914; and the magazine *O Ocidente*, in the following year. So, in order to succeed in an increasingly industrialized and complex society, a generalist magazine required enormous resources and a remarkable editorial capacity, to seduce an increasingly broad and inter-class audience through words and images, particularly photographs — lots of photographs. The almost artisanal and, in some cases, elitist character of many of the magazines of the monarchy had no way of being replicated in the 20th century. The influence of the press and, in this case, magazines, in Portuguese society became particularly evident during World War I, a period during which the Portuguese government, following the example of other belligerent powers, tried to use the press for propaganda and even created propaganda magazines, such as *Portugal na Guerra*, which, although published in Paris, also reached Portugal. With it, this historical narrative on the major Portuguese generalist magazines during that tumultuous period in Portugal's history — the First Republic — will come to a close.

Keywords: history of the press; history of magazines; Portugal; First Republic.

Introdução

A I República, período que vai de 5 de outubro de 1910 a 28 de maio de 1926, foi fértil em agitação política, por vezes violenta. Além disso, novas ideias — com repercussões políticas — expandiam-se em Portugal. A conjuntura refletiu-se na imprensa, setor sempre sensível à necessidade humana de informações e de expressão da opinião e das ideias, particularmente nas sociedades livres. Várias revistas confessionais, doutrinárias, filosóficas,

estético-literárias e outras foram, assim, publicadas no país durante esse período¹. O subsector das revistas cómicas e satíricas² também vivenciou tempos benévolos. Mas, tendo em conta as suas linhas editoriais, não cabem neste estudo, dedicado à história das revistas generalistas durante e I República, já que o propósito dessas publicações não era a *informação geral*, mas sim a persuasão, ou o estudo de determinadas doutrinas, ideias e tendências estéticas, ou ainda a literatura e as artes ou as ciências, ou mesmo a sátira política e social. Isso não significa que não tenham tido um papel de relevo na sociedade portuguesa, porque o tiveram (Seabra, 1996).

As principais revistas de *informação geral*³ surgidas no curto período de quase 16 anos da I República foram a *ABC — Revista Portuguesa* (1920-1931), *O Domingo Ilustrado* (1925-1927) e a *Ilustração* (1926-1939), que se juntaram, no mercado, à célebre *Ilustração Portuguesa* (1903-1924), à *Ocidente* (1878-1915), à *Brasil-Portugal* (1899-1914) e à *Serões* (1901-1911), que já vinham da Monarquia⁴. Em conjunto, essas revistas lançaram os alicerces para as futuras revistas ilustradas de informação geral de atualidades, como a revista de pendor modernista *Notícias Ilustrado* (1928-1935), sucessora do *Domingo Ilustrado*, e outras que, inclusivamente, acompanharam o século XX no país até aos anos setenta, casos, por exemplo, da *Flama*, de 1937 (1937 [1944]-1976), e, principalmente, de *O Século Ilustrado*, de 1938 (1938-1978), que, de algum modo, sucedeu à *Ilustração Portuguesa*. A *ABC* terá cessado a publicação porque os seus editores pretenderam lançar um diário.

Enquanto na Monarquia as revistas se sucederam quase em catadupa, na I República isso não aconteceu. Na verdade, considerando este segmento da imprensa, somente a *ABC*, a *Ilustração* e, particularmente, a *Ilustração Portuguesa* foram relevantes nesse período. A *Serões* sucumbiu logo em 1911; a *Brasil-Portugal*, em 1914; e *O Ocidente*, no ano seguinte.

1 Casos das revistas *A Águia* (Porto, 1910-1932), arauto do movimento da Renascença Portuguesa; a *Ilustração Católica* (Braga, 1913-1919), de informação e doutrina confessional, muito perseguida pelos republicanos, apesar de publicar muitas notícias; a *Nação Portuguesa* (Lisboa, 1914-1938), cultural, política e doutrinária, tal como a *Seara Nova* (Lisboa, 1921-1979), a *Alma Nova* (Faro e, depois, Lisboa, 1914-1929, com várias interrupções) e a *Presença* (Coimbra, 1927-1940); a *Biblos* (Coimbra, 1925 — ...), literária; a *Orpheu*, arauto do Modernismo (Lisboa, 1915); a *Contemporânea* (Lisboa, 1915 e 1922-1926), eclética e modernista; e outras, como a *Portugália* (Lisboa, 1925-26), a *Atlântida* (Lisboa, 1915-20), a *Renascença* (Lisboa, 1914), a *Galera* (Coimbra, 1914-1915), a *Rajada* (Coimbra, 1912), a *Pela Grei* (Lisboa, 1918-1919), *Homens Livres* (Lisboa, 1923), *Lusitânia* (Lisboa, 1924-1927), a *Vida Portuguesa* (Porto, 1912-1915), *Revista Portuguesa* (Lisboa, 1923), *Dionysios* (Coimbra-Porto, 1912-1928), *Limiana* (Viana do Castelo, 1912-1917), *Ícaro* (Lisboa, 1916), *Lusa* (Viana do Castelo e Porto, 1917-1924), *Bizâncio* (Coimbra, 1923-1924), *Arquivo Literário* (Lisboa, 1923-1928), *Gil Vicente* (Guimarães, 1925-...) e *Germinal* (Lisboa, 1916-1917). Realce, igualmente, para a importante revista de cultura católica *Brotéria*, que já vinha da Monarquia, tendo iniciado a sua publicação em 1902 e subsistindo até hoje.

2 Casos de *O Zé* (Lisboa, 1910-1919), *O Moscardo* (Lisboa, 1913), *A Choldra* (Lisboa, 1926), *Os Ridículos* (Lisboa, 1895-1963, que vinha da Monarquia), *O Thalasa* (Lisboa, 1913-1915), *O Papagaio Real* (Lisboa, 1914). etc. *O Século* tinha o seu *Suplemento Ilustrado*, depois reconvertido em *Suplemento Humorístico* (Lisboa, 1913-1921), e outras publicações.

3 Sublinhe-se que o objeto da investigação se circunscreve às revistas que podem ser consideradas de *informação geral* e, portanto, antepassadas das atuais *newsmagazines*. Revistas especializadas, confessionais, literárias, científicas e outras não integraram o estudo.

4 Cf. capítulo 1.

Várias razões poderão ser aduzidas para explicar a raridade da fundação de novas revistas durante a I República. Por um lado, a estrutura do mercado dos *media* tinha mudado. O grande público tinha-se habituado a revistas cada vez mais sofisticadas, em sintonia com o seu tempo, com um perfil editorial diversificado, ainda que centrado na informação, graficamente apelativas, nas quais a informação visual fosse prioritária. As revistas de informação geral, na I República, exigiam, pois, uma infraestrutura produtiva mais pesada e investimentos mais substanciais em recursos financeiros, técnicos e humanos do que as revistas surgidas no tempo da Monarquia.

Por outro lado, a instabilidade política da I República, as tentativas — por meios legais, mas também por atos violentos — de controlo da imprensa e a crise económica, agravada pela I Guerra Mundial (1914-1918), conflito no qual Portugal se viu indiretamente envolvido, em África e no Atlântico, logo que deflagrou, e diretamente envolvido, a partir de 1916, geraram um ambiente pouco propício ao investimento em novos projetos mediáticos. Aliás, a primeira revista a surgir na I República, a *ABC*, só foi lançada nas bancas em 1920, dez anos após a proclamação revolucionária da República e dois anos após o final da Grande Guerra; a segunda, *O Domingo Ilustrado*, lançada em 1925, acompanhou a queda da I República. Seguiu-se-lhe a *Ilustração*, datada uns meros meses antes da imposição, igualmente revolucionária, da Ditadura, que abriria caminho ao Estado Novo.

Observando-se o quadro 1, pode dizer-se que, na I República, o mercado editorial das revistas continuou concentrado em Lisboa, mesmo que, a partir da capital, essas publicações tivessem distribuição nacional. Os seus preços, quando comparados com os das revistas da Monarquia, parecem elevados, mas, na verdade, corrigidos pelo valor da inflação, não destoam. Além disso, nota-se que tanto a *ABC* como a *Domingo Ilustrado* e a *Ilustração* apresentavam dimensões generosas, superiores àquelas que hoje são comuns nas *newsmagazines*, mas em linha com as revistas ilustradas de informação geral do final da Monarquia⁵. O número de páginas aumentou na *ABC* e na *Ilustração*, pois uma revista do século XX já não podia apresentar-se ao público com um número modesto de páginas. Sem surpresas, a fotografia afirmava-se como suporte preferido para a informação visual, especialmente na *ABC* e na *Ilustração*. *O Domingo Ilustrado*, por sua vez, apresentou-se ao público com características de destoavam das novas tendências. Possuía poucas páginas (12), onde predominava a gravura sobre a fotografia. Esses foram, provavelmente, alguns dos motivos que levaram à sua extinção após três anos de publicação, para dar lugar à mais sofisticada *Notícias Ilustrado*, já depois do fim da I República.

5 Cf. capítulo 1.

Quadro 1

Principais revistas portuguesas de informação geral cuja publicação se iniciou em na I República.

Título	Anos de publicação	Local de edição	Preço (inicial)		Dimensões (cm)/área da página (cm²)	Páginas	Periodicidade	Forma dominante de ilustração
			Exemplar	Assinatura anual				
ABC — Revista Portuguesa	1920-1931	Lisboa	300 [\$0,30]	12000 [12\$000]	21,5x30,5 656	33	Semanal	Fotografia
Promotores: Rocha Martins, Mimon Anahori e Oliveira Abrantes (secretário de redação).								
<i>Domingo Ilustrado</i>	1925-1927	Lisboa	1000 [1\$00]	48000 [48\$00]	30x37,5 1125	12	Semanal	Gravura
Promotores: Leitão de Barros e Martins Barata (diretores) e Eduardo Gomes (diretor gerente). Pertencia à empresa O Domingo Ilustrado.								
<i>Ilustração</i>	1926-1939	Lisboa	4000 [4\$00]	84000 [84\$00]	24x33,5 804	40	Quinzenal	Fotografia
Promotores: Editora Aillaud/Bertrand, do antigo jornalista Artur Brandão; João da Cunha Eça (fundador e primeiro diretor, até 1928); João de Sousa Fonseca (diretor de 1928 a 1931); Empresa Nacional de Publicidade — Diário de Notícias (1931 em diante); António Ferro (diretor durante quatro números, em 1931); e Arthur Brandão (diretor após 1931 até ao final da vida da revista). Rocha Martins (1942, p. 112), coevo da publicação, diz que a revista também foi dirigida pelo jornalista Gomes Monteiro.								

Fonte: elaboração própria.

Nota: excluem-se as revistas iniciadas na Monarquia, como a *Ilustração Portuguesa*.

2.1. ABC — Revista Portuguesa

A primeira revista ilustrada de informação geral da I República, a *ABC — Revista Portuguesa*, foi fundada por Mimon Anahori e Rocha Martins e teve a publicação do seu primeiro número em 15 de julho de 1920 e o último à data de 24 de setembro de 1931. Após 1931, ainda foram publicados vários números para garantia de título, sendo que o último surgiu em março de 1940. No âmbito da ABC lançaram-se mais duas revistas, a *ABC-zinho*, uma revista infanto-juvenil publicada, em Lisboa, entre outubro de 1921 e setembro de 1932, e a revista semanal de atualidades com característica satírica-humorística, *ABC a Rir*.

Assim, *ABC — Revista Portuguesa* surge como uma revista da I República, de periodicidade semanal, com 33 páginas, escrita, maioritariamente, em duas colunas, que saía à quinta-feira (trazia na sua capa interna “As quintas feiras leituras ilustradas para todos — *Revista Portuguesa*”), impressa em preto-e-branco, porém com capa e contracapa coloridas. A sede da redação, escritórios e oficinas localizavam-se na rua do Alecrim, 65, Casa das Máquinas, 72 e rua Atalaia, 74, em Lisboa, respetivamente. No lançamento da ABC, Fausto Villar figurava como editor e Rocha Martins como diretor da revista.

Francisco José da Rocha Martins nasceu em Lisboa (1879 - 1952), foi jornalista, historiador, escritor, ativista político e foi cofundador da revista ABC. Esteve também envolvido na origem do projeto da *Ilustração Portuguesa*⁶ e é considerado um dos responsáveis por dar

6 Ele próprio o afirma na sua *Pequena História da Imprensa Portuguesa* (cf. capítulo 1).

grande espaço ao fotojornalismo de quotidiano. Era um monárquico liberal e fiel ao rei deposto D. Manuel II, mesmo depois da implantação da República Portuguesa. Inicialmente, foi entusiasta e colaborador com a Ditadura Nacional desempenhando função de assessor de imprensa do ministro Henrique Linhares de Lima. Contudo, possuía uma posição contrária a Salazar e deixou-a claro ao escrever artigos críticos ao regime, nomeadamente, no jornal *A República* quando clamava: “Fala o Rocha, o Salazar está à brocha”⁷.

O apoio à Ditadura Nacional, como veremos mais à frente, figurou, de maneira explícita, nas páginas da *ABC*, assim como um pesar pelo fim da Monarquia. Como exemplo, Rocha Martins comentou trechos do seu recém-lançado livro *D. Manuel II, História do seu Reinado e da Implantação da República* nas páginas da revista, em junho de 1931, muito próximo da sua extinção e quando já há muito a *ABC* passava pela censura.

D. Carlos caído, com seu filho, num lago de sangue, a redimir, era para a minha alma, que sempre continuou romântica, como o símbolo da injustiça. Aquela cilada feria-me; aquele rei abatido na praça pública, aquele príncipe sacrificado junto de seu pai, agouravam-me mal do futuro de um regime alicerçado em tais caboucos: o sangue e a alma da rua. Depois vivi os dois anos do reinado de D. Manuel II, fui como uma sombra impotente, vagueando entre batalhas e ruínas sem conhecimento dos reis, distanciados de mim nos seus paços; pobre jornalista sem nome, no âmbito dos políticos estranhos de audácia e de ambição; liberal caído no refter das paixões em que da liberdade se falava para melhor a conspurcar. Tudo isso, me lembrou, ao cabo de vinte anos; e, desapaixonado, sereno, crítico de mim próprio e dos outros, quis de alma lavada e de pena límpida, nas intenções, descrever como foi possível, em horas, derrubar um regime de oito séculos (*ABC*, 18 de junho de 1931, p. 1).

Enquanto a revista teve outros editores, Rocha Martins permaneceu na *ABC* como diretor-fundador até à publicação deixar de existir, inclusivamente, exercendo uma participação muito ativa na produção de peças. É ele quem, a partir de 2 de abril de 1931, assina, os textos de página inteira da secção “A Abrir”, na primeira página da revista, onde abordava assuntos diversos que iam desde factos históricos a reflexões sobre experiências pessoais.

A nível gráfico, a revista *ABC* distinguiu-se pelas capas coloridas, quase sempre compostas por uma ilustração ou fotografia e um título. As ilustrações traziam sempre a assinatura dos seus autores, alguns dos melhores artistas gráficos modernistas portugueses, como Stuart Carvalhais (que também colaborou com outras publicações, como a *Ilustração Portuguesa* e a *Ilustração*) e, principalmente, Jorge Barradas e Emérico Nunes. O *layout* variava, tal como o logótipo, de número para número. O *design* interno da revista ancorava-se em duas

⁷ <http://maltez.info/biografia/martins%20rocha.pdf>

ou três colunas, rompidas pelas imagens e arranjos gráficos, o que daria impressão de vigor e atualidade. As suas páginas eram repletas de fotografias e outros tipos de iconografia e eram compostas, inicialmente, a preto-e-branco, até porque uma solução colorida seria tecnológica e financeiramente inviável, em 1920. Somente a partir de agosto de 1930 a revista passou a ter cor em algumas páginas interiores, porém monocromáticas. A revista era publicada em papel couché e na data de seu lançamento custava 30 centavos. O preço por exemplar passou para 50 centavos em junho 1921, 1 escudo em outubro de 1922 e 1\$50 escudos em junho de 1924, permanecendo com este preço até a sua extinção.

Como já referimos, o número 1 da revista *ABC* tem a data do dia 15 de julho de 1920, mas este foi antecedido por um “número 0” ou “*specimen* grátis”, como a própria revista o autointitulou, distribuído gratuitamente ao público. Apesar de não termos identificado a sua data, a mais provável será o dia 8 de julho de 1920.

No seu número 1, a revista trazia uma nota com informações sobre a tiragem da edição gratuita, de que forma ela foi distribuída e quais eram os objetivos a serem alcançados junto ao público. Portanto, a revista *ABC* fazia a sua primeira campanha publicitária de autopromoção com a finalidade de apresentar-se e conquistar os portugueses, impulsionando as vendas de exemplares e assinaturas e, ao que consta, teria atingido esta meta, sendo desde o início um sucesso.

Imprimimos 93.714 exemplares, *specimens*, que foram distribuídos gratuitamente por pessoas de todas as classes sociais. Cada exemplar levou incluído um impresso-postal em que pedíamos que nos devolvessem a parte do boletim com uma resposta, se sim ou não os destinatários desejavam assinar o *ABC*. O êxito do *ABC* (revista portuguesa) foi muito além do que podíamos esperar, excedeu todos os cálculos, ultrapassou a melhor expectativa. Apesar de estarmos preparados, com oficinas próprias instaladas com todos os aperfeiçoamentos modernos e de termos stocks de papel que nos permitem atender os pedidos de assinaturas e vendedores, precisamos para contemplar o êxito já obtido, de organizar metodicamente todos os nossos serviços administrativos” (*ABC*, 15 de julho de 1920).

O número gratuito da *ABC* traz na capa uma gravura artística colorida de uma jarra com flores assinada por Stuart. Nessa jarra, há, em azul, o número 1920, o ano em que a revista está a lançar a sua primeira publicação, emoldurado e corado de forma rebuscada. A capa interior trazia sempre uma grande fotografia que ocupava toda a página acompanhada de uma legenda e que funcionava, muitas das vezes, como uma chamada de primeira página, pois o facto noticioso poderia ser desenvolvido no interior da revista. No caso da edição gratuita, corresponde a uma grande festa de caridade que ocorrera em Lisboa.



Figuras 1 e 2
Capa e capa interior da edição gratuita da revista ABC.
Fonte: reproduções do original.

A revista surge, portanto, cerca de dois anos após o fim da Grande Guerra quando a Europa e o mundo ainda estavam a tentar recuperarem-se. A situação em que Portugal se encontrava naquele momento passava, em grande medida, por um país de instabilidade política, mas, acima de tudo, rural, empobrecido e com as maiores taxas de inflação de sempre. Isso porque a República herdara da Monarquia um país agrário, com 66,2% da população a viver na zona rural, mas que, apesar disso, não produzia o suficiente para alimentar os seus habitantes (Proença, 2015). Assim, a revista apresentou-se à sociedade portuguesa, na sua publicação gratuita, fazendo uma referência metafórica ao difícil momento social em que o país estava, ao comparar Portugal a um “comboio monstruoso”, mas que teria a ABC para ajudar a guiá-lo. Essa peça, intitulada “O Programa do ABC”, não está assinada, ocupa toda uma página e traz a figura de um anjo, sentado entre flores, a ler a revista.

ABC aparece num momento de crise social, surge num instante de cruel indecisão, de ansiosa expectativa para todo o mundo, mas que, em Portugal, se caracteriza pela descrença, pelo pavor que gera o mais formidável egoísmo. A sociedade portuguesa parece ter sido lançada para o interior e um comboio monstruoso, o qual, ora arrastando-se, ora precipitando-se, passa rugindo no fundo negro de um túnel. Dentro da carruagem todos se empurram, todos se encaram rancorosamente

enquanto a máquina se move ao som de um estrondo clamor de imprecações. São estes os viajantes. De quando em quando aparece no escurentado espaço uma luzinha a brilhar, lembrando uma estrela em um céu turvo, e os que a veem, em vez de a sentirem como uma esperança continuam as suas lutas, indiferentes, ambicionando que a treva não se acabe. O Hálito molhado da locomotiva, que embacia os luzeiros, é o sopro gigantesco de seis milhões de bocas prontas a apagar essa luz que, de quando em quando surge, lampeja na treva grossa, espessa, forte. (...) *ABC* aparece nesta sociedade disposto a dizer franca, clara e desassombradamente como ela se se corrigirá, vem com a sua bagagem em que há, com as futilidades para as senhoras e os brinquedos para as crianças se alegrarem no cantinho que lhes cabe, a ansiedade de um auxílio dessas mulheres tão corajosas e tão boas que serão dentro dos lares as ajudas maiores para a transformação que se pretende operar (*ABC*, número espécimen, p. 2).

Mais à frente, nessa mesma peça, a revista posiciona-se politicamente como neutra, como quase todas as publicações afirmavam ser. O seu lema seria: “*ABC* só reconhece uma política tanto na alta como na baixa sociedade: a do trabalho. *ABC* só tem um partido: o dos trabalhadores” (*ABC*, número espécimen, p. 2).

Uma característica em que a revista *ABC* se destacava das demais revistas deste mesmo período é o facto de trazer muitas peças assinadas. Isso reforça a importância dos colaboradores e jornalistas que trabalharam na *ABC* ao longo de toda a sua existência e, alguns deles, dignos de elogios: “São dos nossos mais queridos colaboradores Pedro Bordallo Pinheiro e Stuart Carvalhais cuja ação desenvolvida no *ABC* é digna de todo o elogio. Pedro Bordallo é um empreendedor artista que não falha na dinastia bordalenga; Stuart Carvalhais é um artista, também de superiores qualidades, como o tem demonstrado em diversas publicações e agora nalgumas das capas do *ABC*” (*ABC*, 15 de julho de 1920, p. 8).

Na edição que foi distribuída gratuitamente já figuravam todos os editores, colaboradores e colaboradoras da revista. Inicialmente, possuía 21 diretores que se ocupavam das diversas secções, algumas delas publicadas semanalmente e outras a cada 15 dias. As secções dividiam-se da seguinte forma: 1. A secção de arte tinha como diretor Carlos Lallemant; 2. O capitão-tenente Peres Trancoso representava a secção colonial; o reverendo Pinheiro Marques, secção religiosa; 4. Mello Breyner de Vasconcellos, secção de agricultura; 5. General Adriano Beça, secção militar; 6. Luiz de Freitas Branco, secção musical; 7. Professor Cunha Belém, secção pedagógica; 8. Rosado Fernandes, secção dos estudantes; 9. Álvaro Maya, secção de crítica literária; 10. Carlos Farinha, secção de desporto; 11. Paulo Leite, secção agrícola; 12. Victoriano Braga, secção de crítica teatral; 13. José Bedy, secção de trabalho; 14. Contreiras, secção cinematográfica; 15. António Ayres, secção de veterinária; 16. José Maria dos Santos (Santonillo), representante *ABC* para o estrangeiro; 17. Luiz Trigueiros, secção de elegância; 18. Lourenço Cayolla, secção financeira; 19. Francisco António Correia, secção comercial; 20. Tenente da Marinha Marques Esparteiro, secção naval; 21. José Paulo da Camara, secção “Portugal em Flagrante”.

A revista sempre apostou num leque grande de temáticas a serem tratadas em suas páginas, certamente com o objetivo de angariar o maior número possível de leitores. A própria *ABC* explica cada uma de suas secções:

Além do aspeto artístico do semanário, os seus variados assuntos desde “Portugal em Fragrante” no qual são comentados os acontecimentos nacionais em espirituosos, contundentes ou livres *sueños* até as curiosas questões das “Colónias” que tanto há a explorar sob o ponto de vista do seu fomento e do seu pitoresco até às doces e belas cenas “Religiosas”, tudo a *ABC* descreverá pelas penas ilustres dos seus colaboradores, alguns dos quais não figuram, por modéstia e recato, na página onde juntamos não só as mais diversas aptidões, mas as mais variadas opiniões políticas. A “Agricultura” é tratada nas cónicas semanais dando-se na secção respetiva todas as consultas tanto em relação às questões propriamente agrícolas como às veterinárias para o que bastará enviar a nota do que se pretende saber aos diretores destas secções. “A Vida Militar e a Marinha Nacional” são secções que estão entregues a dois membros dessas classes que têm as suas reputações firmadas, um na plenitude da sua consagração, o outro um novo de alto valor, vão narrar não só as epopeias, mas as questões técnicas que dia a dia se introduzem nos exércitos e nas armadas de todo o mundo. “A Música” com as anedotas dos compositores celebres com as mais honestas e brilhantes críticas constituirá uma desenvolvida secção com a da “Medicina” tanto nas suas mais científicas como nas suas mais simples manifestações e na qual hão de caber os ditos, os factos, as coisas referentes aos grandes homens da ciência. Os modernos processos, as coisas curiosas que dia a dia se descobrem serão quinzenalmente assinaladas por um médico de categoria, ocupa o lugar que a *ABC* lhes destina. A “Pedagogia” deve formar com o “ABC dos Estudantes” um curioso núcleo de interesses académicos. Numa, um ilustre professor fará o ensinamento, a entrevista com os grandes sábios e tratará de todas as reclamações dos autores de ensino que lhe forem enviadas, na outra, um estudante, as ideias, tudo quanto possa ser útil aos estudantes e que será tratado aí com o rigor ou com a *charge*. Essas páginas são o porta-voz dos que ensinam e dos que estudam (...). (*ABC*, número *espécimen*, p. 4).

Para além das secções descritas no excerto acima, a revista também contava com páginas dedicadas à “Crítica Literária”; “Crítica Teatral”; “Estrangeiro” onde se poderiam ver as fotonotícias de acontecimentos internacionais; “Cinematógrafo” dedicado ao cinema; e “Sport”; secções destinadas às discussões sobre capitalismo e as diversas profissões: “Trabalho”, “O Comércio”, “Indústria” e “Finanças”; e finalmente, “As Elegâncias de ABC” dedicada temáticas relacionadas ao luxo e à moda.

A revista tinha, assim, um especial interesse em tratar de assuntos ligados aos trabalhadores, pois, para além de dedicar uma secção exclusivamente a essa temática, tratava deste assunto um pouco por todos os números. A título de exemplo, poderíamos citar, na revista número 1, as páginas com o título “A força que se aniquila” e “A fraqueza que labuta”. Nessa

última, a peça critica o facto de existirem crianças que trabalham nas ruas, ao dizer que “Há em Portugal uma infância que trabalha e que se devia aproveitar talvez mais utilmente; há entre nós boas vontades que se devem dirigir, inteligências que desabrocham e seria necessário um trabalho de assistência e seleção para dar a devida recompensa a esses pequenos heróis da cidade que tão estranhamente contrastam com os criminosos que tomam com sua inércia as praças públicas” (ABC, 15 de julho 1920, p. 17). A peça sobre as crianças contrasta com uma crítica que a revista faz sobre a “lei das 8 horas de trabalho”:

ABC ordenou ao seu fotógrafo: passe duas horas, ao acaso, por Lisboa e fotografe os sinais de mandriice que vir. Lestamente, o repórter partiu com seu Kodak e com sua sagacidade. Esta não foi necessário empregá-la, tantos casos se lhe depararam. Voltou ao cabo duma hora e são os clichés juntos, parte das expressões que topou nas ruas, nos jardins, nas praças, das 2 às 3 de uma tarde, quando toda a gente devia estar a trabalhar nas suas oficinas, nos seus escritórios, nas suas obras, nos seus estudos. Esta página dá a fisionomia de parte de uma capital; é o seu rosto que surge tocado pela ociosidade. Realmente não se compreende uma cidade de preguiça quando há um instinto de vida honesta” (ABC, 15 de julho 1920, p. 16).



Figuras 3 e 4
ABC, 15 de julho 1920, pp. 16-17.
Fonte: reproduções do original.

Ademais dos diretores, todos do sexo masculino, a *ABC* possuía um número impressionante de colaboradores também homens, 92, que identificou com retratos fotográficos, na edição gratuita. Do conjunto faziam parte personalidades das mais variadas áreas, mas, principalmente, da literatura, das ciências, e das artes como João Grave, Luís Trigueiros, Gomes Leal, Manuel Ribeiro, Adolfo Coelho, Ferreira de Castro, Reinaldo Ferreira (o Repórter X), Mário Domingues e Norberto de Araújo, entre outros. Neste ambiente masculino, a revista contava ainda com 12 colaboradoras identificadas com fotos, entre poemas, também na edição gratuita: Branca de Gonta Colaço; Condessa de Vinhó e Almedina; Domitília de Carvalho; Magdalena Patrício; Virgínia Victorino; Margarida Canavarro; Cândida Ayres; Maria de Carvalho; Albertina Paraíso; Maria Vassalo; Maria O'Neill; e Fernanda de Quadros. A revista também apresentou aos portugueses os seus representantes no Porto e no norte do país. Raúl Cadevilla era a pessoa responsável pela publicidade, Álvaro Martins ocupava-se da fotografia, o delegado redatorial era Mário Carregal, Alberto de Meneses Mourão ocupava-se da parte administrativa e Castro Lopes pela secção de elegâncias.

Nota-se, desde a publicação gratuita, que a *ABC* tinha um especial cuidado em conquistar o público feminino ao dedicar nas suas páginas um espaço significativo a temáticas que interessassem às leitoras ou fazendo na sua primeira publicação, como vimos acima, uma referência à importância das mulheres para a reconstrução da sociedade portuguesa. Para além de ter mulheres como colaboradoras, possuía pelo menos três secções dirigidas exclusivamente a elas — “Modas”, “Confidências femininas do *ABC*”, “Histórias das futilidades femininas” e “Grafologia”. Esta última, era uma secção de grande sucesso entre as mulheres, tornando-se um elo de ligação entre as leitoras e a revistas, visto que o objetivo era que elas escrevessem para a revista para que pudessem ter conselhos e uma descrição de suas personalidades com base em suas caligrafias. A procura era tão grande que no primeiro número podia-se ler logo na segunda página a seguinte nota: “Para as nossas leitoras — A afluência de cartas, a ansiedade com que se nos dirigem, já muitas centenas de leitoras, pedindo respostas na secção de ‘Grafologia’, obrigam-nos a dedicarmos, no próximo número, um larguíssimo espaço a essas respostas que tanto interessam as nossas amáveis e gentis leitoras” (*ABC*, 15 de julho de 1920, p. 2). Curiosamente, tão grande foi o sucesso da secção “Grafologia” que na edição de 26 de agosto de 1920 a revista passa a cobrar por cada leitora a análise de sua personalidade com base na grafia:

A avalanche de correspondência dirigida à secção de Grafologia é tão grande que a administração do *ABC* querendo responder a todas as consultas tem de desdobrar estes serviços por mais de uma pessoa versada nessa ciência. Para tal efeito teve também que organizar uma secção especial expediente. Todos estes encargos representam um grande dispêndio para o *ABC* que se vê forçado a cobrar a pequena soma de 50 centavos (500 réis) por cada consulta que seja feita à secção de Grafologia, isto à semelhança de todas as revistas e jornais estrangeiros que se ocupam desta interessante ciência (*ABC*, 26 de agosto de 1920, p. 7)

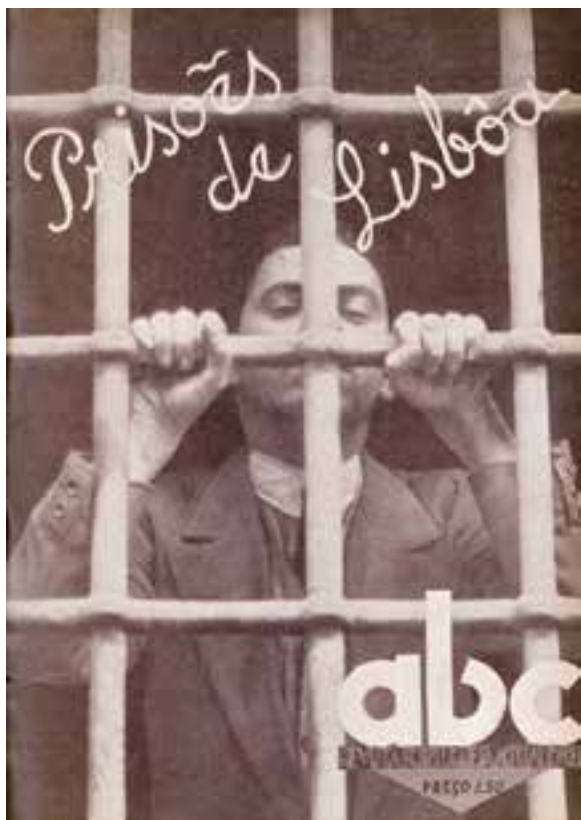


Figura 5
Capa da ABC, 19 de fevereiro de 1931.
Fonte: reprodução do original.



Figuras 6 e 7
Reportagem ilustrada, 19 de fevereiro
de 1931, pp. 22-23.
Fonte: reproduções do original.

A revista, desde o princípio, tinha a preocupação em indicar os créditos das gravuras e fotografias, um sinal claro de que a iconografia era de grande importância em suas páginas. Portanto, a *ABC* destacou-se sempre pelos aspetos artísticos e a grande dedicação à imagem. Isso ficou claro logo nos primeiros números, pois, ao folhearem-se as suas páginas, era muito raro encontrar uma em que não houvesse gravuras ou fotografias. Muito pelo contrário, o que era habitual era um número múltiplo de imagens em cada página. A título de exemplo, contaram-se 249 gravuras e fotografias no número gratuito da *ABC* e, apesar de ter sido uma edição excecionalmente consagrada à imagem, a tendência continuou nos números subsequentes.

Como já referimos, a revista, inicialmente, trazia nas suas capas gravuras, mas com o passar do tempo abandonou-as por completo, sendo que a última publicação em que traz uma imagem desse género na capa data de 20 de novembro de 1930. A partir daí, a fotografia ganha, em definitivo, a capa, mesmo que, inicialmente, não tivessem grande interesse informativo, visto que eram escolhidas, muitas vezes, imagens de artistas de renome internacional, normalmente belas mulheres, para estampar as suas capas. Somente a contar do seu penúltimo ano de existência, 1930, a *ABC* passa a usar em definitivo a fotografia como uma vertente informativa nas capas. A edição de 19 de fevereiro de 1931, por exemplo, traz como tema de capa uma reportagem sobre as prisões em Lisboa. Esse tipo de abordagem jornalística aproxima-se do que hoje encontramos corriqueiramente nas revistas de todo mundo, mas, para a época, seria considerado um traço de modernidade e inovação.

Dada a importância que a iconografia possuía na *ABC*, as fotografias estavam, em grande medida, identificadas com legendas e autoria e, muitas vezes também traziam a seguinte informação: “fotografia tirada expressamente para o *ABC*”. Assim, foi possível identificar alguns fotógrafos (fotojornalistas) e empresas fotográficas, os responsáveis pelos “clichés”⁸ que colaboraram com mais frequência com a revista *ABC* como foi o caso de Fotografia Bobone, Álvaro Martins (fotógrafo da *ABC* no Porto), Maurice (correspondente da *ABC* em Paris), Gambeta, Menezes, Central News, Felix Barbosa, Benoliel.

Podemos afirmar, portanto, que o que distinguia esta revista das demais publicações similares da época era a importância que dava à iconografia e às artes gráficas, mas também o facto de ter uma maior variedade de temáticas, como é o caso das secções dedicadas a assuntos financeiros, à agricultura e à veterinária, algo que as outras revistas nascidas na I República — *Domingo Ilustrado* e *Ilustração* — não possuíam.

Na *ABC*, a última página era sempre dedicada, exclusivamente, à divulgação das mais variadas empresas e negócios, mas também poderíamos encontrar esse tipo de anúncios um pouco por toda a revista, mas, principalmente, a ocupar a parte inferior das páginas. Era Francisco António Correia o diretor da secção comercial e Raul Caldevilla o responsável pela

8 Na época, emprega-se o nome “cliché” para designar as fotografias.

publicidade no Porto e no norte do país, um sinal de que dava uma especial importância à área financeira da revista, onde se incluía a publicidade. Com o intuito de vender espaço nas suas páginas para anúncios e aumentar os seus lucros, a *ABC* vinculava o seu poder publicitário ao sucesso da sua tiragem. Ainda em 1920, três semanas após o seu lançamento, a revista já dizia possuir a terceira maior tiragem do país: “O poder publicitário da imprensa está em relação às suas tiragens — “*ABC*” ocupa já o 3.º lugar dessa categoria — Anuncie no “*ABC*” (*ABC*, 22 de julho de 1920, p. 23).

O estilo de narrativa da revista *ABC* era bastante eclético, mas tinha como principal género jornalístico a notícia, apesar de recorrer, muitas vezes, à reportagem e a artigos de opinião. Dentre os vários exemplos que podemos encontrar ao longo dos seus onze anos de existência, poderíamos destacar uma série de reportagens sequenciais sobre a Rússia, publicadas no decorrer de 1926, que motivaram, inclusivamente, uma alteração nas capas, com o logótipo da revista sendo adaptado para “*ABC* a revista portuguesa na Rússia”. Tratava-se de peças assinadas pelo Repórter X sobre a vida dos soviéticos⁹, publicadas no ano anterior, 1925, mas cuja procura foi tão grande que esgotou as edições da revista, fazendo com que a *ABC* republicasse esses conteúdos a partir de 7 janeiro de 1926.

O grande êxito que a narrativa da vida dos soviéticos tem despertado, já fez esgotar duas vezes as tiragens dos primeiros números da *ABC* em que foi publicada. Não há exemplo de tão grande sensibilidade do público diante de uma reportagem e sobretudo em um momento em que assuntos sensacionalistas tem interessado o país. De todos os pontos nos pedem exemplares que não temos e como é impossível fazer a repetição dos números por completo, recomeçamos hoje a publicar os primeiros folhetins da “Rússia dos Sovietes” para que todos possam ler esse trabalho de verdade, de dores, de lágrimas, que será apenas inserto em Portugal nas páginas do *ABC* (*ABC*, 7 janeiro de 1926, p. 4).

9 Provavelmente, essas reportagens foram escritas em França. Reinaldo Ferreira nunca terá visitado a União Soviética.



Figuras 8 e 9

Capas da ABC — 7 janeiro de 1926 e 4 de março de 1926.

Fonte: Reproduções do original.



Figura 10

Capa da ABC, 3 de junho de 1926.

Fonte: Reprodução do original.

Em 1926, Portugal passava por um período de grande agitação política e social, pois a crise económica atingia, principalmente, as classes mais desfavorecidas, que enfrentavam grandes dificuldades de subsistência. Isso trouxe como consequência uma nova revolução. A 28 de maio de 1926, um movimento militarista, nacionalista e antiparlamentar colocou fim à I República Portuguesa, levando à implantação da Ditadura Militar. Nenhuma das secções da *ABC* era dedicada exclusivamente a assuntos políticos. Apesar de tratar desta temática, a revista sempre o fez de maneira discreta, principalmente na secção “Atualidades” onde trazia as fotonotícias, especialmente atos oficiais relacionados com a Presidência da República. Entretanto, podemos afirmar que a política ganhou as primeiras páginas da *ABC* a partir de 3 de junho de 1926, quando trouxe a fotografia do general Gomes da Costa, que assumira a chefia do movimento da revolução militar em Portugal.

Assim, o golpe militar de 1926 fez com que a política deixasse de ser um pano de fundo e ganhasse todo o protagonismo na revista *ABC*. O general e parte do exército português deixaram Braga em 28 de maio e marcharam em direção a Lisboa com o objetivo de tomar o poder. Outras cidades como Porto, Lisboa, Évora, Coimbra e Santarém, apoiaram o movimento, que se consolidou no dia 6 de junho, na Praça da Liberdade, quando o general e 13 mil homens foram aclamados pela população. E a revista *ABC* acompanhou de perto todos estes acontecimentos, dedicando a capa do dia 3 de junho de 1926 e todas as suas capas interiores do mês de junho, para além das muitas páginas de fotonotícias, ao ocorrido, em total apoio e alinhamento com o golpe militar.

No dia 10 de junho de 1926, a revista traz uma peça não assinada onde é descrito em primeira pessoa com orgulho uma ocasião em que o general Gomes da Costa visitou a sede da Revista *ABC*:

O atual ministro da Guerra frequentou muito o *ABC*; foi mesmo uma das mais assíduas visitas deste gabinete, onde têm passado os primeiros homens portugueses de categoria mental, e as celebridades, senão ao mesmo tempo que os vulgares personagens, em cata de aura, ao menos em ocasiões de se encontrarem na antecâmara., No canapé de couro, no qual Machado Santos, Carlos da Maia, Carlos Reis, Ferreira do Amaral, João de Almeida, Raul Esteves, etc. passaram horas de largas conversações, médicos ilustres, atores, militares, artistas, homens de letras se têm sentado. Uma das mais amadas visitas foi sempre a do general Gomes da Costa. Quase nem precisava anunciar-se. Todos os empregados, mal viam aquele homem, esbelto e alto, corriam à sua frente a dizerem-me respeitosamente o seu nome. “Está lá o senhor general Gomes da Costa...” e levanta-me, ia para ele de braços abertos “O meu general!...” (*ABC*, 10 de junho de 1926, pp. 12-13)

A cobertura dos acontecimentos relacionados com a nova forma de governo estendeu-se ao longo do tempo e a temática “militar” passou a figurar em definitivo nas páginas da *ABC* em várias vertentes como, por exemplo, nas peças “Depois da revolução a farda voltou

a ter o culto do amor” (*ABC*, 1 de julho 1926: 18-19) ou “A história do movimento militar pelo Repórter X” (*ABC*, 8 de julho 1926, pp. 20-21). Mesmo com todo o apoio que a revista demonstrava àqueles que estavam no poder, a *ABC* não escapou ao controlo apertado dos militares. A partir de 1 de julho 1926, a revista passa a trazer em sua capa interior o aviso de que “Este número do “*ABC*” foi visado pela comissão de censura”, que permaneceria em todas as edições até à extinção da publicação.

No dia 24 de setembro de 1931, a *ABC* saiu de circulação. Nesse dia, a revista dirige-se aos seus leitores com a promessa que a suspensão da publicação seria por um tempo limitado e justifica esse facto a dificuldades económicas que o periódico passou ao longo dos onze anos de existência, apesar do grande sucesso inicial. A promessa, assim, foi a de que seria substituída por um futuro jornal diário, “moderno, vivo, leve” e que traria o mesmo nome da revista, o *ABC*, e que apareceria assim que as circunstâncias o permitissem. A revista, portanto, não diz adeus, mas um “até breve” aos seus leitores, mas a verdade é que estas circunstâncias ideais nunca se apresentariam, visto que a publicação nunca viria a reexistir.

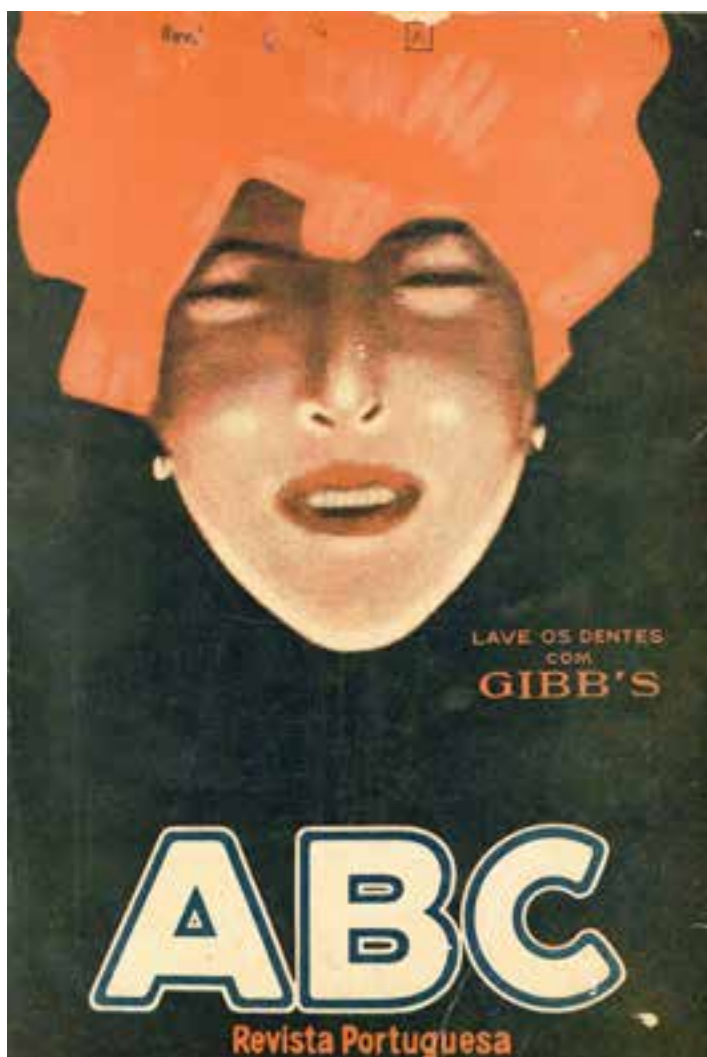


Figura 11

Capa da *ABC*, 15 de julho de 1920.

Fonte: reprodução do original.

O primeiro número da revista *ABC — Revista Portuguesa* possuía 23 páginas trazia uma capa preta com a gravura do rosto de uma mulher em tons de vermelho com os olhos semicerrados e boca entreaberta acompanhado da frase publicitária “Lave os dentes com GIBB’S”. O logótipo da revista encontrava-se logo abaixo. A capa interna era em preto e branco com uma grande foto do ministro dos Estados Unidos com a esposa e um adido da marinha no dia da festa da independência dos Estados Unidos. Por baixo da foto, pode-se ler uma legenda e uma nota sobre a exclusividade da fotografia. Por cima da foto da capa, encontrava-se um cabeçalho com o logótipo da revista, as informações sobre a direção da *ABC* e a frase “Às quintas-feiras, leitura ilustrada para todos — Revista Portuguesa”.

Na primeira secção, “Portugal em Flagrante”, assinada por José Paulo da Câmara, podem ler-se quatro pequenos textos em duas colunas, com comentários com um sarcasmo discreto sobre a fuga de presos das cadeias nacionais; os sintomas da encefalite letárgica, relacionando a doença com a política; greves de trabalhadores que não trabalham e o enriquecimento fácil; e o último texto com o título “Os Sebastianistas”. Nesta página, pode ver-se uma pequena gravura e, ao fundo, dois anúncios publicitários e uma nota dirigida às leitoras, na qual estas são avisadas que na próxima edição a secção “Grafologia” viria alargada para dar resposta à grande procura. Na página seguinte, surge um texto não assinado, de página inteira, em duas colunas, com uma fotografia central da atriz Gaby Deslys, que fala sobre a sua morte e o leilão de suas joias.

Depois, com o título “Uma festa de caridade no Parque das Laranjeiras” podemos ver três fotos e pequenos textos em prosa e verso, em três colunas, sobre uma apresentação teatral beneficente. Na secção “Atualidades”, temos as fotonotícias, ou seja, fotografias acompanhadas de legendas sobre acontecimentos notórios da sociedade portuguesa. No caso desta primeira publicação, há cinco fotos distribuídas em duas colunas sobre factos relacionadas com personalidades da alta sociedade portuguesa, onde se inclui a notícia da morte do jornalista Emídio de Oliveira. Ao fundo da página, temos a informação: “clichés do correspondente fotógrafo do *ABC* no Porto, sr. Álvaro Martins”.

Nas páginas 6 e 7, de autoria de João Grave, o leitor poderia começar a ler a novela intitulada “Tragédia Rústica”, escrita em duas colunas e ilustrada com três gravuras. Nas páginas seguintes do primeiro número da *ABC*, temos mais fotografias acompanhadas de legendas. Na página oito, as fotonotícias são sobre o casamento de Daisy Cohen e Diogo Correia e Ávila, segundo a revista, pessoas “do nosso mais alto meio financeiro e da nossa melhor sociedade”. Na página nove as fotos fazem referências a personalidades históricas e o facto de terem sido atraídos.

As duas páginas seguintes são dedicadas à secção de “Modas”. Aqui o texto escrito entre colunas e acompanhado de treze gravuras começa por apresentar os objetivos da secção: “sem pretensões de vaidade literária, estas simples palestras que nesta revista vamos encetar sobre modas, visam apenas, na sua modéstia, iniciar semanalmente as nossas leitoras nos

requintados segredos das elegâncias femininas” (*ABC*, 15 de julho de 1920, p. 10). As secções “Confidências Femininas do *ABC*” e “Grafologia” também eram dedicadas ao público feminino.

Na página 13, encontramos, uma vez mais, um espaço dedicado a factos históricos, seguida de duas páginas sobre acontecimentos ocorridos no Norte do país, mais especificamente, no Porto, cujo autor é Mário Carregal. Essas páginas estão escritas em três colunas e combinam texto e fotografia, mas podemos afirmar que a iconografia se sobrepõe, o que se repete nas próximas duas páginas.

Logo depois, a *ABC* apresenta duas páginas com entrevistas sobre a temática do trabalho.

A secção “Histórias das futilidades femininas” ocupa duas páginas e traz uma história lúdica entre um alfinete e um gancho de cabelo. A peça combina textos em duas colunas e gravuras assinadas por Amorim. A revista trazia ainda a secção “*ABC da Lavoura*”; duas páginas sobre teatro; uma página dedicada a fotonotícias sobre os elétricos de Lisboa; uma notícia de página inteira sobre o presidente francês e a sua visita ao Papa; duas páginas sobre desporto; uma página com tiras desenhadas; e finalmente, a última página e a contracapa, dedicadas à publicidade.

O último número da *ABC* foi publicado a 24 de setembro de 1931, possuía 33 páginas, tinha como cor o azul, custava 1\$50 escudos e autointitulava-se “*ABC — Revista Portuguesa Atualidades*”. Folhear este número da revista, permite-nos concluir que, apesar de preservar algumas características originais, como a aposta na iconografia e textos escritos em duas colunas, a *ABC*, ao fim destes onze anos, estava diferente. A capa da revista já não trazia uma gravura artística, mas sim uma fotografia em tons de azul de cinco mulheres e, dentre elas, a rainha das costureiras de Portugal eleita através um concurso. No verso da capa tinha a habitual “Fritura de Miolos”, dedicada a charadas e adivinhas. Na primeira página da revista figurava o comunicado assinado pela Sociedade Editorial *ABC, Ltd.* Nele era anunciado que a *ABC* iria suspender a sua publicação, com a promessa de que seria substituída por um jornal diário com o mesmo nome, o *ABC*. Na página de número 4 não há fotos ou gravuras, mas podia ler-se um artigo de opinião assinado por Rocha Martins, com o título “Na Democracia Negra”, que fala da tentativa falhada dos Estados Unidos de implantar uma democracia em África. Na parte inferior dessa mesma página, há um anúncio publicitário a um livro histórico. Contrariamente à anterior, a página 5 é totalmente dominada pela iconografia. O tema da capa é tratado aqui com cinco fotografias, que ocupam cerca de 90% do espaço, e um pequeno texto que conta a eleição para a “rainha das costureiras de Portugal”. Nota-se, portanto, que a capa da revista funcionou como uma chamada de primeira página.

Nas duas páginas subsequentes, os leitores da *ABC* poderiam encontrar um conto assinado por João Pedro de Andrade, acompanhado de duas gravuras e com o título “E amaste essa mulher?”. A peça seguinte de autoria de Gomes Monteiro, também ocupa duas páginas, está acompanhada de três fotos e uma gravura, escrita em duas colunas, e fala sobre como as artistas daquele tempo mostravam as pernas, usando como pano de fundo a história da atriz Ana Pereira.

Mais à frente, encontra-se o artigo “Carta de um cão de luxo”, assinado por Aleixo Ribeiro e, na página ao lado, uma única fotografia da atriz Madge Evans. As páginas 12 e 13 fazem referência a aspetos históricos e turísticos da cidade de Setúbal. O artigo está escrito em duas colunas e possui quatro fotografias de paisagens dessa cidade. A secção “Modas” possui duas fotografias e está assinada por Madame Sourire, que escreve sobre a cor verde para vestidos de senhora. Logo abaixo, podemos ver um anúncio publicitário contra a queda de cabelos. A seguir, o leitor deparava-se com um artigo assinado por Miriam, que valoriza e tenta desmistificar a beleza e sensualidade das mulheres negras de África, ao compará-las com as mulheres brancas e europeias: “Pode a carapinha lembrar a lã embaraçada dos carneiros ou o cabelo corredio exigir horas a pentear, no trabalho duma ondulação permanente, pode a boca desenhar-se num traço delicado, ou acusar aspetos de raça na grossura dos lábios” (ABC, 24 de setembro de 1931, p. 15).

A página 16 é ocupada por publicidade, enquanto a 17 traz uma peça com o título “Riquezas de Portugal: O milho, pão dos pobres no Minho” e está assinada por Oliveira Abrantes. A página 21 é ocupada pela secção “Atualidades” onde podemos ver fotos acompanhadas de pequenos textos sobre acontecimentos ocorridos em Portugal, entre eles um casamento na alta sociedade, a inauguração de um campo de aviação e o lançamento do livro *Sindicalismo em Portugal*. Essa secção vem seguida de uma página inteiramente dedicada à publicidade. A última secção de ABC “Confidências Femininas” ocupa duas páginas, mas grande parte delas está preenchida com publicidade, e está dedicada a dar conselhos a leitoras que escrevem para a revista e que pagam a importância de 1 escudo. A contracapa da revista está ocupada com publicidade.

2.2. O Domingo Ilustrado

O Domingo Ilustrado foi uma revista publicada em Lisboa, entre janeiro de 1925 e dezembro de 1927. Como o seu próprio título indica, saía ao domingo. Na época, o conceito de revista ainda não estava solidificado, o que fazia com que *O Domingo Ilustrado* se autorreferenciasse como jornal ou jornal-revista, apesar de, conceitualmente, possuir características que hoje nos permitem identificá-lo como revista.

Assim, *O Domingo Ilustrado* nasce como uma revista, de periodicidade semanal, impressa em papel de baixo custo (papel de jornal). Na página 2 de cada número, figuravam informações sobre a propriedade do periódico, que pertencia à empresa O Domingo Ilustrado, cuja sede da redação, da administração e das oficinas ficava rua D. Pedro V, n.º 18, em Lisboa. Para a sua impressão, não é indicada nenhuma entidade responsável, mas localizava-se numa morada distinta da anterior (rua da Rosa, 99 e, a partir de 9 de agosto de 1925, rua do Século, 150). Eduardo Gomes, na data do lançamento, era o único nome que aparecia

no cabeçalho da revista, com o cargo de editor e diretor gerente de *O Domingo Ilustrado*. Essa situação altera-se em fevereiro de 1925, a partir do número 3, quando Leitão de Barros e Martins Barata assumem os cargos de diretores, situação que permanece até a extinção da revista, a 25 de dezembro de 1927. A revista teve Martins Barata e Eduardo Gomes como diretores de publicidade.

O primeiro número, no dia 18 de janeiro de 1925, traz o título *O Domingo Ilustrado: notícias & atualidades gráficas, teatros, sports & aventuras, consultórios & utilidades*. Prometeu ser um “jornal para toda a gente” e divulgar os seus conteúdos de forma diversificada, “alguma coisa mais do que a reportagem diária da rua” (*Domingo Ilustrado*, 18 de janeiro de 1925, p. 2) que girava, principalmente, ao redor da política e da sociedade. Deste modo, apresentou-se como um “jornal de Portugal”, direcionado para todo o território nacional e não somente para Lisboa e Porto. Colocou-se em pé de igualdade com grandes periódicos europeus do mesmo género, como os parisienses *Petit-Journal Illustré* e *Excelsior-Dimanche* e o italiano *Domenica del Corriere*, de Roma, ao mesmo tempo que reconhecia as limitações de Portugal ao afirmar que fariam o melhor que pudessem “dentro do círculo asfíxiante que as iniciativas deste género têm num meio inculto, pequeno e podre como o nosso” (*O Domingo Ilustrado*, 18 de janeiro de 1925, p. 2). Aparentemente, tinha como objetivo inicial direcionar-se para o lazer e a cultura.

O Domingo Ilustrado é logo convidativo no seu título. Domingo! Dia do descanso, sem apitos de fábricas, sem ponto nas repartições, dia de missa e da família, das visitas aos amigos, do passeio, do cinema, do teatro. Dia igualitário, em que todos é distribuída a riqueza do descanso. Jornal-revista, que responda às mil curiosidades vulgares e necessidades habituais do maior número; que seja de tudo e de todos; que se dispense de ter uma categoria pelo desígnio de as servir a todos, procurando e encontrando as afinidades evidentes ou recônditas que entre as várias classes subsistem pela condição de uma vida comum — eis o difícil programa de género e jornal que se oferece ao leitor (*O Domingo Ilustrado*, 18 de janeiro de 1925, p. 2).

Todas as capas e contracapas de *O Domingo Ilustrado* traziam gravuras que representavam um aspeto da atualidade portuguesa. No primeiro número, pode-se ver-se, na capa, uma cena em preto-e-branco com pinceladas de vermelho, onde um grupo de rapazes, vindos da zona rural do país e usando trajes típicos, chegavam a Lisboa para se alistarem no serviço militar. Por sua vez, a contracapa aponta para os problemas relacionados com a pobreza extrema da classe operária. Com o título “A Parada da Fome”, a gravura representa um grupo de operários que pedem pão e emprego. Esta cena retrata a instabilidade política e uma gestão governamental que fez aumentar a dívida externa de Portugal, trazendo como consequência um aumento do custo de vida em cerca de trinta vezes entre 1914 e 1925 (Lúcio & Marques, 2010) e que deixou vulnerável grande parte da população. A revista não deixava ao acaso e

nem margens para a imaginação do leitor, pois todas as capas e contracapas trazem uma legenda por baixo de cada gravura com a sua descrição. Inicialmente, na secção “As Nossas Capas”, localizada na segunda página, o leitor também poderia encontrar uma breve descrição sobre o que representariam as gravuras da capa e da contracapa, mas esta informação acaba por desaparecer das páginas da revista.

No primeiro número, há também uma observação sobre a qualidade da impressão e deixava-se a promessa de melhorias para as edições futuras: “O sistema de gravuras e de desenho do nosso jornal será sucessivamente aperfeiçoado. Num periódico desta natureza, o primeiro número é sempre o pior. A nossa 1ª página é uma nota pitoresca da vida citadina desta semana. A última, uma nota dolorosa e confrangedora. É assim a vida. Os braços que sobejam na cidade e se erguem para o ar pedindo pão, escasseiam no campo para o cultivar” (*O Domingo Ilustrado*, 18 de janeiro de 1925, p. 2). Passado um ano, a revista não sofre qualquer modificação em relação à qualidade gráfica, o que é justificado por questões económicas. Alegava-se que se vivia “num meio onde tudo é deficiente e precário”. Todavia, os responsáveis pela publicação anunciavam: “desejamos melhorar graficamente o aspeto de ‘O Domingo Ilustrado’ e temos as melhores esperanças de que tal suceda em muito breve espaço de tempo” (*O Domingo Ilustrado*, 10 de janeiro de 1926, p. 2).



Figuras 12 e 13

Capa e contracapa do primeiro número de *O Domingo Ilustrado*.

Fonte: Reproduções do original.

A revista trazia os seus conteúdos estruturados, predominantemente, em quatro colunas, onde combinava fotografias e gravuras, com dominância deste último tipo de imagens. As fotografias, em sua maioria, eram do tipo “retrato”, identificadas com legendas e, normalmente, não eram creditadas. Contudo, podem-se identificar alguns colaboradores fotográficos frequentes, especialmente em peças que abordavam o tema desporto, como F. Santos, Raul Reis e Salazar Dinis. Há ainda fotos de agência, identificadas como Foto Maurice, Foto Presse e Agenda [Agência?] Fotográfica.

Mesmo com um número relativamente pequeno de páginas, a revista conseguia cobrir várias temáticas, certamente, com o objetivo de atrair a atenção e suprir as exigências de um número máximo de leitores com diferentes gostos, géneros, idades e que poderiam fazer parte de diferentes classes sociais, mas, principalmente, as letradas e urbanas. Assim, apesar de ocorrerem variações ao longo do tempo, *O Domingo Ilustrado* organizava seus conteúdos pelas seguintes temáticas: Na segunda página, a seguir à capa, trazia as rubricas “Ecos”, sem assinatura; “Má-língua”, escrita em versos com uma conotação humorística e, muitas vezes sarcástica, e cujo autor era Tomás Ribeiro Colaço, que assinava com o pseudónimo de Taco; e “Questão prévia” assinada por Feliciano dos Santos. Ao fundo da página, a revista trazia sempre anedotas acompanhadas de pequenas gravuras e era nesta secção onde eram abordados os assuntos mais importantes, polémicos e aqueles relacionados com a política.

A partir da terceira página, encontrar-se-iam as seguintes secções: “Humorismo”, que trazia textos, anedotas e diversas gravuras, cujo objetivo era divertir os leitores. Dentre as diversas rubricas, destacavam-se “Crónica alegre”, assinada, entre outros, por Henrique Roldão e André Brun; “Sports”, que se centrava, em especial, na cobertura das diversas modalidades desportivas em Portugal, mas também poderia fazer referência a grandes acontecimentos desportivos no resto do mundo; “Teatros”, que apresentava ao leitor as novidades do mundo da representação em Portugal, mas possuía outras abordagens voltadas para informações diversas ligadas direta ou indiretamente ao teatro; “Curiosidades”, secção na qual se discutiam assuntos relacionados com a divulgação científica e histórica, e também de excentricidades e acontecimentos singulares. A revista ainda possuía duas páginas dedicadas a uma novela-folhetim, assinadas por vários autores, entre os quais se destacava Reinaldo Ferreira, o famoso Repórter X; duas páginas dedicadas a charadas e jogos; e espaços abertos à participação dos leitores, onde se encontravam, inicialmente, os “Consultórios” do médico, do advogado, do professor e da modista, que versavam sobre temáticas relacionadas com cada uma destas profissões. Em “Atualidades gráficas” o leitor poderia encontrar as fotonotícias, ou seja, fotografias acompanhadas de curtas legendas que descreviam um facto específico, na maioria das vezes alusivo à sociedade portuguesa. Esta era a única secção de *O Domingo Ilustrado* onde a presença das fotografias estava garantida. Nos primeiros números, a revista possuía uma secção dedicada às mulheres, com o nome “Página feminina”, que abordava assuntos relacionados, principalmente, com a moda e produtos de beleza,

mas, com o passar do tempo, foi deixando de ser publicada, até desaparecer por completo. Finalmente, surgia a publicidade.

Desde o seu lançamento, a revista *O Domingo Ilustrado* possuía 12 páginas e, como era comum na época, apresentava-se em preto-e-branco, porém com a capa e a contracapa coloridas com uma ou duas cores, características que não se alteraram ao longo da sua existência. Os únicos dois exemplares em que a revista trouxe maior número de páginas foram as últimas edições dos anos 1925 e 1926, que possuíam 20 e 28 páginas, respetivamente, alteração justificada pela maior quantidade de anúncios publicitários.

Tal como outras revistas da mesma época, *O Domingo Ilustrado* foi uma publicação que convidava à coleção e encadernação, a fim de ser de ser conservada.

Para a publicidade em geral, era reservada sempre a penúltima página. Já no seu lançamento, foi deixado claro que essa secção era tratada com importância, ao afirmar-se que representantes da revista estavam presentes em todo o território nacional. O facto de a revista ter um diretor de publicidade também indica a importância desta secção dentro do periódico.

A publicidade tem de ser feita com inteligência, senão é inútil a quem anuncia. *O Domingo Ilustrado* é um semanário que há 4 meses está instalando por todo o país as suas agências e tem, portanto, uma enorme expansão desde o início. O anúncio especializado é o mais útil de todos. Assim, na página feminina o anúncio que interessa a senhoras; na página de desporto o anúncio que interessa aos 'sportsmen', etc. etc. Fuja de anunciar no cemitério dos anúncios que são as grandes páginas de anúncio dos periódicos diários, os quais têm a vida efémera de umas horas. *O Domingo Ilustrado* vai a toda a parte, guarda-se, está nos clubs, nos barbeiros, nos consultórios, nos hotéis, encaderna-se, fica. Nas secções de anúncios especializados cada linha custa a ridícula de 10 centavos (*O Domingo Ilustrado*, 18 de janeiro de 1925, p. 11).

Portanto, havia um padrão para as empresas que divulgavam ali os seus serviços e, ao folhear as suas páginas, podemos encontrar anúncios espalhados pelas várias secções, o que seria também uma forma de potencializar todos os espaços do periódico e torná-lo mais lucrativo. Assim, a revista não possui muitos espaços em branco o que dava a ideia de que o objetivo era aproveitar ao máximo a dimensão do periódico, relativamente reduzida. Tomando como exemplo a primeira página do primeiro número, podemos identificar pelo menos onze assuntos diferentes. Nas demais páginas e números da revista, esta característica repete-se.

O Domingo Ilustrado, portanto, surge de forma modesta, consciente das suas limitações, mas com grandes promessas de tornar-se tão necessário para o povo português como a "iluminação, a viação e o correio" (*O Domingo Ilustrado*, 18 de janeiro de 1925, p. 2). Com intenções de manter-se longe dos assuntos polémicos, especialmente aqueles relacionados com a política, acrescenta que "O seu sumário serão os acontecimentos. O Terreiro-do-Paço consistirá apenas para ele numa majestosa praça de frio estilo clássico. A política ser-lhe-á

tão indiferente como as pombas bravas do arco da rua Augusta” (*O Domingo Ilustrado*, 18 de janeiro de 1925, p. 2). Mas a verdade é que esta postura neutra não se confirma, até porque desde o seu lançamento, em 1925, até a sua extinção, em 1927, Portugal passou por um período de grande agitação política e social que culminou no golpe militar de 28 de maio de 1926. A instauração da Ditadura viria a modificar, enormemente, vários aspetos da vida dos portugueses e *O Domingo Ilustrado* não teve, perante as circunstâncias, uma postura absorta.

Uma leitura atenta do primeiro editorial permite identificar outras posturas. Um dos objetivos da revista, aí definido, seria “ensinar Portugal aos portugueses”, dando-se a justificação de que o país não saberia “ler-se a si próprio”. Pretendia, igualmente, a revista “tornar-se escola primária de bom gosto e de patriotismo; transportar ideias e difundi-las como o vento espalha o pólen. Então servindo dirigirá; obedecendo, guiará; despretenciosamente, educará.” (*O Domingo Ilustrado*, 18 de janeiro de 1925, p. 2). Ao percorrermos os demais números de *O Domingo Ilustrado*, verificaremos interpretações subtis e outras mais evidentes sobre o ambiente político da época, que colocava em evidência os partidos políticos e a democracia. Esta será a postura que o periódico assumirá ao longo do tempo até ao golpe militar de 1926.

Esse aspeto torna-se mais claro a partir do momento em que verificamos que foi Carlos Malheiro Dias, um monárquico militante, quem assina o primeiro editorial, que ditará o ritmo para os anos seguintes. Dias era filho de pai português e mãe brasileira, nasceu no Porto e teve forte envolvimento com a política, sendo deputado entre 1897 e 1910. Devido à sua ideologia política, com a Proclamação da República, em 1910, exilou-se no Brasil, onde viveu até 1935. No Rio de Janeiro, foi calorosamente recebido por um grupo de políticos, escritores e pelos conservadores da comunidade portuguesa daquela cidade. No Brasil, desenvolveu a sua carreira como escritor e também se dedicou ao jornalismo, fundando e dirigindo a famosa revista carioca *O Cruzeiro* (1928), mas também esteve envolvido noutras publicações, como o próprio *O Domingo Ilustrado* e a revista *Ilustração Portuguesa*.

Podemos afirmar que a orientação ideológica antirrepublicana que é propagada na revista *O Domingo Ilustrado* está presente, principalmente, na segunda página do periódico, nas colunas “Ecos”, “Má-língua”, assinada por Tomás Ribeiro Colaço, e “Questão prévia”, assinada por Feliciano dos Santos. Tanto Colaço — considerado um monárquico convicto, ultra-liberal e moderno — como Santos nasceram em Lisboa, eram formados em Direito e fizeram carreira no jornalismo, colaborando em muitos periódicos portugueses. Nessas três rubricas, o leitor poderia encontrar exemplos de comentários parciais, explícitos ou indiretos, de acontecimentos que marcaram a sociedade portuguesa, como a revolta de abril de 1926, questões relacionadas com as “irregularidades financeiras” que envolveram o Banco de Angola e Metrópole¹⁰ (Correia, 2007) ou mesmo críticas a grupos políticos, como vemos a seguir:

10 “O Banco Angola e Metrópole era uma sociedade anónima de responsabilidade limitada que tinha por objeto

Há bocado, depois de uma sessão tumultuosa, ridícula, indecente na Câmara dos Deputados, vimos descer o Chiado alguns parlamentares. Riam a bom rir, com gargalhadas alvares, inconscientes, que lhes davam as fisionomias e ar de *bons-vivants* que regressam alegres e bem-dispostos. Qualquer de nós, quando nas nossas empresas temos uma questão, nos exaltamos, as coisas nos correm tortas — vimos para casa aborrecidos. Os parlamentares não são uns seres à parte. O seu emprego é único. Fartam-se de dizer asneiras, sem gramática e sem senso dão ao país um espetáculo desprezível, tomam perante a miséria pública tremendas responsabilidades — mas riem sempre e descem sempre o Chiado felizes. Ah! Bom chicote... (*O Domingo Ilustrado*, 02 de maio de 1926, p. 2, Ecos).

No dia 6 de junho de 1926, os valores divulgados nas páginas de *O Domingo Ilustrado* deixam de ser discretos e subliminares e ganham grande destaque. O acontecimento ocorrido em Portugal e divulgado pela revista foi o golpe militar de 28 de maio. O episódio recebeu a capa e trouxe as cores da bandeira portuguesa e uma fotografia do general Gomes da Costa acompanhada da frase: “Este Homem tem força: Ajudemos este homem a salvar Portugal!”. Na edição de 6 de junho, na coluna “Questão Prévia”, Feliciano Santo dá conta da importância histórica dos factos ocorridos: “No precioso momento em que rabisco esta crónica sinto, nítida, a impressão de que estou vivendo uma hora histórica, uma destas fases da vida nacional que, mais tarde, os compêndios da história pátria hão de mencionar para arrelia das gerações vindouras” (*O Domingo Ilustrado*, 6 de junho de 1926, p. 2).

O acontecimento também seria capa dos dois números seguintes e a revista escancarava, desse modo, seu apoio aos militares.

social o fomento a empresas comerciais e industriais na metrópole e no ultramar. A origem da instituição está associada a Artur Virgílio Alves dos Reis, figura proeminente do princípio do século XX português e relacionada com inúmeros casos de burlas e crimes de falsificação. Devido às fortes suspeitas surgidas na imprensa da época sobre eventuais atividades irregulares cometidas pelos administradores do banco, surgem investigações policiais que vão concluir que o capital do banco era composto pela movimentação de milhares de contos em notas falsas. Na sequência da acusação por parte do Banco de Portugal, de que as notas de 500 escudos, chapa 2 (efígie Vasco da Gama) em circulação, eram falsas, é determinada a sua retirada de circulação. Este litígio originou um demorado e complexo processo judicial que ficou conhecido por Processo Angola e Metrópole” (Banco de Portugal). [<https://www.bportugal.pt/arquivo/details?id=17416>]



Figuras 14 e 15

Capas de *O Domingo Ilustrado* dos dias 06, 13 e 20 de junho 1926.

Fonte: Reproduções dos originais.

Também como estratégia de consolidação junto ao público português, *O Domingo Ilustrado* sempre teve como objetivo fazer com que os seus leitores participassem, de alguma forma, na produção de seus conteúdos, dirigindo-lhes diretamente as seguintes palavras: “Aos leitores: A todos os nossos leitores pedimos que mantenham com este jornal um mínimo contacto. Sempre que uma correção lhes pareça precisa, que um alvitre pareça oportuno, venham até nós, na certeza de que esta folha é de todos os que nos leem, mais do que de quem a dirige” (*O Domingo Ilustrado*, 25 de janeiro 1925, p. 2). Também com o objetivo de dialogar com o leitor, tornar-se mais moderna e atrair a atenção do público, *O Domingo Ilustrado* tinha por costume promover concursos, como o de 31 de maio de 1925, que elegeu as atrizes de teatro mais bonitas, e um outro que deu ao guarda-redes do Sport Lisboa e Benfica, Francisco Vieira, o título de melhor jogador de futebol português. Os leitores podiam ir acompanhando a evolução dos concursos nas edições subsequentes e os resultados eram, por vezes, divulgados na capa da revista. Com nove meses de existência, a revista lançou a terceira competição, “Concurso de Novelas Curtas”, onde o leitor foi convidado a escrever pequenas histórias sobre as temáticas policial, trágico, sentimental ou de aventuras. Dentre os mais de 250 textos recebidos, os três melhores receberam como prémio a sua publicação nas páginas da revista. Os concursos fizeram parte de toda a vida da publicação e só finalizam juntamente como seu último número, em dezembro de 1927, com “O grande concurso popular: qual a costureira mais bonita?”.



Figuras 16 e 17

Capas de *O Domingo Ilustrado*, 31 de maio e 6 de setembro 1925.

Fonte: reproduções dos originais.

Apesar de não termos informações sobre a sua tiragem, *O Domingo Ilustrado* passou a trazer no topo de sua capa, desde 31 de maio de 1925, ou seja, cerca de quatro meses depois do seu lançamento, a informação de que teria “A maior tiragem de todos os semanários portugueses”. Contudo, mesmo com todo este aparente sucesso comercial, ao final de quase três anos, no último domingo de 1927, no dia de Natal, *O Domingo Ilustrado* publicou o seu último número, com a promessa de que não fecharia as portas, mas sim de que daria lugar a um outro semanário, mais moderno. Esta nova publicação seria a revista *Notícias Ilustrado*, lançada em março de 1928, propriedade do *Diário de Notícias* e cujo diretor era Leitão de Barros. Assim, dirige-se ao leitor pela derradeira vez:

Aos nossos queridos leitores devemos uma explicação. *O Domingo Ilustrado* que tem cumprido a sua missão jornalística de cerca de três anos, e que mercê de uma já indiscutível simpatia da parte do público vem brevemente cessar a sua publicação. Mas não fechará as portas. Dará lugar a sua ausência, ao aparecimento de outro jornal — mais moderno, mais europeu, mais adequado a um país que, como o nosso, vive uma ansiosa hora de ressurgimento e de vontade de vencer (*O Domingo Ilustrado*, 25 de dezembro 1927, p. 2).

Apesar de não podermos apontar exatamente o motivo pelo qual fecha as suas páginas ao público, a verdade é que os portugueses já tinham a opção de escolher revistas mais refinadas, com conteúdos mais diversificados e uma abordagem visual mais apelativa. Esse tipo de publicação já estava a tornar-se habitual em outros países da Europa, mas também já em Portugal, como é o caso da *Ilustração*, de que trataremos a seguir.

Ao descrevermos o primeiro número de *O Domingo Ilustrado*, poderíamos verificar que o leitor deparar-se-ia com uma revista de 12 páginas, a preto-e-branco, porém com capa colorida. Na segunda página, encontraria na rubrica “Ecos” e no texto com o título “Ao público” a apresentação da revista à sociedade portuguesa; em “Comentários” uma notícia breve sobre a partida para a Grécia do vice-cônsul Pappaleonardos; uma brevíssima descrição sobre o que representava a gravura da capa; em “Má-língua”, em forma de versos, uma reflexão sobre o descanso do trabalho no domingo; ao fundo da página, duas anedotas acompanhadas de gravuras; um pequeno texto sobre as aves de Lisboa; e, finalmente, uma nota para os agentes de *O Domingo Ilustrado* espalhados pelo país, ilhas, colónias e Brasil, pedindo o envio “com a nota de despesa” de fotografias dignas de registo.

Na terceira página, Feliciano Santos apresenta a rubrica “Questão Prévia” e Henrique Rondão assina “Crónica Alegre”, dirigida ao público feminino, onde fala sobre a vida boémia e o Pandega-Club, representado por duas gravuras. Nesta mesma página e com textos mais reduzidos se poderia ler sobre música, teatro, literatura, pintura e ainda duas anedotas, acompanhadas de gravuras. A quarta página era dedicada ao desporto, trazendo informação sobre legislação desportiva; o campeonato de futebol em Lisboa; a pouca relevância do atletismo português; e a fotografia de Correia Lea, apresentado como o responsável pela secção de Desporto.

A página seguinte trazia informações sobre teatro e cinema acompanhadas de fotografias e ilustrações. Nas páginas 6 e 7, *O Domingo Ilustrado* trazia dois capítulos de novelas (*Os desaparecidos de Lisboa* e *As mãos*) cujos enredos tinham seguimentos nos números posteriores. Na página 8, encontra-se a apresentação dos consultórios (do médico, do advogado, do professor e da modista) que tinham como objetivo dar aos leitores orientações gerais sobre cada uma destas áreas; jogos de xadrez e de damas; uma secção dedicada à vida académica e a associações escolares; ao fundo da página, dois anúncios publicitários.

A secção “Página feminina” encontrava-se na página 9 e possuía um comentário assinado pela modelista Alice Rosemonde sobre moda; na restante página, há uma notícia sobre a presença de Amparito Medina num “chá-tango” em Lisboa; e a descrição de modelos de vestidos. Em “Atualidades Gráficas”, o leitor poderia encontrar as fotonotícias, ou seja, fotografias (tipo retrato) ou gravuras acompanhadas de breves descrições de acontecimentos sociais (como a entrega de panos bordados ao parlamento português) ou meras curiosidades (mulher barbada; máscara radioativa de beleza feminina). A página seguinte era inteiramente dedicada à publicidade e a última correspondia à contracapa.

Figura 18
 Capa de *O Domingo Ilustrado*,
 25 de dezembro de 1927.
 Fonte: reprodução do original.



O último número de *O Domingo Ilustrado*, datado de 25 de dezembro de 1927, possuía capa azul com uma gravura de representativa da quadra do Natal e abria, na página seguinte, com a “Crónica da semana”, assinada por Norberto Lopes, sobre o peru da ceia de natal; logo abaixo, a nota de que aquele número havia sido visado pela comissão de censura; no restante da página, poderíamos ler em “Novidades e notícias d’aqui e d’acolá...” seis notícias breves; quatro anedotas acompanhadas de gravuras; e a notícia, não assinada, da despedida de *O Domingo Ilustrado*. Na página 3, a secção “Humorismo” traz um texto cónico e a “Crónica Alegre”, mas que poderia receber o nome de “pessimista”, assinada por Augusto Cunha. Esta peça fala sobre o lento progresso em Portugal quando, por exemplo, uma ponte sobre o Tejo e a avenida da Índia eram ainda projetos: “Andava na ama e já ouvia falar da ponte sobre o Tejo, da Avenida da Índia e doutras maravilhas inatingíveis e estou convencido de que os meus bisnetos, se quiserem ter a veleidade de passear numa avenida da Índia, terão de ir procurá-la ao oriente e, para atravessar o Tejo, terão de continuar a ir no bote” (*O Domingo Ilustrado*, 25 de dezembro de 1927, p. 3). A página 4 traz sete pequenos textos sobre curiosidades e sete pequenos poemas enviados pelos leitores sobre o concurso “A costureira mais bonita de Portugal”. A secção seguinte é dedicada a notícias sobre teatro e as páginas 6 e 7,

como é habitual, trazem as novelas-folhetim. As páginas 8 e 9 de *O Domingo Ilustrado* são dedicadas a charadas e jogos e, parte delas, também à publicidade. A página 10 é dedicada às fotonotícias, preenchida, principalmente, por curiosidades; a página seguinte é consagrada à publicidade; e a última página é a contracapa.

2.3. A Ilustração

Lançada em janeiro de 1926, mesmo a tempo de ainda ser considerada uma revista nascida na I República (embora menos uma revista *da* I República), a *Ilustração*, de periodicidade quinzenal, luxuosa, impressa em papel *couché*, distinguiu-se pela cobertura de atos oficiais e de outros assuntos da atualidade nacional e estrangeira, sob a forma de fotonoticiário. Apresentava-se com uma capa colorida exterior, seguida por um caderno de publicidade, conforme era comum à época, e uma capa a preto-e-branco interior, a que se seguiam as diversas matérias. As últimas páginas também eram reservadas à publicidade, frequentemente a iniciativas editoriais da Aillaud/Bertrand. Apesar de prevalecerem três colunas, o design não tinha número de colunas fixas. O número de colunas alterava-se em função das imagens ou outras variáveis, o que daria uma sensação de dinamismo e modernidade ao leitor coevo.



Figura 19 e 20

Capas externa e interna do primeiro número da revista *Ilustração*.

Fonte: reprodução dos originais.

Desde o primeiro número que, com poucas alterações, os conteúdos da revista se repartiam pelas seguintes áreas: crónica da quinzena, nacional e local, desportos, estrangeiro, sociedade elegante, secção feminina, infantil, humor, cinematografia, ciência, folhetim, colónias, literatura, teatro, artes, música, passatempos e bibliografia nova. Com um leque tão vasto de temas tratados, a revista tinha, certamente, como objetivo atrair o interesse e atender as exigências um grande número de leitores com diferentes géneros, idades e pertencentes, principalmente, às classes mais elitizadas, letradas e urbanas da sociedade.

O primeiro número da revista *Ilustração* está datado de 1 de janeiro de 1926 e possui capa colorida com uma gravura alegórica feminina: uma jovem escreve e dessa escrita há frutos, representados pelos ramos de árvore que lhe saem do vestido. Curiosamente, por baixo do vestido não há pernas: antes o edifício ou, metaforicamente, a cidade, o mundo. Na página seguinte, a revista é apresentada ao público com o propósito de contradizer a ideia de que “a Europa termina nos Perineus” e colocar Portugal entre os países que possuem publicações de revistas de qualidade como a França, a Alemanha, a Inglaterra, os Estados Unidos, Espanha e Brasil:

A Ilustração surge, pois, sem receio de competições, que, de resto, seriam para desejar, neste campo que urge desbravar a poder de persistência, bom gosto e mercê da coadjuvação de múltiplos elementos. Não poderiam ser melhores os que vão prestar à Ilustração a cooperação do seu talento, do seu saber e da sua arte.

É, sobretudo, fiados no merecimento dessa colaboração, que a Ilustração teve a felicidade de se assegurar, que nos abalançamos a todas as canseiras e sacrifícios lançando a público esta revista que, de número para número, nos esforçaremos por tornar cada vez mais perfeita em tudo aquilo que diretamente dependa do nosso esforço. (Ilustração, 1 de janeiro de 1926, p. 5)

Portanto, a revista *Ilustração* foi idealizada e teve a proposta inicial de: (1) preencher uma falha, pois, segundo os seus promotores, até então o país não teria uma publicação periódica que o representasse no cenário nacional e internacional; (2) fazer a cobertura de temáticas de forma mais aprofundada do que a imprensa diária, uma vez que esta estaria assoberbada a percorrer os factos “desde os mais banais aos mais transcendentos, com todo o nervosismo, por vezes febricitante, que os alvoroços e vicissitudes da vida política neles projetam, com o frémito dos mil e um interesses de que é feita a trama da convulsiva existência do nosso tempo” (*Ilustração*, 1 de janeiro de 1926, p. 5); e (3) oferecer ao leitor o que houvesse de melhor nas artes gráficas, incluindo-se principalmente, as cores e a fotografia, predominando nas suas páginas, muitas das vezes, a iconografia sobre o texto.

Uma das características da revista *Ilustração* foi o recurso omnipresente às fotonotícias, ou seja, uma secção onde as notícias mais importantes, principalmente as ocorridas em Lisboa e no Porto, eram apresentadas através de fotos acompanhadas de curtas legendas. Desta forma, seria o leitor a fazer a sua própria análise e julgamento dos factos. Assim, a revista

manteve-se afastada de matérias que poderiam trazer alguma polémica, mais especificamente de questões políticas, sobretudo após a instituição da Ditadura, na sequência do golpe de 28 de maio de 1926.

Mesmo quando tratava de assuntos que poderiam trazer controvérsia, a revista fazia-o de maneira indireta. Podemos observar esta característica no primeiro número da *Ilustração*, que abre com a “Crónica da Quinzena” assinada por Aquilino Ribeiro. O autor, num texto critica a corrupção, os roubos, as falsificações e a rápida ascensão social e financeira de certas personalidades, mas sem citar nomes ou factos concretos. Apesar dessa característica se alterar, com o passar do tempo, por decisões editoriais, a este aspeto é atribuído parte do sucesso da revista.



Figura 21 e 22

Ilustração, 1 de janeiro 1926, pp. 11-12.

Fonte: reproduções dos originais.

A revista tinha, por regra, 40 páginas. No entanto, os últimos números de cada ano, ou seja, no segundo número do mês de dezembro, a revista era mais volumosa, chegando a 64 páginas em 1926 e a 68 páginas em 1927, por exemplo. O aumento do número de páginas, no entanto, deve-se ao incremento do número dos anúncios publicitários e, também, à inclusão de matérias alusivas à quadra natalícia.

Logo de início, a *Ilustração* reuniu um considerável leque de colaboradores, que identifica com retratos fotográficos, no primeiro número, e do qual faziam parte, entre outros: Afonso Lopes Vieira, Albino Forjaz de Sampaio, André Brun, Afrânio Peixoto, Aquilino Ribeiro, Armando Cortesão, Augusto Gil, Jaime Cortesão, Henrique Lopes de Mendonça, Henrique Roldão, José Leite de Vasconcelos, Júlio Dantas, Brito Camacho, Raúl Brandão, Raúl Lino, Norberto de Araújo, Teixeira de Pascoaes, Martins Barata, Stuart Carvalhais, Vasco Serra Ribeiro. Na *Ilustração*, as fotografias estavam identificadas com legendas, mas, na esmagadora maioria das vezes, não eram creditadas. Contudo, podem-se identificar alguns fotógrafos entre os colaboradores da revista, casos de João Martins, Serra Ribeiro, Platão Mendes e Horácio Novais.

Desde o seu lançamento, a *Ilustração*, como era comum na época, teve um pequeno número de mulheres colaboradoras, como Helena de Aragão, Maria Fernandes Costa, Mercedes Blasco, Emília de Sousa Costa, Fernanda de Castro e Maria Carolina Ramos. Especialmente depois das mudanças editoriais ocorridas em 1931, as colaboradoras passaram a assumir um papel mais ativo no que diz respeito a temáticas ligadas a um lugar mais ativo das mulheres na sociedade, mas, inicialmente, estavam limitadas a temas tradicionalmente ligados ao mundo feminino, como culinária, moda e o ambiente doméstico. No primeiro número da revista, na secção “Feminina”, a *Ilustração* traz uma peça com o título “Cores e silhuetas modernas” e inicia-se com uma linguagem poética, onde se lê: “Moda! — capricho dum instante que a mais branda aragem da fantasia deturpa, contorce, transforma, utilizando-o em mil modalidades cintilantes de originalidade, de inédito, de... excentricidade...” (*Ilustração*, 1 de janeiro de 1926, p. 18). Mais à frente, dá várias sugestões de tipos de cortes, modelos e cores de roupas que são exemplificados por meio de fotos e gravuras. As cinco peças seguintes desta secção dedicada às mulheres tratam dos seguintes temas: golas; chapéus; como recuperar móveis riscados ou despolidos; penteados; e como ensinar as criadas a passar roupa a ferro.

Esse tipo de temática foi aos poucos dividindo lugar com outros assuntos, também em outras secções da revista, que davam à mulher uma maior relevância na sociedade como é o caso, por exemplo, de uma peça do dia 6 de maio de 1927, assinada por Helena de Aragão, com o título “A mulher no lar e na ciência”. Nesta peça percebemos como a revista *Ilustração* foi também um meio importante para estimular discussões e questionamentos sobre o papel da mulher na sociedade, em defesa da conquista de direitos civis e de igualdade de direitos entre géneros:

Por mais repetidas provas de valor intelectual que a mulher, ao longo de muitos séculos de constante evolução educativa, venha prestando à sociedade ingressando como lutadora decidida e vitoriosa em todos os campo abertos às explorações da inteligência e do esforço humano, o homem, o seu intransigente e galanteador inimigo de sempre, recusa-lhe todo o aplauso, toda a justiça, todo o apoio, desde que a veja agindo para além da barreira delirante da sua influência moral. E assim, enraizada no preconceito granítico de um parcialismo irreduzível, a negativa do mérito intelectual feminino prevalece, dogmática, cega, surda (*Ilustração*, 16 de maio de 1927, p. 20).



Figuras 23 e 24
Ilustração, 1de janeiro de 1926, p. 18, e 16 de maio de 1927, p. 27.
 Fonte: reprodução dos originais.

A *Ilustração* foi lançada pela editora Aillaud, parceira da editora Bertrand (e que com esta se fundiria, em 1931). Era dirigida por João da Cunha Eça, que terá estado na origem do projeto editorial. Cunha Eça seria, no entanto, substituído por João de Sousa Fonseca logo em fevereiro de 1928¹¹. Possivelmente, a mudança na direção ter-se-á devido a uma carta aberta que, mesmo tendo passado pelo crivo da censura, é publicada na *Ilustração*¹², onde Cunha Eça se dirigiu aos ministros da Instrução e Finanças do terceiro Governo da Ditadura Militar. Nessa carta, o diretor da *Ilustração* contesta o aumento dos impostos sobre a importação de papel, que poderia condenar a imprensa e o livro ao desaparecimento, e acusou o Governo de, em matéria económica, permitir que Portugal fosse “governado (...) por um grupo de (...) indivíduos que, ao amparo dos compadrios, se apoderam (...) de todos os organismos de consulta, de todas as comissões técnicas”, formando “um Estado dentro de outro Estado”, uma

¹¹ Sousa Fonseca foi diretor da *Ilustração* até agosto de 1931.

¹² Curiosamente, a “Carta aberta” passou pelo crivo da censura, já que a revista era visada pelos censores desde, pelo menos, o n.º 29, de 1 de março de 1927, que ostentava o dístico “Este número foi visado pela Comissão de Censura”.

“rede invisível” (João da Cunha Eça, Carta aberta aos Ex.mos Senhores ministros da Instrução e das Finanças, *Ilustração*, n.º 51, 1 de fevereiro de 1928, p. 10).

O número seguinte da *Ilustração*, do dia 16 de fevereiro, já trazia Sousa Fonseca como diretor, mas até 1 de agosto de 1929 o nome de João da Cunha Eça continuou a aparecer no cabeçalho da revista, mas como “fundador e diretor-delegado”. As mudanças significativas na linha editorial da revista não foram sentidas imediatamente e só ocorreriam em 1931, com uma nova mudança de direção.

Em 1931, de facto, a Empresa Nacional de Publicidade¹³, detentora do *Diário de Notícias*, associou-se, por alguns meses, à proprietária inicial, a editora Aillaud, parceira da Bertrand, e promoveu mudanças na *Ilustração*, em especial depois de a direção ter sido assumida pelo jornalista, escritor e propagandista do Estado Novo António Ferro, em agosto de 1931 (apenas por quatro números, o primeiro datado de 15 de agosto). Nesse momento, a revista apresenta uma nova proposta editorial ao colocar-se entre gerações e projetar-se para o futuro: “De um lado, os valores consagrados do momento contemporâneo português, todo o balanço do nosso esforço intelectual e artístico. Do outro lado, a geração que vai chegar, com as suas nobres inquietudes, com a sua ânsia de novidade, com os seus olhos novos e a sua alma nova” (*Ilustração*, 31 de julho 1935, p. 2).

A chegada do novo diretor é vista como o início de uma fase moderna da *Ilustração*, descrita como um “espírito novo e ‘europeu’, cujo talento se tem revelado largamente nos seus livros como nas suas reportagens internacionais, aos quais sabe transmitir a centelha do seu talento de prosador moderno” (*Ilustração*, 31 de julho de 1935, p. 2). A secção “Crónicas da Quinzena” deixa de existir e é substituída pelo “Parque de Atrações”, mas a revista continua muito direcionada para as temáticas relacionadas com a cultura, dedicando várias páginas à crítica de peças teatrais, arte e literatura. Com relação ao público feminino, apresenta uma proposta diferente das edições anteriores, uma quebra de paradigma, orientando a secção “Ilustração feminina” para a mulher moderna.

Ao abrir esta secção Ilustração Feminina, pergunto a mim própria: — Há, realmente, em Portugal mulheres que mereçam mais do que a habitual *Página Feminina* com receitas de bolo, menus económicos, modelos de almofadas e receitas para tirar nódoas? (...) Partimos, pois, deste princípio: A mulher portuguesa já não se contenta hoje, no campo da literatura, com os folhetins do seu jornal; gosta de ler, tem curiosidades intelectuais, procura estar ao par das literaturas modernas sem esquecer os precursores das grandes épocas.” (*Ilustração*, 15 de agosto de 1931, p. 27, Ilustração Feminina).

13 A Empresa do Diário de Notícias foi redenominada Empresa Nacional de Publicidade, em 1928, quando se tornou propriedade da Companhia Industrial de Portugal e Colónias.



Figuras 25, 26 e 27
Ilustração, 1 de agosto de 1931, pp. 17, 34 e 27.
 Fonte: reprodução dos originais.

Portanto, quando António Ferro assume a direção, a *Ilustração* reinicia a sua numeração para marcar um novo recomeço na publicação da revista, mas outras alterações também foram sentidas. A revista passa a ser impressa em papel *couché*, branco e com brilho, o que trouxe um toque de requinte e luxo. Em termos gráficos e de *layout*, as páginas da revista trazem diferentes tipos de letras e, apesar de ainda prevalecer o preto-e-branco, as fotografias e desenhos ganham um toque de cor, dando a ideia de dinamismo e modernidade. Como consequência, há também um aumento de preço, o único reajuste que a revista teve ao longo de sua história, pois no seu primeiro número, em janeiro de 1926, a revista tinha o valor, por exemplar, de 4 escudos, e passou a custar 5 escudos, a partir de 1931. Esse preço permaneceu até o final da sua publicação regular, em 1939, incluindo os números anuais extraordinários, entre 1961 e 1975 (o valor da assinatura anual passou de 84 escudos para 120, neste mesmo período).

A direção da revista foi, finalmente, assumida por Arthur Brandão a partir do n.º 141, de 1 de novembro de 1931, um homem que possuía larga experiência como editor e jornalista — em Portugal, fundou a revista *Crítica*, em 1896, e *A Folha* e a *Tribuna*, em 1906. Trabalhou em grandes jornais no Brasil e dedicou-se, também, à política. Permaneceria no cargo até a descontinuação da publicação.

A mudança de direção pode estar associada ao facto de que, a partir desse número da revista *Ilustração*, a Bertrand já figurava como única proprietária da publicação. A saída de António Ferro é justificada pelo facto de que “exatamente porque o seu mérito é grande, e assim se tem evidenciado nos maiores êxitos de nossa reportagem internacional, o trabalho absorvente da feitura de uma revista coartava essa inteira liberdade de ação que à sua fecunda atividade jornalística se torna imprescindível” (*Ilustração*, 15 de outubro de 1931, p. 21). À revista juntam-se novos colaboradores, como João Ameal, José Gomes Ferreira, Rocha Júnior, Bernardo Marques (ilustrador), João Martins (fotógrafo), Platão Mendes (fotógrafo), Horácio Novais (fotógrafo), Carlos Queiroz e Carlos Ramos.

Com a direção de Arthur Brandão, a *Ilustração* retoma algumas das características originais. A *Crônica da Quinzena* volta a figurar nas páginas da revista. A partir de 1933, essa seção da revista é assinada por Samuel Maia que possui um discurso crítico e provocativo sobre os acontecimentos da época, mas que, aos poucos, é suavizado, também, em parte, devido à ação da censura a que eram submetidas às publicações da época. A partir de 1934, provavelmente para justificar a ação da censura, a revista passou a ostentar um pequeno aviso, talvez para o diretor e a empresa editora se justificarem perante censores, colaboradores e público: “Pelo caráter desta revista impõe-se o dever de registrar todos os acontecimentos e publicar artigos das mais diversas opiniões que possam interessar assinantes e leitores, a fim de se manter numa perfeita atualidade nos diferentes campos de ação. Assim é de prever que, em alguns casos, a matéria publicada não tenha a concordância do seu diretor.”

O último número da revista *Ilustração* foi publicado a 16 de dezembro 1939, com o mundo já mergulhado numa nova guerra mundial. Possui capa em tons de azul, com um quadro

com temática religiosa (“A apresentação”, de Hans Memling), como era habitual na segunda edição do mês de dezembro. Nesta última edição, a *Ilustração* possui características muito distintas dos primeiros números. A revista abre com a frase “A guerra prossegue com o seu vasto cortejo de horrores”, que dita o ritmo das demais páginas. O tom colorido com pinceladas de vermelho, que se figurara outrora, dá lugar ao predomínio do preto-e-branco, a condizer com a guerra que já há muito se estabelecera como o tema dominante em suas páginas.

Mesmo sem desenvolver de maneira aprofundada qualquer aspeto político nacional ou internacional, como era já uma característica da revista, lê-se muito sobre trincheiras, frente de batalha e violência. Essa falta de capacidade de dar a conhecer os factos que estabeleciam a realidade em que Portugal e o mundo se encontravam pode ser explicada pelo controlo que a ditadura portuguesa impunha sobre as notícias e publicações, para além de todas as limitações que uma guerra mundial poderia impor a qualquer país europeu.

Assim, neste último número, no lugar de falar de acontecimentos históricos que ocorriam naquele momento e que impactavam a vida de milhões de portugueses, a *Ilustração* traz três páginas dedicadas à tomada de Danzig pelo exército francês, no início do século XIX. Mesmo ao fazer uma pequena analogia com a I Guerra Mundial, “O que pensaria então Lefevre se tivesse podido ver o inferno de ‘sangue e de lama’ que foi a Grande Guerra?”, a autora, Eunice Paula, não faz nenhuma referência ao que se passava na atualidade coeva.

Assim, com o título “A *Ilustração* e guerra: a razão da suspensão temporária de nossa revista”, a publicação despedia-se dos seus leitores, acenando-lhes com a promessa, nunca concretizada, de um regresso: “a *Ilustração* não morre. Limita-se a suspender temporariamente a sua publicação até que os horizontes europeus se desanuviem e se entre naquela quadra de calma que sempre sucede às grandes convulsões”. Talvez se pensasse, como tinha ocorrido na alvorada da I Guerra Mundial, que o novo conflito seria breve.

No início da vida, a *Ilustração* intitulava-se “A revista portuguesa de maior tiragem e expansão” e terminou os seus dias como “A grande revista portuguesa”, um sinal de que, apesar de todas as dificuldades, revista tentava manter uma posição de destaque entre as publicações. Tendo durado até ao número de 16 de dezembro de 1939¹⁴, pode dizer-se que a revista teve bom acolhimento junto do público. A verdade é que Cunha Eça tinha razão. Terá sido, principalmente, a crise do papel a condenar a *Ilustração* ao desaparecimento, devido ao racionamento e aos constrangimentos nos abastecimentos provocados pela II Guerra Mundial. Talvez três razões estejam na base do sucesso editorial da publicação: a boa relação qualidade-preço; a aposta na informação “neutral”, no contexto da qual a foto-informação era privilegiada, o que lhe dava uma mais-valia mercadológica; e o facto de se apresentar como um produto novo, apetecível e alinhado com o seu tempo.

14 A Bertrand editou até 1975 um número anual da *Ilustração* para garantia de título.

No primeiro número de a *Ilustração*, a seguir à capa, a segunda página é composta por publicidade das livrarias Aillaud e Bertrand, editoras da publicação. Na página seguinte, a 5, há um texto de página inteira, sem fotos ou gravuras, não assinado (*Ilustração*: publicação quinzenal), onde a revista é apresentada ao público. Começando nessa página e prolongando-se pelas seguintes, são apresentados os nomes e fotografias dos 45 colaboradores iniciais (duas mulheres) da revista. Segue-se a capa interna, com a foto do Presidente da República, Bernardino Machado. A revista abre com a “Crónica da Quinzena”, um texto que faz uma crítica à sociedade da época. Na mesma página, há uma nota sobre a colaboração de José de Figueiredo. Seguem-se páginas de fotonotícias sobre acontecimentos ocorridos em Lisboa e no Porto. Depois, o leitor poderia encontrar na secção “Cidades, Vilas e Aldeias” quatro pequenos textos acompanhados por fotos. O primeiro fala sobre Leiria e o seu potencial turístico; o segundo versa sobre a beleza da Capela dos Clérigos, em Vila Real; e os textos seguintes descrevem a Sé de Viseu e o Reformatório de Fiel.

Na página sobre “Desportos” há quatro textos escritos em três colunas. O primeiro deles está assinado por José de Mello Breyner e nele expõe-se sobre como a secção de desportos será conduzida. No texto “O Jockey Club”, acompanhado por uma foto da égua Whitby e do Conde de Pinhel, a revista aborda as corridas de cavalos no Jockey Club de Lisboa e a importância das novas instalações, ainda por concluir. “O Novo Estádio das Amoreiras” faz referência à inauguração das modernas instalações do Campo das Amoreiras, obra realizada pelo Sport Lisboa e Benfica, e vem acompanhada por uma foto do estádio, que ocupa cerca de um terço da página. A última peça, intitulada “Um Atleta Desconhecido”, descreve as proezas de um jovem búlgaro que torceria ferro com os dentes e sobre a sua cabeça e que levantaria pesos extraordinários (o texto está acompanhado de uma foto com uma plataforma com 2000 quilos levantada pelo jovem).

Na secção “Estrangeiro” há seis fotografias com legendas, predominando, portanto, a iconografia sobre o texto. Destacam-se as notícias relacionadas com Paris: uma fotografia de Roland Garros e da inauguração de um monumento em sua homenagem, com a seguinte legenda: “Último retrato de Garros e inauguração em Paris, nos Campos Elísios, do monumento ao célebre ás da aviação francesa morto na guerra”; a seguir, duas fotografias mais pequenas de personalidades masculinas, com as legendas “O Sr. Henri, novo embaixador da França em Washington” e “O grande escritor inglês Rudyard Kipling, que se encontra gravemente enfermo”; ao fundo da página duas fotos que representam “Paris — O professor Joser-ski dando a sua primeira lição na Escola Superior de cozinha” e “Paris — O público em bicha à porta do estanco de tabaco, antes da subida de preço”.

A secção “Sociedade Elegante” é composta por duas páginas. Na primeira, a revista traz uma única notícia, com o título “Casamento Aristocrático”, referindo-se ao casamento de Maria de Lancastre e Alexandre de Almeida Garrett. A notícia vem acompanhada de cinco fotografias que representam detalhes do casamento. A página seguinte traz como tema “As

corridas de cavalos no Jockey Club do Campo Grande” e é composta por fotos (cinco) e legendas de personalidades e da assistência nos dias das corridas.

Depois, o leitor poderia encontrar nas próximas duas páginas (18 e 19) a secção “Feminina”, dedicada à moda e dicas domésticas. Na secção “Página Infantil” encontra-se uma banda desenhada assinada por Raquel, composta por cinco desenhos, que conta a história de um gato. A secção “Humorismo” é composta por um texto de uma página e assinado por André Brun. A peça, escrita em três colunas, tem como título “O desleal conselheiro” e está acompanhada de sete gravuras. Aqui a revista apresenta ao leitor uma história bem-humorada que explica como os jornais podem não ser confiáveis.

A secção “Cinematografia” é composta por duas páginas e combina texto e fotografia. Na primeira página, pode ler-se sobre a evolução do cinema no cenário mundial e como Portugal não tem acompanhado essa tendência. O texto, de uma única coluna, está acompanhado de três fotografias que ocupam quase dois terços da página. Na página seguinte, ainda da mesma secção, há seis fotografias com cenas de filmes e dois pequenos textos que falam da projeção de filmes na Ópera de Paris por determinação do Governo francês; e da produção do filme “Nôtre Dame de Paris”, pela Universal Pictures.

Na secção “A casa portuguesa” fala-se de arquitetura. O leitor encontra neste primeiro número da revista um texto assinado por Raul Lino com os direcionamentos para as publicações futuras. Nesta mesma página, encontram-se quatro fotografias com a temática: balcões, varandas e pátios. Na página seguinte, a 25, encontra-se a secção “Vida científica”, composta por dois textos distribuídos ao longo de três colunas. O primeiro deles, assinado por F. Mira e com o título “A morte e a ressurreição na Terra”, ocupa dois terços da página e fala sobre a radioatividade, o resfriamento ou o aquecimento da Terra e as consequências para os seres vivos (acompanhado de uma fotografia de Marie Curie no seu laboratório). Apesar de ser um texto científico, o autor cita elementos religiosos como o apocalipse, Jeová, Adão e Eva, para falar de uma possível extinção da vida na Terra e o seu ressurgimento milhões de anos mais tarde. A outra peça está intitulada “A Pedra Filosofal” e é assinada por Jess. Nela, poder-se-ia ler sobre a ambição do homem para produzir ouro artificialmente. Assim como no primeiro texto, o autor faz referência ao elemento químico rádio “com suas maravilhosas propriedades” e chega a citar que algumas pessoas já teriam sido capazes de produzir, em laboratório, pequenas quantidades de ouro. O texto termina com o autor a duvidar do resultado da experiência e a sugerir que, quiçá, faria parte dos aparelhos usados na mesma.

“Sensacional romance americano, cujo extraordinário êxito se avalia pela tiragem de 2.700.00 exemplares atingida nos Estados Unidos”. Assim se inicia a secção seguinte, que apresenta duas páginas do livro *Letra Encarnada*, de Nathaniel Hawthorne (três colunas, com uma gravura ao centro). O romance continua no próximo número da revista.

A secção seguinte, “Colónias portuguesas”, tem uma única peça intitulada “Vida colonial”, assinada por Armando Cortesão e constituída por duas páginas que combinam texto

(em três colunas) e fotografias (dez). O leitor encontra nestas páginas informações que desmistificam uma visão limitada do que é a vida colonial. “Livros e escritores” é a secção seguinte, composta por duas páginas com fotografias e textos em três e duas colunas. A primeira página trata da crise que as publicações francesas atravessavam, ocasionada pelo excesso de produção, algo que também ocorreria em Portugal, pois “publica-se demais”. A segunda parte do texto homenageia Carolina Michaelis de Vasconcelos e Elísio de Carvalho, escritores recentemente falecidos (fotos de perfil).

A página seguinte, a 31, apresenta uma foto de Eça de Queirós e um texto que pede a colaboração a “homens de letras” para falarem sobre “Os livros póstumos de Eça de Queirós”. Mais abaixo há cinco pequenos textos sem fotografia ou gravura dos colaboradores Antero de Figueiredo, Aquilino Ribeiro, D. João de Castro e João Grave. A secção “Teatro” apresenta a peça “Miragem”, de Carlos Selvagem, em cartaz no Teatro Nacional. Apresenta duas fotografias (uma masculina e outra feminina) e texto em três colunas, traz algumas críticas da obra e descreve as principais características da peça.

A página seguinte é totalmente ocupada pela fotografia de uma pintura com a seguinte legenda: “Pintura portuguesa do primeiro quartel do século XVI (atribuída a Gregório Lopes), pertencente ao antigo retábulo de Santa Auta, da igreja de Madre de Deus. Hoje no Museu Nacional de Arte Antiga”. Na página 34 a revista *Ilustração* traz a secção “Música”. Dois textos, em três colunas, vêm acompanhados de três fotografias do interior do Teatro dos Campos Elísios. No primeiro texto, o autor, F. de L., faz uma crítica ao facto de Lisboa não ter um lugar que seja propriamente dedicado a concertos (falta de modernidade, longas bichas, cadeiras desconfortáveis, corredores tortuosos) e aponta como ideal o exemplo francês desse teatro. O segundo texto, não assinado, faz uma crítica do festival da “Sociedade Internacional de Música Moderna”, em Veneza.

“Passatempo” é uma secção que combina gravuras (duas) e textos em três colunas. Aqui o leitor se divertiria com os jogos e gravuras com viés humorístico.

Na página 36 está a última secção da revista, “Bibliografia estrangeira”, cujo objetivo é informar o leitor sobre nova literatura estrangeira. As indicações estão organizadas nas seguintes temáticas: Literatura inglesa traduzida para francês, registo bibliográfico, história e medicina.

Ao fundo da página 36 há informação sobre os preços da assinatura da revista *Ilustração* no continente e ilhas, nas colónias, em Espanha, e no estrangeiro, por trimestre, semestre e ano. Nas últimas duas páginas da revista há publicidade às livrarias Aillaud e Bertrand (livros infantis e *História Universal*).

O último número de a *Ilustração* possui 32 páginas e trazia uma capa em tons de azul com o quadro com temática religiosa (A Apresentação, de Hans Memling). As três páginas seguintes são dedicadas à publicidade.

A revista abre com um texto de página inteira, sem fotos ou gravuras, escrito em três colunas e não assinado, onde se despede do público. As três páginas subsequentes são

compostas pelas fotonotícias, fotos acompanhadas de breves legendas sobre atos oficiais do Presidente da República e soldados escoceses construindo trincheiras na frente de batalha, durante a II Guerra Mundial. Depois, o leitor encontraria três páginas dedicadas à poesia. Na primeira delas, uma peça assinada por Gomes Monteiro sobre a vida do escritor Jessé de Almeida e também o seu poema “Altar da Pátria”. Nessa página há um retrato do poeta e, ao fundo, rebanhos de ovelhas a pastar no campo. As duas outras páginas estão preenchidas por uma crítica literária de Manuel Anselmo à poesia de Jorge de Lima. Aqui, mais uma vez o texto vem acompanhado de uma pintura do busto do poeta e uma foto do autor da peça.

Sob o título “A violência nunca pode ser vitória”, assinado por Mercedes Blasco e acompanhado, ao fundo de toda a página, de um quadro que representa uma cena de guerra, encontramos três matérias que refletem sobre a submissão por meio do exercício da violência. “O Dia da Mocidade”, matéria seguinte, é uma fotorreportagem ancorada em três fotografias sobre a comemoração do Dia da Mocidade Portuguesa.

Nas três páginas seguintes, assinadas por Eunice Paula, a *Ilustração* traz uma descrição de como se deu um acontecimento histórico do século XIX: a tomada de Dantzig pelo exército francês, mais de um século antes. Em “Figuras e Factos”, encontramos seis fotografias e, uma vez mais, uma secção dominada pela imagem. A primeira foto refere-se à sessão solene realizada na Academia das Ciências por ocasião do centenário de Júlio Dinis. Logo abaixo, ao centro, na maior foto da página podemos ver o Chefe de estado na inauguração do Casino Estoril e, ao fundo da página, quatro retratos de quatro escritores que lançaram recentemente novas publicações em Portugal.

A seguir, a rubrica “Recordações e apontamentos” ocupa duas páginas da revista. Escrita por Lopes de Oliveira, nela se narra, em primeira pessoa, numa espécie de autobiografia, o seu percurso académico e outros trechos do seu curso de vida. Essa peça traz três fotos de Coimbra e um retrato do autor em jovem.

As duas matérias seguintes ocupam, mais uma vez, páginas duplas. A primeira, intitulada “Vistas da heroica Finlândia”, com domínio da imagem sobre o texto, refere-se à luta “heroica” dos finlandeses contra os soviéticos, no contexto da II Guerra Mundial. A segunda, biografa o político britânico Hore-Belisha, ministro da Guerra britânico na alvorada da II Guerra Mundial.

Na secção “Vida Elegante” não há fotografias, predominando, portanto, o texto verbal sobre a iconografia, com notícias sobre casamentos em famílias com destaque social e uma festa beneficente organizada por senhoras da alta sociedade portuguesa.



Figura 28
Ilustração, 16 de dezembro de 1939, pp.18 e 19.
Fonte: reprodução dos originais.

A página seguinte traz fotografias sobre a comemoração do 1.º de dezembro e é seguida de duas páginas dedicadas à relação de Napoleão Bonaparte e sua esposa Josefina. A página 26 traz duas notícias: a primeira sobre o sucesso do incentivo do Estado Novo à produção de vinho verde e a segunda sobre a nova bandeira da Albânia “hasteada por duas jovens fascistas e vanguardistas albanesas por entre as aclamações entusiásticas da multidão” (*Ilustração*, 16 de dezembro de 1939, p. 26).

Em “História Muito Antiga”, Maria de Eça traz à tona no tema do Natal ao falar sobre o nascimento de Jesus e, nas páginas 28 e 29, a mesma autora fala sobre moda, mas também há textos sobre maternidade, beleza e o horror da guerra para os órfãos polacos.

A secção seguinte, com o nome de “Charadística,” tem como objetivo a prática de “desporto mental”, com a apresentação de enigmas aos leitores. Nessa mesma página há a apresentação com foto e nome de 32 charadistas que colaboraram ao longo dos anos nesta secção.

Mais uma vez o último número de a *Ilustração* faz referência à guerra, ao apresentar fotos e gravuras a ocuparem toda uma página, intitulada “Visões da guerra”. As próximas duas páginas são ocupadas pela secção “Quinzena desportiva”, que combina textos e fotografias, principalmente sobre futebol e ginástica. A última secção, “Fim de Semana”, traz ao leitor de *Ilustração* uma página cheia de curiosidades e jogos de entretenimento.

Antes de três páginas de publicidade, com que termina o último número regular da revista, a administração da *Ilustração* dirige-se “aos leitores, assinantes e amigos” nos seguintes termos:

Suspende, com este número, a publicação da *Ilustração*. Circunstâncias várias — como o encarecimento das gravuras, 50% de aumento, o agravamento do preço e a dificuldade de obter o papel *couché*, que se não fabrica em Portugal, forçaram a administração desta revista a tomar esta resolução. Reaparecerá quando a anormalidade que o mundo atravessa o permitir. Entretanto endereçamos a todos os nossos assinantes, anunciantes e colaboradores, o nosso sincero agradecimento pelo auxílio e pelos obséquios que nos dispensaram durante 14 anos decorridos da *Ilustração*. (*Ilustração*, 16 de dezembro de 1931, p. 29)

2.4. O caso particular de uma revista de infopropaganda portuguesa: *Portugal na Guerra*

Durante a I Guerra Mundial, as potências beligerantes publicaram periódicos de infopropaganda, destinados a fazer propaganda do seu esforço de guerra para surpreenderem aliados e inimigos e convencerem as respetivas populações da justeza da participação no conflito e da necessidade de sacrifícios — humanos, materiais e financeiros.

Portugal, que entrou oficialmente na conflagração europeia em 1916, mas que já estava indiretamente envolvido no conflito desde 1914, também teve uma revista de infopropaganda, intitulada *Portugal na Guerra*. Não foi publicada em território português, mas sim em França, onde terá circulado mais do que em Portugal, sob os auspícios do Governo português. Traz-se o caso à narrativa dado tratar-se de uma singularidade no panorama das revistas portuguesas, já que, nela, a informação esteve claramente subjugada a um propósito propagandístico.

A revista *Portugal na Guerra* foi, pois, idealizada para, seguindo o exemplo de várias publicações similares publicadas pelos beligerantes¹⁵, propagandear o ponto de vista do Governo português sobre a participação militar portuguesa na Grande Guerra e, em especial, sobre o envio do Corpo Expedicionário Português (CEP) para França. Efetivamente, *Portugal na Guerra* apresentava-se, na sua forma, se não como um produto jornalístico (tendo-se em

¹⁵ Os britânicos, por exemplo, foram pródigos na publicação de revistas ilustradas propagandísticas que, apresentando-se como um produto jornalístico similar a tantos outros, misturavam informação com propaganda, para disseminarem o ponto de vista britânico sobre a Grande Guerra e sobre a marcha dos tempos. Uma delas foi *O Espelho*, uma publicação dirigida para Portugal e para o Brasil, oficialmente editada por uma empresa, mas, efetivamente, elaborada sob a égide do War Propaganda Bureau (Sanders, 1975; 1982; Novais, 2013; Sousa, 2015 b e 2015c).

conta o que então se considerava ser o jornalismo), pelo menos como uma revista ilustrada semelhante a outras que então eram publicadas pelo mundo fora, apesar de ostentar na capa o selo da República Portuguesa, o que lhe dava um cunho oficial.



Figura 29 e 30
Capa frontal e capa interior do primeiro número da revista *Portugal na Guerra*.
Fonte: reprodução dos originais.

A revista *Portugal na Guerra* foi publicada entre junho de 1917 e janeiro de 1918, num total de oito números, de periodicidade irregular. Foi dirigida pelo ilustrador e pintor Augusto Pina, que se movia nos círculos artísticos e intelectuais portugueses em Paris, onde estudou Belas-Artes. É interessante notar este facto — o governo português colocou um homem da arte e do teatro, e não um jornalista, a dirigir uma revista ilustrada de propaganda de guerra.

Escrita, esmagadoramente, em português, a revista *Portugal na Guerra* incluía, não obstante, pequenas notas em francês, tais como: legendas, títulos e o cartaz de espetáculos em Paris. Pode concluir-se que a revista pretendia fazer compreender alguns dos seus conteúdos aos franceses e aos falantes de francês que pudessem ter a oportunidade de a folhear, mas um dos seus públicos-alvo seriam os próprios portugueses em França, nomeadamente os intelectuais, artistas, diplomatas e outras altas individualidades da política e dos negócios e os

oficiais — muitos deles filhos de proeminentes republicanos — destacados como intérpretes e agentes de ligação na capital francesa. Eram eles que podiam usar as informações sobre os espetáculos em Paris para, longe da *malta das trincheiras*, poderem levar uma vida boémia.

Nitidamente projetada para ser quinzenal, conforme revelam as informações sobre os preços das assinaturas na ficha técnica, a revista *Portugal na Guerra* teve esta periodicidade em junho de 1917 e entre setembro e outubro de 1917. Os últimos números, de novembro de 1917 a janeiro de 1918, tiveram, já, periodicidade mensal. Não se publicou em julho e agosto de 1917.

Uma vez que o fim da publicação da revista coincidiu com a ascensão de Sidónio Pais ao poder em Portugal, no final de 1917, a causa mais provável para a morte da *Portugal na Guerra* terá sido o fim do financiamento e a falta de interesse do novo poder, mais interessado em promover a figura do novo Chefe-de-Estado.

A revista *Portugal na Guerra* tinha, normalmente, 16 páginas de 38,5 cm de altura por 28,5 cm de largura, excluindo-se a capa, a contracapa e os respetivos versos. A capa, que ostentava, simbolicamente, o escudo da República Portuguesa, conferindo-lhe um estatuto oficial, ou, pelo menos, oficioso, foi sempre impressa em papel colorido verde e, por vezes, incluiu palavras grafadas a cor, como aconteceu com a palavra Portugal do próprio título da revista. O interior foi composto a preto-e-branco, mas, no primeiro número, incluiu uma reprodução colorida de uma aguarela da autoria do seu diretor. Os anúncios publicitários também apresentavam, por vezes, elementos coloridos, suscetíveis de promover a atenção do leitor. No interior de cada número, a revista inseria uma primeira página que repetia o tema forte apresentado na capa — a apresentação do perfil de um líder português ou aliado ou, nos casos dos números 5 e 6, a visita presidencial a França.

A ficha técnica da revista *Portugal na Guerra* revela que se publicava em Paris (sede no n.º 3 da rua de Villejust) e que o secretário de redação era José de Freitas Bragança, que assinou alguns dos textos como J.B, incluindo várias crónicas sobre o quotidiano parisiense em tempo de guerra.

As fotografias em França ficaram a cargo do fotógrafo Arnaldo Garcês, colaborador regular da imprensa e um dos introdutores do fotojornalismo em Portugal, sendo dele o mais impressionante conjunto de imagens do quotidiano dos expedicionários portugueses. Em Portugal, o correspondente fotográfico era Carlos Alberto Lima, também ele colaborador regular da imprensa — mas a revista não publicou fotografias de Portugal, só de portugueses.

A revista apregoava que tinha a “colaboração literária dos mais notáveis escritores portugueses e estrangeiros”, “colaboração artística dos maiores artistas portugueses” e ainda “cartas das principais capitais do mundo”. Mas o contributo literário reduziu-se a vários autores menores da literatura e do jornalismo: entre outros, o jornalista republicano Mayer Garção; o jornalista, escritor e diplomata republicano Alfredo de Mesquita Pimentel; o jornalista, dramaturgo, cronista e militar republicano André Brun, sob o pseudónimo misterioso Capitão X (a sua identidade é revelada no n.º 4, p. 6); o jornalista José Paulo Fernandes; o

jornalista republicano Xavier de Carvalho, que há largos anos vivia em Paris e que foi um dos expoentes da causa “guerrista”; e o jornalista, jurista e escritor Alberto de Sousa Costa.

Por seu turno, caso se descontem as fotografias, o contributo “artístico” reduziu-se a uma aquarela colorida do diretor da revista, Augusto Pina, intitulada “Porta-bandeira português na guerra”, e a um retrato colorido do comandante do CEP, general Tamagnini, da autoria do pintor Ferreira da Costa.

A revista aceitava assinantes de França, de Portugal e do Brasil, sinal que se destinava a públicos destes países. Aliás, a revista tinha agentes distribuidores em Lisboa (Victor Melo) e no Rio de Janeiro (Casa A. Moura).

O preço das assinaturas e dos números avulsos não variou enquanto a revista foi publicada, apesar da inflação. Um número custava 30 centavos em Portugal, um franco em França e 1500 réis no Brasil. Curiosamente, os preços das assinaturas — igualmente disponíveis para França, Brasil e Portugal — revela que estava prevista a publicação de mais edições da revista *Portugal na Guerra* do que aquelas que saíram. Efetivamente, conforme se pode ver na tabela 3, a publicação teve oito números, de periodicidade irregular, entre junho de 1917 e janeiro de 1918 (oito meses). Embora a revista não tivesse sido publicada em julho e em agosto de 1917, em junho deste ano foram publicados os dois números previstos, tal como em outubro. Mas a ficha técnica revela que se previa que a revista fosse quinzenal e durasse bastante mais tempo do que durou. Uma assinatura de um ano (24 números) custava 6\$30 para Portugal, 21 francos para França e três mil réis para o Brasil. Uma assinatura de seis meses (12 números) ficava por 3\$30, em Portugal; 16\$00, no Brasil; e 11 francos, em França. Finalmente, uma assinatura de três meses custava 1\$80 em Portugal e 6 francos em França, não estando esta modalidade prevista para o Brasil.

A indicação do preço da revista em francos, escudos e réis também contribui para demonstrar que a publicação se destinava aos portugueses e lusófonos que estavam em França, em Portugal e no Brasil. Demonstra, igualmente, que a comunidade portuguesa no Brasil mantinha fortes laços com Portugal. Aliás, foi publicada pela União dos Portugueses no Brasil, organização sedeadada no Rio de Janeiro, uma revista autodesignada “patriótica” igualmente intitulada *Portugal na Guerra*.

Os anúncios, sempre inseridos na contracapa e no respetivo verso, publicitavam casas comerciais como os alfaiates Victorino, especialistas em fardas para o exército português; os grandes-armazéns Printemps, que tinham um representante em Lisboa; um intermediário-comissionista francês de negócios na Europa; a tipografia parisiense Lux, onde se imprimia a revista *Portugal na Guerra*; uma editora de Paris; os jornais de modas da casa A. Moura, do Rio de Janeiro, agência da revista para o Brasil; e um suplemento para gasolina e petróleo de uma empresa americana.

O anúncio à Tipografia Lux poderá ter resultado de um acordo entre a revista e quem a imprimia, eventualmente em contrapartida por uma diminuição do preço da impressão. Os

anúncios da casa A. Moura, do Rio de Janeiro, agente da revista no Brasil, também podem ter sido uma contrapartida negociada no âmbito do acordo de representação.

Ao longo do tempo, as capas da revista *Portugal na Guerra* foram relativamente uniformes. Um retrato de uma personalidade política portuguesa ou aliada constituiu sempre o foco, com a variante de os números 5 e 6 se centrarem na visita presidencial de Bernardino Machado a França e ao CEP, durante a qual condecorou soldados portugueses (n.º 6) e visitou Verdun acompanhado pelo presidente francês (n.º 5). No primeiro número, apresenta-se um sumário dos conteúdos textuais e iconográficos, à esquerda, o que permitia ao potencial comprador inteirar-se sobre os conteúdos que lhe seriam oferecidos no interior da revista. Mas esta opção editorial e de design caiu logo no segundo número. A partir do número 2, efetivamente, a coluna da esquerda passou a ser usada para informações administrativas (reproduzidas, no interior, na ficha técnica — como a sede, o agente de distribuição em Portugal e o preço) e para a promoção da própria revista, que salientava a “colaboração literária de escritores portugueses e estrangeiros” e a cobertura fotográfica “do serviço especial junto do Corpo Expedicionário Português em França” (leia-se, Arnaldo Garcês), “com a colaboração dos melhores artistas portugueses e estrangeiros”. Os fotógrafos, registe-se, eram considerados artistas, mais do que fotojornalistas. O fotojornalismo ainda não se tinha instituído como profissão em Portugal, nem sequer o jornalismo (havia uma grande indefinição entre o jornalismo como profissão e o jornalismo como ocupação).

No primeiro número da revista, o texto de apresentação aos leitores — curiosamente, não assinado — refere que o propósito da publicação seria “documentar a intervenção militar dos portugueses na maior conflagração de que há memória na história da humanidade”, daí a escolha do título *Portugal na Guerra*. Mas a revista também tinha por finalidade — e aqui enuncia-se o seu viés propagandístico — “manter elevado o espírito nacional, pelo exemplo glorioso dos seus”. Por outras palavras, segundo os redatores da revista, poderia esperar-se dela que apontasse para o exemplo dos soldados portugueses como símbolo da “revelação de energia” de Portugal, país que renascia “para as recompensas da consideração que se devem aos povos vigorosos”. Esta é a chave para a leitura política do texto: a participação de Portugal na guerra, apesar dos sacrifícios, destinava-se a salvaguardar os interesses nacionais. A revista não clarifica esses interesses, mas à frente deles estavam, certamente, a defesa das colónias — entendidas como uma espécie de retaguarda estratégica necessária à sobrevivência do país e parte integrante do todo nacional — e a defesa da forma republicana de regime.

Por que razão seria necessário, por outro lado, proceder à documentação da participação portuguesa na guerra em curso na Europa? No mesmo texto encontra-se a resposta: a magnitude histórica da I Guerra Mundial, para o mundo e para Portugal, de tal forma que o autor do texto diz que no futuro “a posteridade se inclinará curiosa e comovida sobre as devastações e as carnificinas a que estamos assistindo”. E nisto tinha razão.

As razões do nosso empreendimento contêm-se na própria magnitude do acontecimento que o inspira. A guerra, em si mesma, é um facto de tal natureza grande que preencherá por largos séculos a imaginação dos homens. Já da época em que vivemos não restará senão uma apagada lembrança e ainda a posteridade se inclinará curiosa e comovida sobre as devastações e as carnificinas a que estamos assistindo. O futuro falará desta guerra e dos seus furores como hoje se fala da invasão dos bárbaros, do cristianismo ou da reforma.

Mas se a guerra em si mesma é um facto de consideráveis proporções em relação à história do mundo, a guerra que nós próprios vamos fazer com os nossos soldados, em campos de batalha comuns, é, em relação à nossa história, um acontecimento de tamanha grandeza que podemos considerá-lo único nos anais da nacionalidade. (*Portugal na Guerra*, n.º 1, p. 2).

A participação portuguesa na Grande Guerra seria encarada, pois, como um acontecimento único na história do país, já que “Pela primeira vez e no decurso da sua longa história” Portugal saía “da sua cena para a vastidão da cena política universal”. O país iria lutar fora das fronteiras, “ao lado das mais poderosas nações do mundo”, para defender uma “causa (...) de todos”. Obviamente, *o todos*, aqui, refere-se, retoricamente, aos aliados, não às potências centrais.

O texto enfatiza, num sentido legitimador, o esforço nacional singular que o país fazia — e que o arruinou — para lutar em África e na Europa contra as potências centrais:

Constitui um exército capaz de combater ao mesmo tempo no continente e nas colónias, manda sessenta mil homens para França, trinta mil para África e encontra ainda nas suas reservas os elementos constitutivos e uma guarnição territorial. Este exército é exclusivamente nacional. (...) São portugueses os seus oficiais, são portugueses os seus soldados e o mesmo pano dos uniformes que veste é português. (*Portugal na Guerra*, n.º 1, p. 2)

O redator do texto, possivelmente José de Freitas Bragança ou Augusto Pina, aponta, finalmente, para os custos da guerra — para as “devastações” e para as “carnificinas” em que os soldados portugueses iriam participar. Mas a revista não mostrará os mortos nem os feridos, embora tenha dado conta da “devastação” provocada pela guerra no património edificado, especialmente através de imagens.

Curiosamente, no primeiro número da revista aparece um outro curto texto dirigido “Ao leitor” (n.º 1, p. 15) que se referia às “dificuldades sem conta” com que se lutava para lançar uma publicação da natureza da revista *Portugal na Guerra*, que não estavam “inteiramente vencidas”. Adiantava o texto que “prestes a entrar nos prelos”, o primeiro número tinha sofrido “o contratempo de uma greve”. Prometia-se, no entanto, que os contratempos não seriam “a última palavra” nos “esforços” para lançar a revista. O texto termina realçando, mais uma vez, a colaboração “dos mais distintos escritores portugueses” e de Arnaldo Garcês na “documentação fotográfica dos nossos campos de batalha”.

Depois de um tempo de suspensão da publicação, a revista voltou ao contacto com os leitores com o número 3, datado de 15 de setembro de 1917. Justificou, então, num texto dirigido especificamente “Ao leitor”, a interrupção na publicação por motivo de “dificuldades materiais quase insuperáveis”, “contrariedades e prejuízos graves” (n.º 3, p. 15). Nesse mesmo texto, a revista anuncia que terá, doravante, “a colaboração artística dum novel pintor português que, atualmente junto das nossas tropas, nos enviará os seus flagrantes croquis”. Tratar-se-ia, provavelmente, de Adriano de Sousa Lopes, o pintor que viajou até às trincheiras para pintar o CEP, mas ele nunca chegou a ver publicados trabalhos seus na *Portugal na Guerra*. De qualquer modo, fica a referência à possibilidade de colaboração de Sousa Lopes que os responsáveis da revista — e possivelmente o ministro da Guerra, Norton de Matos, que montou a máquina de propaganda de guerra portuguesa — equacionaram.

O texto “Ao leitor” é também relevante por outro motivo: insere excertos de cinco cartas — em francês — recebidas na redação, duas de publicações francesas e três de políticos e jornalistas franceses. Estas cartas são reveladoras de que os notáveis e os periódicos franceses se incluíam entre os públicos-alvo da revista e que esta lhes chegava gratuitamente.

As cartas de *La Revue* e do *Excelsior* anunciam o nascimento da revista “de propaganda” (*Excelsior*) *Portugal na Guerra* e cumulam de elogios o “grande artista português” (*La Revue*) Augusto Pina, que a dirigia e tinha fundado. O *Excelsior* agradece mesmo os “documentos fotográficos” relativos ao CEP que publicou e que lhe terão sido remetidos pela revista ou reproduzidos a partir dela (provavelmente, fotografias de Arnaldo Garcês). As cartas dos políticos e jornalistas agradecem o envio da revista e felicitam a iniciativa. O literato e cronista Philias Lebesgue, um mediterraneu que se subscreve como “um velho amigo de Portugal”, anuncia que iria referir-se à revista *Portugal na Guerra* na sua próxima crónica no *Mercure de France* e que a usaria num estudo sobre o combatente lusitano que estaria a preparar. O antigo ministro e senador Jules Goden sublinha o seu interesse testemunhal. O jornalista e sociólogo francês Jean Finot, de ascendência polaca, sócio-correspondente da Academia Brasileira de Letras, salientava que a *Portugal na Guerra* se distinguia positivamente dos restantes periódicos similares criados durante a guerra.

A revista quis, portanto, propagandear o esforço de guerra português junto da imprensa francesa, com quem procurou estabelecer laços e à qual forneceu fotografias do CEP, e junto dos notáveis da política e do jornalismo em França. Por essa razão, a revista publicou apontamentos em francês.

Um texto intitulado “A nossa revista”, publicado no sétimo número, salienta que era “pela imagem” que a publicação teria “feito conhecer (...) o heroico esforço militar português em França” e o “panorama curioso” da cooperação militar portuguesa (n.º 7, p. 7). Os editores de *Portugal na Guerra* desejavam, portanto, afirmá-la como uma revista ilustrada, capaz de documentar — e de *propagandear* — fotograficamente a presença dos expedicionários portugueses em França, e estavam autoconvencidos dos seus “patrióticos esforços”. É nesse

quadro que se compreende a política de difusão gratuita da revista junto das altas individualidades francesas e da imprensa de França:

Tem sido para nós extremamente honroso as cartas que temos continuado a receber (...), constituindo um público testemunho de alto apreço aos nossos patrióticos esforços. No mês findo, mandámos encadernar luxuosamente (...) um certo número de coleções do *Portugal na Guerra* para oferecer a algumas notabilidades francesas na política, na ciência e nas artes. Recebemos as mais requintadas frases de agradecimento (...). O senhor Presidente da República Francesa (...), o senhor (...) presidente da Câmara dos Deputados, o senhor Painlevé, sábio membro do Instituto de França e ex-presidente do Conselho de Ministros, o senador e ex-ministro Jules Godin, o ex-ministro e ilustre economista Yves Guyot, todas essas notabilidades francesas nos enviaram cartas (...) agradecendo as coleções oferecidas. Ainda há pouco recebemos outra carta do eminente jurisconsulto francês (...) Edouard Clunet, agradecendo também a nossa revista.

Muitas folhas parisienses e departamentais se têm referido à nossa publicação com elogio. E dos principais membros da colónia portuguesa em Pais temos igualmente recebido palavras (...) de muito apreço. A nossa publicação obteve mesmo um grande sucesso em colónias distantes, porque entre os jornais que à nossa revista se têm referido destacamos uma folha de Tonkim¹⁶! A imprensa brasileira cita-nos amiudadas vezes e temos visto transcrições de artigos da nossa revista nos quotidianos mais lidos do Rio, de São Paulo, de Minas e do Pará. (*Portugal na Guerra*, n.º 7, p. 7)

A revista *Portugal na Guerra* teria sido, em consequência, encarada pelos poderes públicos portugueses — designadamente, com bastante probabilidade, por Norton de Matos, ministro da Guerra — como um instrumento de propaganda nacional quer junto da nata dos portugueses em Paris quer junto dos restantes aliados, nomeadamente junto dos franceses. A publicação serviu, pois, para relembrar continuamente aos aliados o esforço de guerra português para que, quando a guerra terminasse, o Governo português pudesse reivindicar para o país as justas contrapartidas, em especial o direito à manutenção das colónias.

16 O redator refere-se, possivelmente, à região vietnamita de Tonquim — o Vietname era, então, uma colónia francesa (Indochina Francesa).

Bibliografia

- Banco de Portugal (s. d). Arquivo Histórico. Banco Angola e Metrópole. <https://www.bportugal.pt/arquivo/details?id=17416>.
- Correia, R. (2007). Ficha histórica de *Domingo Ilustrado*. <http://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/FichasHistoricas/DomingoI.pdf>.
- Correia, R. (2009). Ficha histórica de *Ilustração*. <http://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/FichasHistoricas/Ilustracao.pdf>.
- Henriques, L. N. P. (2015). *Ilustração: imagem da Modernidade em Portugal*. [Tese de doutoramento. Universidade de Barcelona]. <http://hdl.handle.net/2445/66422>
- Lemos, M. M. (2006). *Jornais diários portugueses do século XX: um dicionário*. Ariadne Editora.
- Lúcio, J. & Marques, F. (2010). A Pobreza em Lisboa na I República. https://observatorio-lisboa.eapn.pt/ficheiro/A_POBREZA_EM_LISBOA_NA_I_REPUBLICA_VERSAO_FINAL1.pdf
- Matos, A. C. (2014). Ficha histórica de *Portugal na Guerra*. <http://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/FichasHistoricas/PortugalNaGuerra.pdf>
- Matos, A. C. de (2017). A imprensa na I República Portuguesa: constantes e linhas de força (1910-1926), in J. P. Sousa, H. Lima, A. Hohlfeldt & M. Barbosa (Orgs.), *Uma história da imprensa lusófona. Portugal* (pp. 233-310). Media XXI.
- Novais, N. M. (2013). *A imprensa portuguesa e a Guerra. 1914-1918. Os jornais intervencionistas e anti-intervencionistas. A ação da censura e da propaganda*. [Tese de doutoramento, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa]. <http://hdl.handle.net/10362/10797>
- Proença, M. C. (2015). *Uma história concisa de Portugal*. Temas e Debates — Círculo de Leitores.
- Rocha Martins (1942). *Pequena história da imprensa portuguesa*. Inquérito.
- Rocha, C. (1985). *Revistas literárias do século XX em Portugal*. INCM.
- Rosado, N. (1966). *A imprensa*. Ministério da Educação Nacional — Direção-Geral do Ensino Primário.
- Seabra, J. (1996). Gerações e revistas culturais na Primeira República. *Boca do Inferno*, 1: 13-29.
- Sousa, J. P. (2013). *A Grande Guerra: uma crónica visual (parte I). Estudo do discurso em imagens da Ilustração Portuguesa (1914-1918)*. Media XXI.
- Sousa, J. P. (2015a). *A Grande Guerra: uma crónica visual (parte II). Estudo do discurso iconográfico da Ilustração Portuguesa (1914-1918)*. Media XXI.
- Sousa, J. P. (2015b). *O Espelho: Infopropaganda ilustrada britânica para Portugal e para o Brasil durante a I Guerra Mundial*, in J. P. Sousa (org.), *Balas de papel. A imprensa ilustrada e a Grande Guerra (1914-1918). Estudos sobre revistas de Portugal, Brasil e Espanha* (pp. 11-206). Media XXI.
- Sousa, J. P. (2015c). *Portugal na Guerra: infopropaganda ilustrada portuguesa na I Guerra Mundial*, in J. P. Sousa (org.), *Balas de papel. A imprensa ilustrada e a Grande Guerra (1914-1918). Estudos sobre revistas de Portugal, Brasil e Espanha* (pp. 207-316). Media XXI.
- Sousa, J. P. (2017a). *Veja! Nas Origens do Jornalismo Iconográfico em Portugal: Um Contributo para uma História das Revistas Ilustradas Portuguesas (1835-1914)*. Media XXI.
- Sousa, J. P. (2017b). A imprensa portuguesa durante a Monarquia: das origens a 1910, in J. P. Sousa, J. P., H. Lima, H., A. Hohlfeldt & M. Barbosa (orgs.), *Uma História da Imprensa Lusófona. Portugal* (pp. 13-210). Media XXI.
- Tengarrinha, J. (1989). *História da imprensa periódica portuguesa*. Caminho.
- Tengarrinha, J. (2006). *Imprensa e opinião pública em Portugal*. MinervaCoimbra.
- Tengarrinha, J. (2013). *Nova história da imprensa portuguesa. Das origens a 1865*. Círculo de Leitores.

Capítulo III

As revistas durante a Ditadura Militar (1926-1933) e o Estado Novo (1933-1974)

Magazines during Military dictatorship (1926-1933) and Estado Novo (1933-1974)

Carla Rodrigues Cardoso

Universidade Lusófona de Humanidades
e Tecnologias — CICANT

carla.cardoso@ulusofona.pt

ORCID ID: 0000-0003-0790-6924

CIÊNCIA ID: 7D10-6290-4765

Celiana Azevedo

Instituto Politécnico de Setúbal,
NOVA — FCSH e ICNOVA —
Instituto de Comunicação da NOVA

celiana.azevedo@ese.ips.pt

ORCID ID: 0000-0002-1768-2525

CIÊNCIA ID: 0E10-C185-DB0A

Resumo: Durante o século XX, Portugal viveu 48 anos sem liberdade de expressão. Primeiro de 1926 a 1933, fruto do Golpe Militar que encerrou a I República e iniciou um período de ditadura, depois com a instauração do Estado Novo, que se prolongou de 1933 a 1974, até à Revolução do 25 de Abril, primeiro passo rumo à Democracia. É, por isso, sem surpresas, que se registam apenas quatro novas revistas de informação geral neste interregno não democrático, todas elas nascidas já durante o Estado Novo. O jornalismo livre era inexistente, devido à censura estatal da imprensa, o que tornava a profissão de jornalista pouco atrativa e o negócio dos media privados subdesenvolvido por falta de incentivos. Apesar da parcimónia de títulos, três dos quatro que se registam pautam-se por uma longa história que se prolongou pelos primeiros anos pós-Revolução 25 de Abril: *O Século Ilustrado* (1938-1977), *Flama* (1944-1976) e *Vida Mundial* (1967-1977)¹. O quarto título, a revista *Observador* (1971-1974) é o único título que nasce e morre durante o Estado Novo, sucumbindo dois meses antes da revolução de 1974. O período histórico em análise neste capítulo, apesar de todos os condicionantes e de incluir apenas quatro revistas, é de profunda transformação na história da revista de informação geral em Portugal. *O Século Ilustrado* e a *Flama* são os dois últimos grandes títulos de revistas semanais ilustradas, formato iniciado no final do século XIX, ainda durante a Monarquia (Cf. 1.4). Por outro lado, é também durante o Estado Novo que surgem os títulos precursores da revista semanal de informação geral moderna (também designada por newsmagazine²), na senda do modelo iniciado com a *Time* nos Estados Unidos. Assim, a *Vida Mundial* nasce do jornal homónimo em 1967, acompanhando uma tendência da imprensa europeia da época, enquanto a *Observador* se configura como a primeira newsmagazine portuguesa criada de raiz em 1971.

Palavras-chave: história da imprensa; história das revistas; Portugal; Ditadura Militar; Estado Novo.

Abstract: During the 20th century, Portugal lived without freedom of speech for 48 years. First, from 1926 to 1933, as a result of the Military Coup which brought the 1st Republic to an end and brought on a period of dictatorship; then with the establishment of the *Estado Novo*, which would last from 1933 to 1974, until the 25 April Revolution, the first step towards democracy. It is, thus, without surprise that only four new general-interest magazines can be identified in this non-democratic interregnum, all of which already founded during the *Estado Novo*. Free journalism was inexistent due to the state censorship of the press, which rendered the profession of journalist unattractive and stifled the private media business due to lack of incentives. Despite the scarcity of publications, three of the four were characterised by a long history, which included the first years after the 25 April Revolution: *O Século Ilustrado* (1938-1977), *Flama* (1944-1976) and *Vida Mundial* (1967-1977)³. The fourth publication, *Observador* (1971-1974) is the only magazine that was founded and came to an end during the *Estado Novo*, succumbing two months before the 1974 revolution. Despite all constraints and only comprehending four magazines, the period under analysis in this chapter is one of deep transformation in the history of general-interest magazines in Portugal. *O Século Ilustrado* and *Flama* are the two last great weekly illustrated magazines, a format that started in the early 19th century, still during the Monarchy (see 1.4). Moreover, it is also during the *Estado Novo* that the forerunners of the modern weekly general-interest magazine (also known as newsmagazine⁴) would emerge, in the wake of the model began with *Time* in the United States. Thus, *Vida Mundial* derived from the newspaper of the same name in 1967, following a trend of the European press at the time, while *Observador* can be considered the first Portuguese newsmagazine created from scratch in 1971.

Keywords: history of the press; history of magazines; Portugal; Military Dictatorship; *Estado Novo*.

1 *O Século Ilustrado* teve uma fase inicial muito incerta, enquanto *Flama* e *Vida Mundial* pré-existiram no formato jornal. As datas de início assinaladas correspondem ao momento em que cada um dos títulos adotou o formato de revista.

2 Os materiais referentes aos 15 títulos identificados neste livro como newsmagazines, (*Vida Mundial* e *Observador*, que integram este Capítulo III, e as 13 restantes revistas analisadas no Capítulo IV), foram alvo de outras publicações — especialmente no caso das revistas *Observador* e *Opção* — no âmbito do projeto FCT de financiamento em que se enquadra esta obra. As 15 newsmagazines também foram trabalhadas na tese de doutoramento, por publicar, de Carla Rodrigues Cardoso (2015). Todas as fontes em questão estão identificadas na bibliografia.

3 *O Século Ilustrado* had a very uncertain initial phase, while *Flama* and *Vida Mundial* existed previously as newspapers. The launch dates indicated correspond to the year when they shifted to the magazine format.

4 The materials concerning the 15 publications identified in this book as newsmagazines (*Vida Mundial* and *Observador*, which integrate this chapter, and the 13 other magazines which constitute the corpus of Chapter 4), have been the subject of further academic work — especially in the case of *Observador* and *Opção* — within the scope of the FCT funding research project which also frames the present volume. The 15 newsmagazines were also discussed in the unpublished doctoral thesis submitted by Carla Rodrigues Cardoso (2015). All the sources in question are identified in the bibliography.

Introdução

O golpe de 28 de Maio de 1926 abre uma longa luta em torno do domínio do Estado. Se o objetivo de retirar o Partido Republicano do poder tinha aproximado “oposições distintas”, a verdade é que estas o fizeram “sem grandes compromissos e sempre com muita desconfiança, em torno de um programa mínimo”, que se traduzia, segundo Fernando Rosas, em “pôr termo à «corrupção», à «demagogia», à «ditadura» dos «democráticos», substituindo-a por um vago «regime de ordem», de «exceção», que saneasse as finanças, relançasse a economia na metrópole e nas colónias e criasse as condições de uma «nova ordem política» republicana, cujo conteúdo ninguém se apressava a explicitar” (Rosas, 2012, p. 58). Sobre o futuro nada se dizia. Por isso, durante sete anos assiste-se a um complexo período de confrontos, que apenas se clarificará com a chegada de António de Oliveira Salazar ao poder e a institucionalização do Estado Novo, em 1933.

A partir de então, Salazar vai liderar, até 1968, a longa ditadura portuguesa, com recurso a forte repressão, à censura e suprimindo todas as liberdades fundamentais em geral, entre muitos outros mecanismos indispensáveis à manutenção do Regime. Ultrapassa habilmente as grandes crises que o Estado Novo atravessa no pós II Guerra Mundial e os fortes abalos que significaram as candidaturas da oposição democrática do general Norton de Matos (não concretizada, 1949) e, sobretudo, a de Humberto Delgado, em 1958, que provocou um autêntico “terramoto” político, mobilizando e entusiasmando multidões em torno da figura do “general sem medo”.

É neste contexto político que *O Século Ilustrado* e a *Flama* surgem como as duas últimas grandes representantes da revista ilustrada de informação em Portugal, um tipo de publicação em que a imagem assume o protagonismo enquanto veículo informativo, com raízes no final do século XIX, ainda durante a Monarquia (Cf. 1.4).

Após uma fase embrionária de 1933 a 1937, *O Século Ilustrado* assume o formato de revista em 1938, cinco anos após a instauração do Estado Novo. Propriedade da Sociedade Nacional de Tipografia, a revista surge com uma designação masculina e com o estatuto inicial de suplemento do jornal *O Século*, embora fosse vendida em separado, com preço de capa próprio.

A *Flama* é lançada em 1937 como um jornal quinzenal, detido pela Igreja Católica. Ao longo de quase 40 anos de história, sofreu as mais diversas mutações. A mais marcante acontece em 1944, após dois anos em que o título esteve suspenso. Renasce como revista ilustrada de informação geral e passa a dividir as bancas com *O Século Ilustrado*. Na etapa final do seu percurso, a *Flama* aproxima-se muito do território das newsmagazines, o que faz desta revista uma publicação híbrida, de transição, entre um modelo que se aproximava do fim, e um outro que dava os primeiros passos.

De facto, é também no Estado Novo que surgem as duas primeiras newsmagazines portuguesas — *Vida Mundial* e *Observador* —, também elas sujeitas aos constrangimentos da censura da imprensa e à ausência de liberdade de expressão. Caracterizando-se as revistas

semanais de informação geral por um jornalismo interpretativo, dificilmente compaginável com um regime não democrático, torna-se necessário procurar os fatores que terão propiciado a transformação, em 1967, do jornal *Vida Mundial* em newsmagazine e, em 1971, o aparecimento da *Observador*, a primeira newsmagazine criada de raiz em Portugal.

Apesar da Primavera Marcelista (1968-1970) e das esperanças de mudanças políticas, económicas e sociais, a máquina repressiva do Estado Novo manteve-se inalterada. Os apelos à liberdade de expressão por parte dos jornalistas culminaram na manutenção da censura, mas de forma encapotada, com consequências ainda mais danosas depois do Decreto-lei n.º150/72 de 5 de maio. Explica o investigador Álvaro Costa de Matos que “o novo decreto estipulava agora que os artigos que eram submetidos à acção do exame prévio não podiam ser referenciados como tal. Os jornais deixavam assim de poder publicar o tradicional “visado pela censura”” (Costa de Matos, 2006, p. 45). Na prática, significava que a censura se mantinha, mas no total anonimato. Sem a referência à sua presença, perde-se o “sinal vermelho” de alerta aos leitores de jornais e revistas. A camada maioritária da população menos politizada passa a correr o risco provável de aceitar o que é publicado como reflexo da realidade, na inconsciência do trabalho operado pelos censores.

Se as mudanças políticas nos anos em que as newsmagazines *Vida Mundial* e *Observador* nascem são quase inexistentes, as eventuais alterações terão de provir da economia, da sociedade e, em particular, do campo jornalístico. No que diz respeito à economia, Fernando Correia e Carla Baptista indicam que “a partir da década de 50, o crescimento do sector secundário criou condições que desencadearam uma maior mobilidade social”. Os investigadores destacam também a redução do analfabetismo, que desce de 55%, em 1950, para 35%, em 1969, e o crescimento da população estudantil universitária (Correia & Baptista, 2007, p. 61).

Outra alteração que se verifica é o decréscimo da emigração. Depois de ter ultrapassado os 120 mil portugueses em 1966, dois anos depois já se cifrava nos 80 mil, continuando a descer nos três anos seguintes, até 1971, em que ronda os 50 mil, uma redução de quase 60% em cinco anos, de acordo com dados da Pordata. A tendência inverte-se durante os dois últimos anos do Estado Novo. Nesta conjuntura, reuniram-se condições para a consolidação da classe média, o desenvolvimento urbano e cultural, com consequências no jornalismo. Correia & Baptista (2007, p. 23) estabelecem uma “década distorcida”, de 1956 a 1968, como o período em que as principais mudanças se registam.

De finais dos anos 50 até ao 25 de Abril de 1974, “vários dos jornalistas que entram nesta altura nas redacções são activistas católicos e, despertados para a consciência das profundas desigualdades sociais e económicas da sociedade portuguesa, insistirão sempre na cobertura preferencial desse tipo de assuntos” (Correia & Baptista, 2007, p. 65). Esta procura de temas afastados da política partidária, mas que respiram mensagens políticas reais, pode ter sido um motor de desenvolvimento das newsmagazines, uma vez que as temáticas de sociedade e as histórias de pessoas são assuntos em que este tipo de publicação aposta. Contam os

investigadores que “a reportagem empenhada tornou-se uma *arma de destruição maciça*⁵ da imagem de bem-estar material e paz social propalada pelo regime e o argumentário católico de justiça social foi amplamente manejado mesmo por aqueles que não viviam interiormente a crença religiosa” (Correia & Baptista, 2007, p. 65).

Por seu turno, Ana Cabrera, autora do livro *Marcello Caetano: Poder e Imprensa*, destaca o intervalo entre 1961, que corresponde ao início da crise académica de 1961-62, e a revolução do 25 de Abril de 1974 como um período em que “vão sucessivamente ingressando na profissão jovens saídos das universidades”. Uma geração com características particulares: “uns com experiência directa no Movimento Associativo, outros que estabeleceram contactos e receberam influências dessas movimentações — todos eles unidos por um laço comum, sobretudo os homens que eram a maioria nas redacções: a guerra de África que marcava o seu horizonte de vida, a liberdade de acção, a liberdade de expressão e a contestação geral ao regime”. Para a investigadora, a decisão de optar pela “profissão de jornalista consubstanciava a necessidade de participar e a possibilidade de mudar a sociedade” (Cabrera, 2006, p. 20).

No que diz respeito aos proprietários dos meios de comunicação social, “novos empresários e gestores mais abertos à modernização (...) introduzem uma certa brisa de mudança nas empresas e nas salas de redacção — directamente apenas em algumas, mas noutras por contágio e por necessidades da concorrência”. Associadas ao aumento da publicidade e às inovações tecnológicas, são alterações que anunciam “a morte das velhas empresas familiares e a entrada numa nova fase da luta pelas audiências e da comercialização da informação” (Correia & Baptista, 2007, p. 69). Dois novos títulos surgem nas bancas em consequência deste período excecional, o vespertino *A Capital*, em 1968, e o semanário *Expresso*, em 1973.

Propriedade da Sociedade Nacional de Tipografia, tal como *O Século Ilustrado*, a *Vida Mundial* transforma-se de jornal em newsmagazine, em 1967, em linha com as transformações que ocorriam na imprensa europeia e que visavam a melhoria dos resultados financeiros das empresas. Muitos jornais europeus em busca de mais leitores apostaram na mudança de formato adotando a orgânica e o conceito de revista semanal de informação geral que venceria do outro lado do oceano com Henry Luce e Briton Hadden, em 1923. Em França, por exemplo, a *L'Express* e a *Le Nouvel Observateur*, passam de jornais a newsmagazines em 1964, apenas três anos mais cedo que a *Vida Mundial*.

O êxito da *Time*, ao qual se sucedeu o da *Newsweek*, em 1933, também nos Estados Unidos, consagrou a fórmula newsmagazine, que acabou por ser reproduzida um pouco por todo o mundo. As newsmagazines afirmaram-se internacionalmente como “revistas semanais de distribuição nacional, dirigidas a uma audiência com interesses gerais, focadas primariamente em reportar acontecimentos recentes e a atualidade” (Sumner, 2003, p. 87). O formato

5 Em itálico, no original.

desenhado em 1923 tinha como objetivo “ajudar os leitores ocupados, com pouco tempo disponível, a tomar conhecimento das notícias, tendências e pessoas mais importantes (ou pelo menos mais interessantes)” (Sterling, 2009: p. 1006), e existem autores que fazem recuar os primórdios do jornalismo interpretativo à fundação da revista americana (Santamaría Suárez & Casals Carro, 2000, p. 18). Apesar de todas as mutações sofridas ao longo de quase um século, o formato newsmagazine mantém-se vivo e é o tipo de revista mais investigado por académicos da área dos Estudos do Jornalismo.

No ocaso da Primavera Marcelista, a *Observador*, em 1971, traduz-se numa aposta de um grupo editorial forte, a Verbo, numa revista cuidada, organizada, pensada para um público mais elitista do que aquele que lia *A Vida Mundial*, título com o qual passa a disputar o mercado. A *Observador*, mais uma revista de nome masculino, prepara durante meses a fórmula certa a utilizar e publica quatro números zeros, os três primeiros ainda em 1970, num processo que só voltaria a encontrar semelhanças com o lançamento da *Visão*, 22 anos mais tarde, em 1993.

Um dos aspetos mais interessantes nesta etapa da história das revistas de informação geral em Portugal é o facto de os quatro novos títulos que comporta terem convivido e disputado leitores, no exíguo mercado português, durante três anos, ou seja, o tempo de vida da *Observador* (1971-74). Será necessário esperar mais de 30 anos, até 2004, para se registar uma situação semelhante no setor, como se verificará no quarto e último capítulo deste livro.

Tabela 1

Principais revistas de informação geral publicadas em Portugal 1926-1974.

Título	Anos de publicação	Local de edição	Preço (inicial)		Dimensões (cm)	Páginas	Periodicidade	Forma dominante de ilustração
			Exemplar	Assinatura anual				
O Século Ilustrado	1938-1977*	Lisboa	1\$50 escudos	78 escudos	31x39,5 cm	16	Semanal	Fotografia
Promotores: João Pereira da Rosa. Pertencia à empresa <u>Sociedade Nacional de Tipografia, ed. com.</u> ;								
Flama	1937-1976**	Lisboa	0,50 escudos	12 escudos	30x37,5 cm	4	Quinzenal	Fotografia
Promotores: António dos Reis Rodrigues (diretor). Pertencia à Juventude Escolar Católica.								
A Vida Mundial	1967-1977***	Lisboa	5 escudos	230 escudos	20x26,5 cm	68	Semanal	Fotografia
Promotores: Francisco Eugénio Martins (diretor). Pertencia à empresa <u>Sociedade Nacional de Tipografia, ed. com.</u>								
Observador	1971-1974	Lisboa	7,50 escudos	Sem indicação	22x29 cm	88	Semanal	Fotografia
Promotores: Artur Anselmo (diretor). Pertencia à Verbo.								

Notas:

* A publicação tem uma primeira fase embrionária de 1933 a 1937, ano a partir do qual assume o formato de revista. Entre fevereiro de 1977 e junho de 1982, *O Século Ilustrado* edita um número anual para garantia de título; entre 1988 e 1990, reaparece em formato de revista e jornal.

** Passa ao formato de revista semanal em 1944, após uma paragem de dois anos. Foi editada até 1983 um número anual da *Flama* para garantia de título.

*** De 1939 a 1967 a *Vida Mundial* foi um semanário. Apesar de anunciar a alteração, a revista continua a numeração iniciada com o jornal.

Fonte: elaboração própria.

3.1. As últimas grandes revistas ilustradas de informação

3.1.1. *O Século Ilustrado*

O Século Ilustrado (SI) foi uma revista de informação geral publicada pela primeira vez em 7 de novembro de 1933. Apesar de ser identificada como um suplemento semanal do jornal *O Século*, de Lisboa, era vendida separadamente sendo, portanto, considerada uma publicação independente. Naquela que consideramos a primeira fase de sua história, entre 1933 e 1937, *O Século Ilustrado* publicou seis números. A Biblioteca Nacional de Portugal possui todos os seus exemplares, porém, os de números um, dois e três não se encontravam disponíveis para consulta quando esta pesquisa foi realizada devido a sua raridade e fragilidade. Assim, o primeiro exemplar a que tivemos acesso data de 23 de setembro de 1935, é o número quatro, e custava 0,30 escudos.

O conteúdo destes primeiros números de *O Século Ilustrado* foi publicado em preto e branco, em papel de jornal, com layout organizado em duas ou três colunas, possuía oito páginas, com peças assinadas e ilustradas por desenhos, cuja autoria era raramente identificada e, como era de se esperar, não possuía uma única foto. Apesar da revista se consolidar ao longo de sua história como sendo uma publicação dirigida ao público feminino, nesta fase, podemos identificar facilmente, a partir dos conteúdos e da linguagem apresentados, que o seu público alvo era o infantil ou o juvenil, apesar de não haver qualquer referência explícita a isso. A revista trazia em sua primeira página a informação de que aquele número fora visado pela Comissão de Censura, visto que Portugal já se encontrava sob um regime ditatorial desde 1926.

A revista número quatro era composta principalmente por pequenas histórias lúdicas com um fundo moral implícito. A primeira página estava composta por um poema ilustrado por duas gravuras e assinado por Laura Chaves e conta uma estória dialogada entre duas fogueiras sobre “orgulho e castigo”; nas páginas dois e três, poder-se-ia ler um texto intitulado “O menino mexelhão” assinada por Graciette Branco e o anúncio dos prémios para os primeiros colocados do concurso “Uma Vila completa”. Como veremos mais à frente, ao longo de sua história, muitos outros concursos se seguiram, mas acreditamos ser esse o primeiro da revista. Nas páginas quatro e cinco encontramos “A desculpa do menino guloso” escrita em verso e o “Retrato do melharudo maluco” escrita em prosa. Na página seis, *O Século Ilustrado* chama os seus leitores de “Queridas abelhinhas” e a peça, que está assinada pela “Abelha Mestra”, dá instruções sobre como fazer roupa para bonecas. Nesta mesma matéria, mais abaixo, Américo Taborda dirige-se ao leitor como “meus meninos” e “amiguinhos” e discorre sobre como fazer um ascensor utilizando duas bengalas e como montar uma máquina a vapor com latas. Nas gravuras, podemos identificar uma assinatura composta com “At”, que supomos ser as iniciais do autor da peça.



Figuras 1, 2 e 3

O Século Ilustrado, 23 de setembro de 1935, pp. 1, 4, 5 e 7.
Fonte: Reproduções do original.

Vou-lhes hoje ensinar como se faz uma máquina a vapor, muito simples e prática, que poderão adaptar a qualquer outro engenho. Numa caixinha de lata, de graxa por exemplo, abre-se um pequeno orifício na parte superior. Verticalmente deve dispor-se um moinho construído por seis asas de cartão, uma rolha e um arame que lhe servirá de eixo, o qual se apoia a dois suportes que podem ser de folha, soldados à tampa da caixa, como indica a gravura. Pratica-se novamente outro furo, também na tampa, mas maior e oposto ao primeiro, pelo qual se enche a caixa de água quente. Depois é só tapar hermeticamente este último buraco aberto e levar o engenho ao lume, o que faz ferver a água imediatamente. O vapor produzido, escapando-se pelo outro buraco, virá pôr em movimento o curioso moinho. Por hoje fiquemos por aqui, mas brevemente ensinarei outras curiosas experiências e engenhocas que muito os deverão divertir

(*O Século Ilustrado*, 23 de setembro de 1935, p. 6).

Na página sete há o resultado de um concurso de charadas, cujo autor é Américo Tabor. A revista apresenta os “decifradores” e atribui-lhes uma classificação geral por pontos. O primeiro classificado teve como prêmio a publicação de sua foto no quadro de honra. Nesta mesma página, podemos ver um desenho “para os meninos colorirem” e mais abaixo, um outro em forma de “Advinha”: “Querem saber porque foge este menino? Unam as duas séries de pontos numerados, tracejando-os pela respetiva ordem” (*O Século Ilustrado*, 23 de setembro de 1935, p. 7). Na última página, temos desenhos de personagens com indicações para serem recortados para compor um “Teatro de Robertos”. As instruções são artesanais e parecem terem sido escritas à mão.

Aquela que consideramos como a segunda fase de *O Século Ilustrado* começa em 1 de janeiro de 1938. A partir dessa data, a sua numeração é reiniciada para marcar um recomeço, apesar de não fazer nenhuma referência à fase anterior. Era uma edição semanal e continuava a poder ser adquirida separadamente com um número avulso a custar 1\$50 escudos ou através de assinaturas semestrais (39 escudos para o Continente e Ilhas) ou anuais (78 escudos para o Continente e Ilhas). Possuía 16 páginas (1,9 metros quadrados de superfície total impressa ou 31x39,5 cm), o dobro da versão anterior e apresentou-se com um layout mais moderno combinando fotografias e gravuras, com predominância destas últimas, e com um aspeto estético que se aproximava muito da de um jornal. Só depois de vários anos, mais especificamente a partir de 1944, o *SI* ganha uma aparência semelhante àquilo que entendemos hoje como revista.

Valendo-se da notoriedade que o jornal *O Século* possuía já há algumas décadas, principalmente desde a queda da monarquia, a revista *O Século Ilustrado* contou, desde o início, com a cooperação de uma vasta gama de colaboradores, especialmente jornalistas e intelectuais da elite portuguesa. Alguns nomes como José Gomes Ferreira, Júlio Dantas, Armando Ferreira, Teresa Leitão de Barros, Bastos Guerra, Armando Vieira Pinto, Francisco Guedes Carneiro, Paiva de Magalhães e Tomé Vieira contribuíram com textos da mais diversa natureza. Estruturada

em cinco ou seis colunas, o seu conteúdo era diversificado e repleto de pequenos e grandes textos que iam desde contos, poemas, reportagens e notícias para além de textos literários e de opinião. Dentre esses estilos de textos jornalísticos, foi através da reportagem, um dos marcos da SI, que o leitor poderia encontrar diversos temas sempre acompanhados de ilustrações.

Não identificamos neste primeiro número de *O Século Ilustrado* nenhuma apresentação da revista aos portugueses. Esta falta de “diálogo” com os leitores viria a apresentar-se como característica da revista que raramente falava de suas modificações editoriais. Em seu cabeçalho podemos ler que a revista era da propriedade e edição da Sociedade Nacional de Tipografia, sob a direção de João Pereira da Rosa e edição de Fernando Canto e com a redação, administração e oficinas a localizarem-se na rua do Século, 43, da capital portuguesa.

João Pereira da Rosa foi um grande nome da revista *O Século Ilustrado* e também do jornal *O Século*, sendo seu diretor por 36 anos. Nasceu em Évora em 26 de setembro de 1885 e trabalhou desde os 14 anos de idade no jornal *O Século*, como empregado administrativo e, alguns anos depois, como inspetor-geral das oficinas do jornal (Departamento de Património Cultural da Câmara Municipal de Lisboa, 2013). Mais tarde, foi subdiretor e, a partir de 9 de junho de 1926, foi o diretor, vindo ainda mais tarde a ser o proprietário desse órgão de comunicação social⁶. Na sua direção, fundou em 1927 a Colónia Balnear Infantil *O Século* que, em 1959, lhe valeu a Grã-Cruz da Ordem da Benemerência (Departamento de Património Cultural da Câmara Municipal de Lisboa, 2013), um tema recorrente nas páginas de *O SI*: “Não teve tempo para brincar com as outras crianças; daí, a sua imensa ternura pelas crianças pobres, o seu veemente desejo de possibilitar ao maior número possível delas férias anuais, saudáveis, alegres e frutuosas do ponto de vista espiritual. Nasceu, assim, a Colónia Balnear infantil de ‘O Seculo’ ” (*O Século Ilustrado*, 25 de março de 1972, p. 3).

João Pereira da Rosa permaneceu à frente da Sociedade Nacional de Tipografia por 63 anos, quando a doença o impossibilitou. Em 25 de março de 1972, quando completou-se dez anos sobre a data do falecimento de João Pereira da Rosa, a revista *O Século Ilustrado* prestou-lhe homenagem: “João Pereira da Rosa, saudoso director de ‘O Seculo’, ao qual dedicou toda a sua vida, numa entrega total e entusiástica, apoiado nas excepcionais qualidades de inteligência e capacidade de trabalho que fizeram dele o jornalista que ocupa lugar cimeiro na história da imprensa portuguesa e o empresário com rasgada visão do futuro” (*O Século Ilustrado*, 25 de março de 1972, p. 3).

6 “Refira-se ainda que João Pereira da Rosa foi vereador da Câmara Municipal de Lisboa na Comissão Administrativa de 1918 e procurador à Câmara Corporativa na sua 1ª legislatura. E que, de igual forma, ao longo da sua vida se empenhou no desempenho de outros cargos, como diretor-secretário da Associação Comercial de Lisboa, fundador da União dos Interesses Económicos (1924), presidente do Grémio da Imprensa Diária (1936-1941), 1º presidente da direção da Caixa de Reforma dos Jornalistas, presidente da Assembleia-Geral do Ateneu Comercial de Lisboa, diretor do Automóvel Clube de Portugal e, sócio honorário dos Inválidos do Comércio” (Departamento de Património Cultural da Câmara Municipal de Lisboa, 2013).

Nesta segunda fase, sua primeira capa, trazia o logotipo da revista, *SI — O Século Ilustrado*, e a fotografia da atriz Elsa Rulina, protagonista do filme “Canção da Terra”, uma produção de Brum do Canto. A atriz ostenta um sorriso aberto e soalheiro, enquadrado por um lenço saloio e flores silvestres. Apesar de possuir páginas em preto e branco, trazia um grafismo exuberante em tons de azul na capa e em algumas páginas interiores. Na primeira página havia duas secções fixas: “Comentários” e “Acontecimentos”. A primeira peça que poderíamos ler estava assinada pelo escritor português, José Gomes Ferreira (1900-1985), na secção “Comentários” e trazia um curioso texto intitulado “Confissão” onde relata uma experiência de sua infância. Esse texto ditará o tom daquilo que será *O Século Ilustrado*: uma revista à frente do seu tempo, cheia de poesia e literatura e que mexeria com o imaginário de seus leitores durante várias décadas.

Desde os tempos loiros da infância que sinto uma paixão furiosa pela Verdade. Não pela palavra ou por uma noção abstrata qualquer, mas pela clássica e ingénua representação criada pelos homens que perturbou toda a minha meninice cábula: uma mulher nua a chafurdar na lama. Vi-a pela primeira vez, resplandecente e divina, num jornal infantil e fiquei deslumbrado. Impressionou-me, acima de tudo, — mais do que o poço, mais do que a nudez, mais do que a lama — a incrível abundância dos cabelos da Verdade. Eram tantos que lhe ocultavam o pescoço, os seios, os quadris e as pernas... Nessa ocasião, não percebi lá muito bem porque nos davam uma imagem humana da Verdade, ao mesmo tempo completamente vestida. Hoje, percebo. Quero dizer: já percebi tudo ontem. Posso até ser sincero e afirmar que comecei a perceber tudo, antes de ontem... Mau grado meu, porém, nem o tempo nem a cabeleira conseguiram apagar o meu amor por essa senhora meia deusa, meia reclamo a um produto rejuvenescedor de cabelos! Pelo contrário: as calças desceram, e a paixão subiu assustadoramente, acrescentada agora de mais esse desejo higiénico: secar o poço, libertar a Verdade e rapar-lhe o cabelo à escovinha!... (*O Século Ilustrado*, 1 de janeiro de 1938, p. 2).

Ainda na página dois, em “Apontamentos”, Barros Guerra fala com tom humorístico e crítico sobre alguns aspetos morais da sociedade portuguesa da época. Na mesma página ainda poderíamos ver uma banda desenhada com tom humorístico; e a secção “Bilhetes sem lê-lo”, assinado por Armando Vieira Pinto, com um breve texto em formato de carta endereçada a Marieta a contar-lhe o aparecimento de uma nova escritora: Raquel Bastos.



Figuras 4 e 5

O Século Ilustrado, 1 de janeiro de 1938, p. 1 e 3.

Fonte: Reproduções do original.

Na página três, Teresa Leitão de Barros assina a peça Ilustrada por Martins Barata sobre as aventuras amorosas do Imperador D. Pedro IV. A página seguinte é dedicada ao desporto praticado por jovens no rio Tejo. A exuberante matéria possui oito fotografias em tons de azul atribuídas a M. R. Carneiro e um texto escrito em diagonal que descreve como os estudantes da Mocidade Portuguesa praticam vela: “O Mar é sem dúvidas uma grande escola para criar rapazes fortes de corpo e de espírito — e a Direcção da Mocidade Portuguesa difundindo os desportos náuticos populariza o mais essencialmente de todos os exercícios a que se pode entregar a gente lusa” (*O Século Ilustrado*, 1 de janeiro de 1938, p. 4). A página cinco traz uma peça sobre a Serra da Estrela acompanhada por quatro fotografias e, ao lado, um texto assinado por Júlio Dantas intitulado “O berço e o Homem” combinando um luxuriante grafismo de fotos e gravuras. Matérias deste tipo são um perfeito exemplo de como *O Século Ilustrado* apostava no poder da imagem, especialmente da fotografia, para contar os acontecimentos.



Figuras 6 e 7

O Século Ilustrado, 1 de janeiro de 1938, p. 4 e 5.

Fonte: Reproduções do original.

A partir da página seis e sete, apresentam em preto e branco as secções “Página de Humorismo”, com anedotas e bandas desenhadas ilustradas com gravuras; e “Espetáculos”, com informações sobre espetáculos e crítica de cinema assinado por Chico de Alcântara. As páginas oito e nove trazem em tons de azul exuberante imagens que acompanham breves textos sobre a transformação do Convento de São Bento no Palácio da Assembleia e sobre a guerra espanhola: “O vasto convento dos beneditinos veio, de transformação em transformação, a ser o sumptuoso Palácio da Assembleia Nacional. Ventura Terra foi o iniciador do projecto de conclusão do palácio. Dentro de pouco tempo a Assembleia Nacional terá um edifício digno das suas altas funções que seja ao mesmo tempo, orgulho dos artistas portugueses” (*O Século Ilustrado*, 1938, p. 10). Na página seguinte de *O Século Ilustrado*, na secção “Bruxarias, Feitiços e Superstições”, podemos ler uma narrativa a propósito do aniversário em comemoração à Batalha de Aljubarrota e como os habitantes da cidade de Lisboa fizeram uma promessa que desafiava a lei contra bruxaria.

Na secção “O que vai neste mundo: ecos, curiosidades e novidades” podemos ler em tom irónico sobre Portugal, as novas regras dos exames de instrução primária; da Inglaterra, a fundação do “Clube dos Falecidos” constituído por todos os londrinos falecidos e que constavam nos registos civis e nos jornais da capital; sobre o Brasil, fala-se da curiosidade

dos nomes de pessoas de uma família de Belém, nomeadamente, Verso, Estância, Estrofe e Soneto; Da Alemanha, em pleno 1938, ou seja, às portas da Segunda Guerra Mundial, notícias do esforço de associações de proteção aos animais para salvar andorinhas; e de Nova Iorque a informação de que 12.000 queixas foram apresentadas contra os ruídos na cidade, principalmente o barulho de sinos, cães e leões: “As doze mil queixas apresentadas correspondem a doze mil indivíduos que andam em permanente estado de mau-humor; como este é contagioso, a polícia deve apressar-se em tomar providências se não quer que New York transformada em um ring de box” (*O Século Ilustrado*, 1938, p.11).

Algumas associações alemãs de proteção aos animais, estão interessando-se, desde o ano passado, pela sorte das andorinhas que, no princípio do outono, costumam deixar as regiões do norte da Europa em procura de mais brandos climas, na Itália e na África, mas que, por fraqueza ou doença, desistem a meio do percurso e vêm cair, exaustas, cheias de fome e de frio, nas encostas dos Alpes. Organismos locais estão encarregados de recolher as pobres viajantes aladas e entrega-as nos postos da polícia, que, por seu turno, se encarrega de as transportar até a mais próxima estação de caminho de ferro. Daí, seguem para Munich, onde os próprios ferroviários se apressam a levá-las ao aeroporto da ‘Lufthansa’, donde seguem em avião para Veneza. Todos os serviços necessários para restituir à vida e à alegria as simpáticas mensageiras na Primavera, são prestadas gratuitamente. Bela lição de humanidade e de respeito pela beleza frágil. Eis aqui um exemplo interessante para a ‘Protecção dos animais’” (*O Século Ilustrado*, 1938, p.11).

No segmento “Dos Jornais”, onde são publicados comentários de notícias da imprensa nacional e internacional, *O Século Ilustrado* convida à participação: “Os nossos leitores podem colaborar nesta secção. Queira-nos enviar um eco tirado dos jornais e comentado por si. Se for interessante será publicado” (*O Século Ilustrado*, 1938, p. 11). Podemos ler, em forma de diálogo, na secção “Inquéritos pelo telefone” a consulta a três personalidades portuguesas o que pensam sobre o fado — o renovador da Arte Nacional dos Azulejos Jorge Colaço, o maestro Ivo Cruz e o general da Marinha Beirão.

Mesmo sendo o primeiro número, há vários anúncios publicitários que ocupavam, principalmente, a parte inferior das páginas. A publicidade era variada e ia desde máquinas de escrever, tintas para cabelo, rádio, remédios para reumatismo até cintas elásticas, papel para cigarro, perfumes e joalheria, só para citar alguns exemplos. Isso quer dizer que estavam, em grande medida, direcionadas para o público feminino. Contudo, com o passar dos anos, os anúncios publicitários ganharam mais espaço ao mesmo tempo que se tornaram diversificados com o objetivo de alcançar outras parcelas da população. A exceção se dá em 1945 quando a publicidade nas páginas do *SI* se torna escassa, provavelmente devido às evidentes restrições financeiras impostas pela Segunda Guerra Mundial que assolava a Europa e que atingiu Portugal, mesmo que de maneira indireta. A título de ilustração poderíamos citar um

curioso anúncio desta primeira edição com o título “Não mate!!! Defenda-se com uma pistola E.M.G.E., a publicidade de uma arma falsa: A única pistola de alarme que se confunde com a verdadeira. De absoluta confiança e a mais barata. Isenta de todas as licenças. Chegou nova remessa. Descontos nos revendedores” (*O Século Ilustrado*, 1938, p. 11).

Figura 8

O Século Ilustrado, 1 de janeiro de 1938, p. 11.
Fonte: Reprodução do original.



Na página 12, assinada por Tomé Vieira, temos uma reportagem sobre a inexistência do serviço de espionagem português durante a I Guerra Mundial e, a página seguinte, na secção “As grandes obras de cinema”, conta a história do romance que virou filme, “Lobos do Mar”. Tanto a reportagem como a descrição do filme estão ricamente ilustradas com várias fotografias que ocupam grande parte das páginas.

Em “Os novos” um excerto do livro ainda por publicar, “Malícia de Amor” de Francisco Gonçalves Carneiro. A página 15 era dedicada a um misto de assuntos que iam desde jogos e anedotas a correspondência com os leitores. Dentre os assuntos, poderíamos identificar um jogo de damas e de xadrez e uma secção intitulada “Pergunte você! Consultório gratuito” onde eram dados conselhos aos leitores sobre os mais diversos temas.

Ao analisar a contracapa de *O Século Ilustrado* (SI — *O Século Ilustrado*: semanário de informação gráfica), concluímos que se aproxima daquilo que encontramos corriqueiramente nas capas das revistas contemporâneas: uma grande foto que informa o conteúdo da revista com várias chamadas de primeira página. Nesta contracapa, também identificamos uma das características mais marcantes da revista, ou seja, o facto de dedicar-se à imagem: “Muita gravura e muita leitura” (*O Século Ilustrado*, 1 de janeiro de 1938, p. 16), uma das características que acompanhariam a revistas por várias décadas de sua história e que justificaria o seu título: *O Século Ilustrado*. Para termos uma ideia sobre a importância da iconografia para a revista, especialmente a fotografia que era considerada uma grande inovação para a época, podemos contar, na edição de número três, 59 ilustrações, em sua maioria de pequenas dimensões, e 40 fotografias que ocupavam, em média, metade das páginas.

O número dois da revista e as seguintes seguem a mesma linha editorial, apesar de apresentarem pequenas diferenças com o acréscimo de novas secções que variavam de semana para semana. Por exemplo, é a partir da segunda edição que aparece a secção “Ecos apontamentos” por Bastos Guerra e “Actualidades” que tratam de breves notícias sobre acontecimentos nacionais e internacionais sempre acompanhadas de muitas fotografias; “Figuras do Momentos” ou “Perfis Célebres” por Carlos Reis, onde são apresentadas uma breve biografia de personalidades ilustres da sociedade portuguesa daquela época ou de outrora; na página dedica ao humorismo, a famosa “Crónica Alegre”; e “Cá por Dentro” por Gomes Ferreira, uma coluna que fala de diversos assuntos de comportamento.

A publicidade vai aos poucos ganhando mais espaço em suas páginas o que nos leva a crer que a SI era financeiramente bem-sucedida. Mesmo que não tenhamos identificado quaisquer indicações sobre a sua tiragem, desde 1941, a SI traz estampada em sua capa a informação de que seria a “Maior leitura de todos os ‘Magazines’ portugueses”, “A magazine mais popular da actualidade”, em 1943, “A maior leitura de todas as revistas gráficas portuguesas” e mais à frente “O grande semanário de actualidades”.

Uma de suas características não seria a abordagem de notícias factuais, mas sim uma aposta nas reportagens, crónicas e artigos sempre ricamente ilustrados, voltados para factos históricos e outras temáticas ligadas ao mundo das mulheres o que fez com que a revista fosse, durante muito tempo, identificada como sendo direccionada para o público feminino. Iniciou-se, portanto, de forma robusta, com um público já definido e sem grandes problemas de financiamento.

O primeiro vislumbre de uma peça dedicada exclusivamente à mulher, apresenta-se na revista número três, cuja capa mostra uma foto de atletas portuguesas do Belenenses.

O Século Ilustrado inicia hoje uma larga publicidade sobre as actividades físicas da mulher portuguesa. A nossa rapariga que até a pouco se conservará pacatamente em casa, enveredou já, abertamente, pelo caminho rasgado e saudável da cultura física e do desporto! Não são, porém,

— infelizmente ainda — unidas as praticantes convictas deste movimento que, em volta da sua emancipação desportiva, se têm feito (...). *O Século Ilustrado*, no desejo de bem informar o público e como jornal moderno que é, vai iniciar a exposição do friso encantador das nossas raparigas desportivas!... (*O Século Ilustrado*, 15 de janeiro de 1938, p. 9).

Muitos outros exemplos como esse se seguiram como a reportagem de 31 de maio de 1941, que foi também tema de capa, e que falava das portuguesas do Século XX e do culto pelo desporto e pelas atividades ao ar livre, até há pouco tempo quase exclusivas da parcela masculina da população: “Já não temos razão para lastimar, nas raparigas portuguesas, a falta de culto do ar livre. O desporto começou, felizmente, a interessá-las (...) os domingos, pela manhã, o Campo Grande é largamente animado de alegres e risonhas ciclistas. O número vem aumentando de semana para semana. Divertem-se, mas cuidam, acima de tudo, da saúde do corpo e do espírito” (*O Século Ilustrado*, 31 de maio de 1941, p. 7).

O *SI* falava muito da mulher, mas não a partir de temas que corriqueiramente encontraríamos nas revistas e jornais da época. Não seria possível, por exemplo, encontrar com facilidade nada relacionado aos afazeres da vida doméstica, mas sim temas mais voltados para o papel que a mulher desempenhava na sociedade. O facto de se passarem vários anos até possuir uma secção dedicada à moda e quase nunca falar de religião, também reforça essa ideia. A título de exemplo, poderíamos apontar o artigo do dia 29 de janeiro de 1938 que contava a história de Dona Ana Guedes, a primeira vereadora portuguesa. Esta seria uma tendência que a revista, aos poucos, iria estabelecer. Portanto, neste aspeto, o *SI* estava à frente de suas concorrentes e isso marcaria a trajetória da revista e conquistaria o seu espaço entre os leitores.



Figuras 9 e 10
O Século Ilustrado, 15 de janeiro de 1938, p. 01; 29 de janeiro de 1938, p. 4.
Fonte: Reproduções do original.

As peças que falavam de comportamento voltadas para o público feminino também eram uma constante nas edições de *O Século Ilustrado* e reforçam ainda mais a ideia de que nas primeiras décadas, esta revista era voltada para o público feminino. O título “As senhoras devem fumar?” é respondido por artistas: Irene Isidoro diz que “sim. É uma atitude como outra qualquer”; Emília de Oliveira responde que ela “fuma, mas acha que a mulher não deve fumar”; Maria Paula “não fuma, mas diz que é chique”; Maria Lalande “acha que o cigarro é um vício exclusivamente masculino” (*O Século Ilustrado*, 13 de janeiro de 1940, p. 17).

Ora o cigarro é, há muito, um complemento da mulher elegante e quasi, por assim dizer, um prolongamento da sua futilidade. Romancistas e poetas incensaram-no, escrevendo que ficava bem um “bout doré” entre dois níveis dedos salpicados de vermelho. E, francamente, a nossa época é mais estética. Dantes, damas gentis, com decotes quasi até à cinta, aspiravam o famigerado rapé e isso sem que romancistas e poetas gabassem o supremo bom gosto de então, ao verem um nariz formoso e petulante atafalhado assim (*O Século Ilustrado*, 13 de janeiro de 1940, p. 17).



Figura 11
O Século Ilustrado, 13 de janeiro de 1940, p.16.
Fonte: Reprodução do original.

Uma secção que fazia muito sucesso entre o público feminino era “Grafologia — Consultório Científico” que se iniciou na edição número dois e perdurou por vários anos. Consistia na descrição da personalidade de acordo com a letra da pessoa: “Sem contestação, o

caracter revela-se pela escrita, porque a mão de uma pessoa que escreve, não se desloca à vontade e transforma-se apenas em um instrumento do seu espírito e estado de saúde” (*O Século Ilustrado*, 15 de janeiro de 1938, p. 14). Em uma destas análises, a revista revela que uma leitora possui “vontade forte, principalmente orientada no sentido da iniciativa sempre que o seu temperamento não é posto à prova. O espírito revela-se ponderado e metódico, procurando manter-se, primeiro a si próprio e em seguida tudo o que a rodeia, no seu devido lugar” (*O Século Ilustrado*, 15 de janeiro de 1938, p. 14). A secção “Horoscopo” era igualmente muito popular entre o público feminino e acompanhou *O Século Ilustrado* até ao seu último número.



Figuras 12 e 13

O Século Ilustrado, 01 de janeiro de 1940, pp. 26 e 28.

Fonte: Reproduções do original.

Portugal se encontrava sob um regime de governo totalitário e, portanto, com condicionantes políticos e sociais que desfavoreciam o debate de ideias. Desta forma, a temática política estava presente nas páginas de *O Século Ilustrado* de forma subtil e, dentre as publicações do grupo a que pertencia o *SI*, seria o jornal *O Século* aquele que assumia um protagonismo no que se tratava da abordagem política com um total alinhamento ao regime de Governo. Contudo, o *SI* não escapou à censura e ao apoio quase obrigatório à ditadura. A primeira capa

inteiramente dedicada a Oliveira Salazar, por exemplo, surge em 19 de março de 1938 em total alinhamento ao regime, com a seguinte descrição: “O Sr. Dr. Oliveira Salazar preside uma grande reunião de legionários e, depois do seu entusiástico e notável discurso, executa, pela primeira vez a saudação romana” (*O Século Ilustrado*, 19 de março de 1938, p. 1). Apesar de não abordar diretamente aspetos políticos, na página número dois, poderíamos ler excertos do discurso de Salazar que enaltecia o Chefe de Estado acompanhado de um artigo que poderia ser classificado como exageradamente elogioso e ilustrado com gravuras identificadas como sendo exclusivas para *O Século Ilustrado*.

O sr. dr. Oliveira Salazar — têm de o reconhecer até os seus inimigos — é um dos maiores oradores que em algum tempo se exprimiram na língua de Camões. Não sai dos seus lábios uma frase banal, um lugar comum — uma vulgaridade — daquelas inconsistentes afirmações que encheram os ouvidos da geração desinteressada e descrente que nos precedeu. Não se fala melhor português; não se expõe com mais nobre clareza um pensamento; não se maneja com melhor estilo, mais expressiva personalidade, maior poder de síntese e de convicção, o idioma pátrio. Quando daqui a muitos anos se ler Salazar — como hoje se lê Vieira — há-de reconhecer-se, sem lisonjas, o forte e lapidar escultor do pensamento que é esse calmo — invencivelmente calmo — Mestre de Política e de Patriotismo. Cada discurso deslumbra mais, convence mais, conquista mais. A sua eloquência e discrição consciente. Atrai pela simplicidade e alicia pelo encanto. Lêem-se as traduções dos grandes discursos mundiais — e elas não são, ao pé das orações de Salazar, mais que afirmações que valem pela força ocasional. Ao contrário, os discursos do grande professor de Coimbra são peças íntegras, de beleza sólida e serena, monumentos perfeitos de cultura filosófica e política — por isso ficarão. Nenhum homem de Estado europeu se avanta hoje ao primeiro ministro português na arte suprema de fazer ouvir a voz — falando firme e claro — sem romper os tímpanos nem as fronteiras (*O Século Ilustrado*, 19 de março de 1938, p. 2).

Apesar de ter sido considerado uma pessoa muito reservada, a vida de Salazar também foi repercutida nas páginas da revista. Na reportagem “Salazar Íntimo”, do dia 21 de maio de 1938 e que também mereceu a capa, traz três páginas combinando textos e imagens a descrever um dia de trabalho do governante português. Esta mesma reportagem foi também reproduzida nas páginas do jornal *O Século*. “Nosso jornal arquiva, hoje, nas suas páginas, alguns *clichés* inéditos da vida íntima do Presidente do conselho — e uma reportagem, sensacional, das condições em que trabalha, exaustivamente, nas 15 horas dum dia, o ‘Grande Operário’ do nosso Ressurgimento” (*O Século Ilustrado*, 21 de maio de 1938, p. 5). A despeito das frases carregadas em adjetivos, a revista afirma que “no número de hoje, queremos, apenas, aqui significar que ela é feita, sinceramente, sem os exageros duma exaltação doentia, mas com o entusiasmo que provoca a vida dum Homem, dedicada inteiramente, à causa do Bem público”. Mais à frente, o *SI* acrescenta uma nota em tom de humor que, segundo a revista,

“escapou” à censura: “Salazar não dá alguma esmola — pela simples razão de que *dá tudo quanto ganha*. Que o digam aqueles a quem a sua obra ajuda. Mas — silêncio... este capítulo foi proibido!” (*O Século Ilustrado*, 21 de maio de 1938, p. 5).



Figura 14

O Século Ilustrado, 19 de março de 1938, p. 1.

Fonte: Reproduções do original.

Oliveira Salazar não foi um modernista nem um admirador do progresso, muito pelo contrário, parecia ter aversão à modernidade e à inovação “desconfiado da tentação do abismo presente no crescimento da produção, desconfiado da inovação tecnológica e das comodidades de consumo que invadem a vida quotidiana” (Madureira, 1998, p. 777). Em maio de 1938, a revista publicou uma edição extra e traz em sua capa a bandeira de Portugal e, mais à frente, a foto de uma criança a trabalhar com uma enxada em comemoração e representação do ano XII do Estado Novo, em total consonância com o regime ditatorial: “Doze anos de progresso constante, de prestígio firmado, nobre e orgulhosamente, no mundo hesitante assolado pelo vendaval da dúvida, de realizações assombrosas e de extraordinárias iniciativas de fomento (*O Século Ilustrado*, 28 de maio de 1938, p. 3). Essa combinação entre a imagem de uma criança e o excerto do texto acima pode hoje ser considerado uma discrepância, mas ilustra bem a realidade da época. Nenhuma crítica direta ou indireta era feita ao regime salazarista, o que se podia ler eram elogios aos “doze anos de vida nova, vida financeira independente e próspera; doze anos de existência livre; Portugal rejuvenescido, honrado, dignificado, reintegrado no ambiente heróico de sua História” (*O Século Ilustrado*, 28 de maio de 1938, p. 3).

Nesse mesmo número, o *SI* trouxe uma reportagem ilustrada com o título “Do Triunvirato Militar à Ditadura Nacional” sobre a implantação do regime de Governo. O que se lê nessas páginas é a descrição dos atos do Estado em forma de reportagem ilustrada. Fala, por exemplo, do equilíbrio orçamental com a afirmação de que os dez anos de gerência do “sr. dr. Oliveira Salazar significam dez orçamentos com saldos positivos de muitos milhares de contos” (*O Século Ilustrado*, 28 de maio de 1938, p. 7); as obras públicas que incluíam “casas arejadas e higiênicas que o Estado Novo construiu para os trabalhadores” (*O Século Ilustrado*, 28 de maio de 1938, p. 18); do progresso telefónico; à política do Estado Novo onde se “reconstruiu, rejuvenesceu e dignificou as possessões espalhadas pelo mundo onde a bandeira de Portugal domina altiva e gloriosa” (*O Século Ilustrado*, 28 de maio de 1938, p. 22); e ainda a indicação dos muitos milhares de contos gastos com o país nos últimos 10 anos com armada, exército, estradas, caminhos de ferro, portos, correios e telégrafos, serviços florestais, hidráulica agrícola, melhoramentos rurais e edifícios e monumentos nacionais (*O Século Ilustrado*, 28 de maio de 1938, p. 7).



Figuras 15 e 16

O Século Ilustrado, 28 de maio de 1938, p. 1 e 3.

Fonte: Reproduções do original.

O *SI* também fala sobre a iminência de uma nova guerra na Europa, uma temática cada vez mais recorrente. A revista afirmou que os homens que detinham o poder naquele momento — Chambelain, Hitler, Daladier, Bénès, Mussolini e Roosevelt, por exemplo — não se cansavam de apregoar os seus ardentes desejos de paz, no entanto, “dias de pesadelo constante,

de inquietação permanente tem afrontado o Mundo” (*O Século Ilustrado*, 01 de outubro de 1938, p. 25). Em 1940, com o mundo já mergulhado em guerra, essa temática ganha ainda mais destaque nas páginas do *SI*. Reportagens ilustradas como “Os tanks e o homem”, falavam do treinamento necessário para se conduzir estes engenhos de guerra (*O Século Ilustrado*, 3 de fevereiro de 1940, p. 7); “A guerra de papéis! Nos bastidores da guerra europeia” foi tema de capa e versava sobre o poder destruidor não das balas, mas dos impressos que eram largados durante a Primeira Guerra Mundial por aviões sobre as principais cidades europeias para além de publicações em jornais de todo o mundo: “A ‘guerra de papéis’ não é menos violenta que a guerra de balas. As bombas dos aviões destroem cidades, mas os manifestos caídos do céu e espalhados pela terra dessoram almas, preparam revoluções, mudam a face dos acontecimentos” (*O Século Ilustrado*, 10 de fevereiro de 1940, p. 9).

Todas essas e outras muitas reportagens ilustradas sobre a guerra que se seguiriam possuíam uma abordagem descritiva, não factual e que se aproximava da curiosidade e nunca voltada para o viés político. Outro aspeto a ser destacado é o facto de não estarem assinadas e não possuírem referência a fontes de informação o que dá uma ideia de que poderiam ser reproduções de periódicos internacionais. A 1 de janeiro de 1944, por exemplo, o *SI* traz um balanço dos acontecimentos que se passaram no contexto de guerra referentes a novembro do ano anterior: “Dia 26 — O sr. Presidente do Conselho explicou à Assembleia Nacional as condições do acordo com a Inglaterra sobre os Açores e os acontecimentos de Timor, com os japoneses; Berlim sofreu mais dois grandes ataques aéreos; os aliados reforçaram a testa de ponte no rio Sangro; os japoneses retiram de Bongainville e são atacados pelos australianos, na Nova Guiné” (*O Século Ilustrado*, 1 de janeiro de 1944, p. 22).

Contudo, o horror da guerra não foi o assunto dominante e mesmo quando se falava de guerra a abordagem, muitas vezes, era outra. Por exemplo, a reportagem ilustrada com o título “A rainha de Inglaterra e a guerra” cuja temática girava em volta do facto de ela ser mulher: “A soberana inglesa toma parte activa na guerra. As suas trincheiras são na própria Inglaterra. Hoje visita um hospital de Londres; amanhã entra num posto de defesa passiva; visita o quartel general da Associação polaca, M. Malkowska. Assim é que a rainha da Grã-Bretanha cumpre a sua missão de mulher inglesa” (*O Século Ilustrado*, 06 de janeiro de 1940, p. 18). Em 21 de agosto de 1940, podemos observar como as mulheres não perderam o seu protagonismo para *O Século Ilustrado* mesmo em tempo de guerra ao ocuparem a capa. Em 10 de maio de 1941 a reportagem com o título “Mulheres que trabalham” fala do papel ativo dessa parcela da população em tempo de guerra, como substituíram o homem na mão de obra em setores importantes de produção, serviram de enfermeira em apoio aos muitos hospitais de guerra ou no seu papel “tradicional” de mulher dando apoio aqueles que partiam para a frente de batalha em defesa de seus países. “Não se cansam as agências estrangeiras de exaltar, em caudais de telegramas, a ação notável da mulher perante a guerra. E não há jornal gráfico, em qualquer canto do mundo, que não traga sempre nas suas páginas documentos flagrantes dessa actividade” (*O Século*

Ilustrado, 10 de maio de 1941, p. 5). Contudo, a peça não deixa de fora os comentários que lhe eram tão característicos relacionados à feminilidade: “E — caso curioso — a uniformidade dos uniformes não as uniformiza. Basta abrir os dois ou três últimos números do ‘Século Ilustrado’, por exemplo, para se ver que nas formações de raparigas inglesas e alemãs o traço de personalidade e a beleza de cada uma se manifestam, se impõem, para lá da equivalência de [doimans] e bivaques” (*O Século Ilustrado*, 10 de maio de 1941, p. 5).



Figuras 17, 18, 19 e 20

O Século Ilustrado, 02 de março de 1940, p. 9 e 10; 21 de agosto de 1940, p. 1; 10 de maio de 1941, p. 5. Fonte: Reproduções do original.

Alguns fatores podem ajudar a explicar o motivo pelo qual *O Século Ilustrado* fez uma cobertura sobre a Segunda Guerra Mundial, o maior acontecimento histórico daquele momento, de forma tão discreta. O primeiro deles e o mais importante, seria o facto de Portugal estar sobre um regime ditatorial e, portanto, sem liberdade de expressão para tratar assuntos políticos de tamanha importância; um outro pode estar relacionado com o próprio perfil da revista, ou seja, não ser um periódico voltado para a abordagem crítica dos acontecimentos; a falta de recursos financeiros também pode ser uma explicação, pois, como já referimos, grande parte do que era falado sobre a guerra parecia ser reproduções da imprensa internacional, especialmente a inglesa; e por último, tendo Portugal assumido uma posição de neutralidade em relação à Segunda Guerra Mundial, isso também se refletiu no modo como a imprensa portuguesa tratou a temática, de forma mais subtil, como podemos observar na secção “Cronica de todas as semanas” assinada por Augusto da Costa: “Parece que foi ontem — e já lá vai quase um ano! À porta da farmácia, alguém anunciava a publicação iminente duma nota oficiosa, na qual o governo anunciaria que Portugal manteria a sua neutralidade perante a guerra” (*O Século Ilustrado*, 10 de agosto de 1940, p. 02).

Em 1942, quando o *SI* comemorou o seu aniversário de cinco anos, menciona que foi um repositório gráfico e jornalístico dos acontecimentos de seu tempo e que havia atravessado as horas conturbadas de uma Europa que vivia naquele momento um conflito que contaminara todo o universo. A revista aponta ainda que “felizmente Portugal tem sabido e podido viver longe da guerra. No limiar do sexto ano, *O Século Ilustrado* faz votos porque a Paz, tão sabiamente conservada por Salazar, continue a abençoar o nosso país e volte ao Mundo, que vive, por certo, as horas mais revoltas e encapeladas da história” (*O Século Ilustrado*, 02 de janeiro de 1942, p. 6 e 7).

A verdade é que aos poucos a temática da guerra foi deixando de ser um dos únicos temas de capa da revista, ou seja, deixou de ser novidade, e os assuntos habituais retornaram centrados, principalmente, nas atrizes de Hollywood e em mulheres com roupas diminutas. Na capa de 21 de setembro de 1940, temos Lana Turner, uma artista da “Metro-Goldwyn-Mayer” candidata ao título de *Miss Sex Appeal* 1940. Mesmo sem ter desaparecido totalmente, quando a temática guerra aparecia na capa, já não possuía o protagonismo de antes e vinha em “notas de rodapé”. A revista não comemorou o final da guerra e tratou o assunto como se não tivesse sido este um grande marco histórico mundial.

No início de cada ano, *O Século Ilustrado* repercutia as festas e os acontecimentos da alta sociedade sempre com muitas fotos e breves descrições. Dentre eles, recebiam destaque os eventos beneficentes organizados pelo jornal *O Século* que ocorriam todos os anos em prol de crianças desfavorecidas. A revista refletia benesses evento em letras garrafais, mas sem nunca trazer o assunto pobreza para uma discussão social ou política: “É êste o 17º ano da sua tarefa bendita de oferecer 15 dias de bom ar, de sol e de abundância a alguns milhares de crianças pobres. Apesar de todas as dificuldades do momento que já há um ano se fizeram sentir, levar a cabo, mais uma vez, a execução do seu programa humanitário” (*O Século Ilustrado*, 3 de agosto de 1940, p. 24).



Figuras 21 e 22

O Século Ilustrado, 10 de agosto de 1940, p. 01; 21 de setembro de 1940, p. 01.

Fonte: Reprodução do original.



Figura 23

O Século Ilustrado, 06 de janeiro de 1940, p. 24.

Fonte: Reprodução do original.

Figura 24

O Século Ilustrado, 17 de maio de 1941, p. 01.

Fonte: Reprodução do original.

Os concursos foram uma marca de *O Século Ilustrado*. Dentre os muitos que se realizaram destaca-se o concurso fotográfico de 1 de outubro de 1938 que recebeu mais de 2000 fotos e foi assunto de capa desta edição. As melhores fotos foram organizadas por temáticas e publicadas em vários números da revista: “Oferecemos hoje à curiosidade dos leitores mais alguns clichés de tantos que nos têm sido enviados para o nosso grande Concurso Fotográfico, cujo êxito se afirma, dia a dia, de maneira incontestável” (*O Século Ilustrado*, 01 de outubro de 1938, p. 36).

Para além dos concursos, os inquéritos eram frequentes nas páginas do *SI*. Em 17 de maio de 1941, *O Século Ilustrado* trazia em sua capa a chamada para o inquérito fotográfico “Qual é o mais lindo sorriso de Portugal?”. Outros inquéritos se seguiram como o “Inquérito radiofónico do ‘Seculo Ilustrado’” com o objetivo de identificar como os leitores consomem rádio. Esse inquérito era composto pelas perguntas: 1- A que horas costuma ouvir rádio? 2- Qual a estação emissora que escuta mais assiduamente? 3- Qual é o locutor que prefere ouvir? 4- Qual é o programa radiofónico que escuta com mais agrado? Na peça assinada por Rodrigues Rocha, o *SI* afirmou que “as opiniões emitidas pelos leitores demonstram a existência de raros pontos de vista comuns (...). Aliás encontram-se, por vezes, opiniões contraditórias: um locutor classificado por dois ouvintes como irritante e detestável é apontado por outros como motivo suficiente para justificar o pagamento da taxa de 10\$00” (*O Século Ilustrado*, 12 de janeiro de 1946, p. 05). O resultado do inquérito foi o seguinte: 1- Das 20hs30 às 22hs30; 2- Emissora Nacional; 3- João da Camara; 4- Domingo Sonoro.

As imagens sempre foram a principal característica de *O Século Ilustrado* e o seu diferencial quando comparada às outras publicações da época. As imagens possuíam uma boa qualidade e, pelo menos até ao final da década de 1940, eram reproduzidas por um processo chamado de heliogravura. Essa técnica corresponde a um processo fotomecânico de impressão destinado a obter uma edição de estampas gravadas a partir de uma matriz de metal, geralmente o cobre, preparadas com o auxílio de uma gelatina sensível à luz. De acordo com Traquina (2005), as melhorias na reprodução de imagem, sobretudo com a heliogravura a partir de 1905, deram um novo élan à imprensa. A invenção da máquina fotográfica iria inspirar o jornalismo no seu objetivo de ser as “lentes” da sociedade, reproduzindo a realidade.

Havia várias secções cuja característica principal era a transmissão da informação pela imagem, contudo, a que melhor representava essa realidade seria “Actualidades Gráficas” onde se poderia ver muitas fotografias acompanhadas de breves descrições de acontecimentos considerados notórios da sociedade portuguesa, principalmente, aqueles relacionados à elite. Como uma espécie de fotonotícias, poderíamos ler sobre os casamentos elegantes da alta sociedade lusitana, assim como as inaugurações e outros atos oficiais do Governo. O nome desta secção iria variar ao longo do tempo, mas manteria sempre essas características.

Para além das muitas fotografias que adornavam as páginas do *SI*, também as ilustrações tinham um peso importante. A secção onde nunca faltavam imagens eram aquelas

relacionadas ao humorismo. Inicialmente, as anedotas poderiam estar espalhadas ao longo da revista, quase que com o objetivo de preencher espaços vazios nas páginas, mas com o passar do tempo, ficaram restritas às secções reservadas para essa temática. O humor também passava pela caricatura e a chegada de Francisco Pacheco ao *Século Ilustrado* foi um motivo de destaque na revista. Com o título “Um novo caricaturista” a revista exalta a qualidade do artista e a importância do humor para Portugal.

Neste País de melancólicos contam-se agora por dezenas, para não dizer centenas, os humoristas, tanto do desenho como da palavra escrita. Este fenómeno mereceria ser estudado, nos seus fundamentos e nas suas projecções, se para isso tivéssemos espaço suficiente. Por isso limitamo-nos por hoje a destacar, dentre o grande número de humoristas triunfantes no seu caminho, o artista Francisco Pacheco. Não pelo nome próprio, mas pelo apelido conseguiu já impor-se nas rodas das pessoas que têm bom gosto e o sabem manifestar. Os seus trabalhos acusam uma personalidade inconfundível, risonha, flexível, onde o talento interpretativo não esconde nunca marcada semelhança, dada com originalidade. Pacheco adora o riso, não porque passe a vida a divertir-se, mas porque gosta de fazer rir o seu semelhante (*O Século Ilustrado*, 06 de março de 1943, p. 17).



Figura 25
Século Ilustrado, 06 de março de 1943, p. 17.
 Fonte: Reprodução do original.

Ainda dentro deste contexto da exploração da imagem, as curiosidades apresentadas nas páginas do *SI* também passavam por outros assuntos relacionados ao mundo animal e terras exóticas de outros continentes: “Há na Africa do Sul umas serpentes que gostam apaixonadamente, de almoçar ovos. Difícil, à primeira vista, admitir como um réptil, embora tão comprido, pode engolir um ovo, bem maior que o diâmetro do seu corpo” (*O Século Ilustrado*, 13 de janeiro de 1940, p. 22). Outro exemplo é a secção “Curiosidades do Mundo” que poderia abordar os mais diversos assuntos como roupas femininas feitas de redes de pesca; uma criança a passear de mãos dadas com um pinguim; ou ainda pugilismo feminino com mãos e pés.



Figuras 26 e 27

O Século Ilustrado, 22 de novembro de 1941, p. 11; 06 de dezembro de 1940, p. 13.

Fonte: Reproduções do original.

O assunto cinema foi sempre um dos principais temas tratados nas páginas do *SI*, recebendo, muitas vezes, destaque com as atrizes portuguesas ou internacionais na capa. Desde o seu primeiro número, houve a secção “Cinema”, onde o leitor poderia seguir os principais lançamentos acompanhados de breves críticas. Contudo, o destaque era quase sempre a vida das vedetas de Hollywood: “Os leitores, principalmente se são cinéfilos, conhecem tão bem como nós a encantadora Hedy Lamarr. Tem-na visto, nas mais belas criações da sua carreira,

interpretar papéis dum feminismo requintado, fazendo alarde dos seus encantos de mulher cheia de graça e de beleza” (*O Século Ilustrado*, 03 de janeiro de 1943, p. 07).

O facto de ser uma publicação que fazia parte de uma empresa da qual pertenciam outros periódicos, fazia com que fosse comum encontrar publicidade referente à outras publicações do grupo como “Modas e Bordados”, uma revista também direcionada para o público feminino, “Vida Mundial”, o jornal *O Século* e outras publicações esporádicas como por exemplo o “Almanaque do ‘Século’” que era publicado anualmente: “Como nos anos anteriores, vem repleto de ilustrações e traz anedotas com imensa graça, contos interessantíssimos, notáveis artigos sobre assuntos de palpitante interesse, calendário do agricultor, charadas, etc. etc. Preço: 6\$00. À Venda em todas as agências e sucursais do ‘Século’. Pedidos à Editorial ‘O Século’” (*O Século Ilustrado*, 16 de novembro de 1940, p. 5). Outros acontecimentos ligados ao grupo também eram corriqueiramente encontrados nas páginas do *SI* como foi o caso da Inauguração do I Congresso das Sociedades de Recreio, evento patrocinado pelo jornal *O Século* e que foi motivo de capa da revista em 21 de dezembro de 1940.

O impacto tecnológico marcou toda a história do jornalismo ao longo do *Século XX* até o presente, fazendo com que houvesse cada vez mais a pressão das horas de fecho na busca pelo imediatismo, o que acabaria por tornar-se um valor central da cultura jornalística. *O Século Ilustrado* iria presenciar toda esta evolução, contudo, 1940 era ainda um momento precursor desta realidade quando “a transmissão direta do acontecimento” (Traquina, 2005, p. 53) não podia ainda ser imaginada como a que vivenciamos atualmente. Porém no primeiro número de 1941, podemos ver um pequeno vislumbre desta realidade quando o *SI* publica um número especial, excecionalmente com 40 páginas em comemoração ao seu aniversário de quatro anos. Nesta edição, podemos ver uma peça onde é explicado ao leitor como a revista é feita. Essa é a primeira vez em que o *SI* “abre as suas portas” e mostra-se ao seu público, uma característica que durante muitas décadas não seria a regra. Assinada por Mário Rocha, podemos ler uma fabulosa descrição do que seria a profissão de jornalista na década de 1940 com o mundo envolto em guerra e com limitados meios tecnológicos: os detalhes artísticos sobre como a revista era produzida, as imagens da sala de redação cheia de jornalistas, os desenhadores a produzirem as ilustrações, os fotógrafos a trabalharem as imagens fotográficas e mais à frente, a revista a ser “montada” e impressa.

Quando o leitor, entre o café com leite e as torradas da manhã ou já a caminho das suas ocupações cotidianas, na rua ou no “eléctrico”, folheia as páginas da nossa revista — pensou alguma vez na maneira como ela é feita e nas canseiras e nas preocupações que nos acausam, semanalmente, as suas 32 páginas? Não pensou, de-certo... E quantas vezes, demorando o olhar numa imagem impressionante da guerra ou prendendo-se na leitura duma novela ou dum artigo de “magazine”, não terá invejado a profissão de jornalista, que passa, a-final, o tempo a encher de tinta linguados de papel e a deliciar a vista, primeiro do que ninguém, nos “clichés” que fixam o momento que passa...

Ai, como é diferente o jornalismo, querido leitor!... Aqui nesta varanda aberta sobre o mundo que é a vida dum jornal ilustrado — vive-se e sente-se e sofre-se como sofre, vive e sente qualquer mortal! Como o leitor, também nós, os jornalistas, os que levamos a sua casa a notícia alegre ou o drama pungente da semana, temos alma e possuímos coração! Por isso mesmo vibramos primeiro do que ninguém com os acontecimentos que ocorrem no mundo. E vibramos porque os vivemos e porque vamos ainda transmiti-los ao leitor, que aguarda serenamente, em casa ou na rua, que o jornal lhe leve a notícia pormenorizada ou a fotografia sensacional. Como se faz o “Século Ilustrado?” Eis o que o leitor pode verificar através das imagens que ilustram estas páginas. Quando a redacção traçou a “maquette” do número que vai sair e as “fotos” foram seleccionadas e os artigos escritos pelos redactores, ainda a faina está, por assim dizer, no começo. Depois é a lufa-lufa de todos os dias, de todas as semanas, se sempre, para que às primeiras horas de todos os sábados, quando a manhã rompe e o dia começa, os “ardinas” calcurriem as ruas da cidade e façam ouvir o seu pregão alegre e cantante: Cá ’stá o “Séc’lo Ilustrado!”. (*O Século Ilustrado*, 04 de janeiro de 1941, p. 4 e 5.



Figuras 28 e 29
O Século Ilustrado,
 04 de janeiro de 1941,
 p. 4 e 5.
 Fonte: Reproduções
 do original.

Em janeiro de 1942, podemos identificar, através de caricaturas, algumas pessoas que faziam parte da equipa do *SI*: Mário Rocha, chefe de redacção; Baltasar, caricaturista; Castelo de Moraes e Guedes de Amorim, redatores; Rodrigues Alves, Rocha Vieira e Domingos Saraiva, desenhadores; Raimundo Vaissier e Joaquim Freire, fotógrafos; Américo Coelho, charadas; António Lourenço, cinema; Henrique Monteiro, damas e xadrez; e Mário Abreu, montador.

Em 27 de março de 1948, a direção de *O Século Ilustrado* muda pela primeira vez e o diretor passa a ser Carlos Pereira da Rosa e o chefe de redação Mário Rocha. Nenhuma palavra é dirigida aos leitores e não são notadas alterações significativas na revista, muito pelo contrário, segue a mesma linha traçada até então por João Pereira da Rosa, seu fundador. Esta constatação é confirmada no ano seguinte, 1949, quando os objetivos da revista são apresentados pela primeira vez e, segundo a Mário Rocha, não mudaram em 12 anos de existência: “Agora como no primeiro número, um objetivo nos anima: distrair e recrear o leitor através de uma leitura atraente e acessível de ‘magazine’, ao mesmo tempo que, registrando nessas páginas os ‘fait-divers’ do mundo, se não esqueçam os interesses da comunidade nacional se fixem, ora pela imagem ora pela palavra, os acontecimentos ligados ao progresso da Pátria e ao bem-estar de todos os portugueses” (*O Século Ilustrado*, 1 de janeiro de 1949, p. 02).

A partir desse momento, a revista começou a dialogar com o seu leitor mais frequentemente e em 1950, Mário Rocha desvenda um pouco mais da personalidade do *SI*, fazendo referência à Segunda Guerra Mundial, considerando a revista um arquivo histórico que acompanhara de perto grandes acontecimentos mundiais quando

Ruíram impérios e caíram tronos; absorveram-se nações (...); imolaram-se milhões de vidas à louca satisfação de apetites que são a negação da própria Natureza; arrastaram-se e calcinaram-se cidades inteiras; matou-se e escravizou-se muita gente. Apenas em doze anos — tantos são os que o “Século Ilustrado” já viveu — a face do Mundo como que se tonou irreconhecível. Dir-se-ia que foi já há muitos decénios que a Europa parecia ser feliz — e, afinal esta tranquilidade ilusória, essa felicidade aparente que a humanidade viu desaparecer como em mutação de “mágica” existiam e eram visíveis ainda ontem... Folhear as páginas — milhares e milhares de páginas — que se arquivam nas colecções preciosas dos 626 números já publicados no nosso jornal — é o mesmo que folhear a história dos nossos dias. Na aparência da sua frivolidade, no enquadramento artístico das suas fotografias, no arranjo moderno das suas “mise-en-pages” o “Século Ilustrado” tem procurado ser o repositório fiel dos factos que ilustram a nossa época e o espelho das ansiedade e inquietações do nosso tempo. No limiar de 1950 — Ano Novo para o Mundo e para este jornal — são os mesmos os propósitos que nos animam: servir os leitores na medida em que tornamos cada vez mais o “Século Ilustrado” o seu amigo indispensável de todas as semanas (*Século Ilustrado*, 7 de janeiro de 1950, p. 03).

Na década de 1960, já com um novo chefe de redação, Redondo Júnior — que viria a tornar-se diretor na década seguinte — as páginas da *SI* ganham mais cores e com algumas fotos coloridas, apesar de ainda prevalecer o preto e branco e outras cores monocromáticas como o azul. Novas secções também são introduzidas como “O homem/mulher de quem se fala”, que abordava semanalmente uma personalidade de destaque; “O que os jornais não disseram” com breves notícias de diversos assuntos; “A semana política”, assinada pelo

Observador e onde se falava de assuntos políticos internacionais; e uma secção dedicada aos horóscopos direcionada ao público feminino e que perduraria até a extinção da revista. Falava-se também, com alguma frequência, sobre negros e sobre racismo, mas sempre com uma abordagem exótica e nunca em um contexto de discussão político-social. Por exemplo, em 10 de abril de 1965 a *SI* traz em sua capa o tema “O drama dos negros da América” e, mesmo sendo tema de capa, o assunto não foi desenvolvido no interior da revista constando somente uma brevíssima descrição da capa na página 46.

Assuntos importantes que se passaram em Portugal como o início da guerra colonial que eclodiu em fevereiro de 1960 só viria a ser recorrente nas páginas de o *Século Ilustrado* depois de maio de 1964. Esse conflito foi caracterizado por um período de confrontos entre as Forças Armadas Portuguesas e as forças organizadas pelos movimentos de libertação das antigas províncias ultramarinas de Angola, Guiné-Bissau e Moçambique. Na primeira reportagem sobre o assunto, em 16 de maio de 1964, podemos ler na reportagem com fotos de Fernando Laidey, que “Portugal está presente em Angola. Em terras de Africa, os seus filhos são soldados vindos do Minho ou do Algarve, para garantir no preço dum esforço exemplar de sacrifício e coragem a perenidade da herança dos nossos antepassados” (*O Século Ilustrado*, 16 de maio de 1964, p. 23).



Figuras 30 e 31

O Século Ilustrado 16 de maio 1964, p. 23; 10 de abril de 1965, p. 1.

Fonte: Reproduções do original,



Figuras 32 e 33

O Século Ilustrado, 16 de maio de 1964, p. 24 e 25.

Fonte: Reproduções do original.

Apesar da breve abordagem sobre a política nacional, *O Século Ilustrado* interessava-se por alguns assuntos internacionais. Como exemplo, poderíamos citar a extensa propaganda veiculada contra as políticas americanas feitas através da reprodução de artigos de jornais internacionais: identificamos alguns artigos sobre o Vietname e a destruição provocada pelo exército americano; uma foto reportagem intitulada “Quando as Bombas caem em Hanoi” (*O Século Ilustrado*, 10 de Fevereiro de 1968, p. 48-50); uma outra que seguiu os últimos minutos da vida de um soldado vitimado por uma emboscada americana (*O Século Ilustrado*, 15 de Fevereiro de 1969, p. 44-49); ou as crianças norte-vietnamitas que, de cigarro na boca e de arma na mão, se viam forçadas a crescer depressa (Ferreira, 2009).

O *SI* publicou uma longa reportagem destacando o facto de que a Guerra do Vietname, desde 1961, matara trezentas mil crianças e provocara ferimentos em cerca de um milhão (*O Século Ilustrado*, 3 de agosto de 1968, p. 34-39). Outros temas internacionais também tiveram destaque na revista como a morte do presidente americano John Kennedy que foi repercutida em 30 de novembro de 1963 ocupando seis páginas.

Assuntos do cotidiano em Portugal como a inauguração do Metro em Lisboa foi tema de reportagem de duas páginas assinada por Beatriz Ferreira em 09 de janeiro de 1960. Com o título “M quer dizer metro” e ricamente ilustrada com fotos do dia da inauguração: “Lisboa tem seu Metropolitano, após quatro anos de expectativa. Durante todo este tempo o lisboeta, a um tempo curioso e interessado, espreitou-o, através dos buracos que a empresa, ironicamente, abria nos tapumes, enquanto e lendo o noticiário extenso sobre a evolução de grande obra” (*O Século Ilustrado*, 09 de janeiro de 1960, p. 15). Quando *O Século Ilustrado* tratava de um acontecimento factual como esse, a abordagem que quase sempre prevalecia era aquela voltada para a curiosidade comportamental e descritiva.

Às 6 horas da manhã foram abertas as cancelas das vias de acesso às diversas estações, logo invadidas num alvoroço por um público espantado e curioso constituído em grande parte por artistas de variedades em exibição nas “boîtes” de Lisboa, músicos e desocupados que queriam terminar com uma viagem de metro a sua noite boêmia. Cantando e dançando foram enchendo as carruagens e a primeira viagem fez-se num ambiente de ruidosa alegria. O público constituía autênticas vagas humanas. Numerosos letreiros e funcionários eficientes conduziam-nas. O movimento chegou a constituir um problema sério, uma vez que centenas de pessoas não se limitavam a um trajecto, viajando turisticamente, de visita a todas as estações, subindo e descendo as escadas rolantes (*O Século Ilustrado*, 09 de janeiro de 1960, p. 15).

As mulheres nunca saíram da capa de *O Século Ilustrado*. Na década de 1960, os temas oscilavam entre o mundo da arte e do entretenimento, a elegância e a riqueza da elite portuguesa: “São Carlos, encontro de elegâncias” de 16 de janeiro de 1960; “O esplendor do Music Hall” de 30 de janeiro de 1960; “Penteados — 1960” de 05 de março de 1960. Outros assuntos voltados para o público feminino como uma série de artigos intitulados “O problema das mulheres de meia idade” identifica a faixa etária como sendo as mulheres de 45 anos ou mais e apontam os principais desafios enfrentados por elas: ocupações com a família, dificuldades profissionais agravadas pelas “transformações e alterações físicas e orgânicas que as deixam assustadas, solitárias e desanimadas” (*O Século Ilustrado*, 23 de fevereiro de 1963, p. 5). Nesses seis artigos, a revista analisa, através de médicos e assistentes sociais, os “problemas das mulheres de meia idade” e aconselha com métodos para encontrar uma nova felicidade quando se chega a esta fase da vida.



Figuras 34 e 35

O Século Ilustrado, de 06 de fevereiro de 1960, p. 1; 05 de março de 1960, p. 01.

Fonte: Reproduções do original.

Em 1963, Francisco Mata assume o cargo de Chefe de Redação e em 25 de abril do ano seguinte passa a Diretor da Revista. Algumas mudanças são sentidas somente a partir janeiro de 1965 quando a revista passa por algumas mudanças com os seus conteúdos mais diversificados e menos exclusivos para o público feminino, uma característica que acompanhou a *SI* até então; assume um layout mais moderno, com páginas menos preenchidas e com mais espaços em branco; as fotografias ganham em definitivo as páginas do *SI*; e o papel da capa, assim como as quatro páginas centrais, passam a ser impressas em papel couché, brilhante e luxuoso.

Quando o *SI* completa 33 anos de publicação, outras alterações se seguiram, desta vez mais profundas que iriam resultar, segunda a própria revista, em um “novo *Século Ilustrado*”, “um novo figurino de jornalismo de revista”. A revista explica que aquele lento processo de melhoria foi feito a partir de pressões e iniciativas de vários setores, resultado do aumento das tiragens, das muitas cartas e telefonemas por parte dos leitores com apoio, reparos e sugestões de reportagens. As modificações consistem no facto de o conteúdo da revista ser dividido e reorganizado em três partes: “Reportagens e actualidades”, “Extra” e “Secções”. Por outras palavras, dentro de uma só revista passaria a coexistir, com fronteiras precisas, três pequenas revistas autonomizadas, com capas e expressões gráficas distintas. O leitor, após o sumário, poderia encontrar também três páginas da secção “Última hora” destinadas a dar cobertura a acontecimentos até à véspera da publicação da revista. Seguiam-se, em média, 24

páginas de *SI* “Reportagens e Actualidades”, 12 páginas de *SI* “Extra” e outras 24 páginas de *SI* “Secções”. As três secções possuíam um aspeto gráfico bastante distinto, sendo a “Extra” destinada ao público jovem e tinha como uma das características principais possuir informações curtas sobre assuntos “ligeiros” nacionais ou internacionais. A secção que tratava das reportagens, considerada pela revista como a mais “nobre”, estava destinada, por sua vez, a um público à procura de informação mais exhaustiva sobre grandes temas nacionais e internacionais. Em “Secções” encontrava-se a maior parte da publicidade, abordava diferentes temas como palavras cruzadas, a programação televisiva, desportos e signos, entre outros.



Figuras 36, 37 e 38
O Século Ilustrado, 31 de janeiro de 1970, p. 1, 33 e 62.
 Fonte: Reproduções do original.

Segundo a revista, o sucesso do novo formato foi imediato e isso ocorreu também devido ao grande investimento que a revista fez em enviar seus jornalistas para fazer cobertura de grandes eventos em várias partes do mundo como: Angola (Inédito Angolano), Genebra (Salão do Automóvel), Osaka (Expo-70) e Brasil (Carnaval do Rio). Esses altos investimentos também passavam pela publicação da revista em si, pois tinha, em média, 68 páginas, mas em fevereiro de 1970, chegou a 82 páginas com a publicação especial de uma reportagem de 40 páginas sobre o carnaval do Rio de Janeiro. Essa reportagem especial foi publicada inteiramente em papel couché e a sua extensão é justificada pela grande quantidade de fotos. Para a sua publicação, foram necessários alguns ajustes na revista como, por exemplo, a suspensão temporária de uma série de artigos sobre o FBI que estavam a ser publicados ao longo de algumas semanas e a redução na secção de desporto. Essas modificações foram retomadas na semana a seguir.

Embora seja um tanto prematuro proceder a um balanço definitivo sobre a reacção dos leitores às novidades introduzidas desde há poucas semanas na organização do “SI”, os nossos últimos números do “novo figurino” têm recolhido um aplauso surpreendente e lisonjeiro. Encorajado, pois, pela reacção unanimemente positiva registada até agora, o “SI” oferece hoje ao público, sem qualquer aumento de preço, mais 16 páginas do que habitualmente; e, já que a envergadura excepcional da reportagem que a equipa M. Antónia Palla — E. Gageiro foi realizar no Brasil, impunha expressão gráfica excepcional, esse quinto caderno adicional sai impresso em papel “couché” — que os leitores não deixarão de aperceber-se. A parte mais “nobre” da revista, o “SI” Reportagens”, que reservamos para o tratamento em profundidade dos temas de maior fôlego, aparece, assim, desta vez, inteiramente consagrada à grandiosidade e espectacularidade do Carnaval do Rio. E há quem possa estranhar que o “SI” tenha reservado 40 páginas ao acontecimento, esclarecemos que a meia centena de fotos publicadas (das quais mais de 30 dezenas a cores) representam apenas o resultado final de um monumental trabalho de selecção que incidiu sobre mais de 600 (sim, seiscentas) fotos com que Gageiro regressou de uma semana no Rio... (*O Século Ilustrado*, 31 de janeiro de 1970, p. 3).

As mudanças ocorridas depois de Francisco Mata assumir a direção, fizeram com que o *SI* se tornasse irreconhecível, modificando-se radicalmente quando a comparamos a de número um, há 34 anos: “não é sem alguma vertigem que olhamos para trás e recapitulamos os passos do caminho percorrido” (*O Século Ilustrado*, 26 de dezembro de 1970, p. 3). O número de páginas, por exemplo, se altera bastante: entre 1933 e 1937, *O Século Ilustrado* possuía 8 páginas; a partir de 1 de janeiro de 1938, o que chamamos a segunda fase, possui 16 páginas, mas que se alteram para 32 páginas em julho deste mesmo ano. Contudo, desde o início de 1970, passou a ser publicada inteiramente em papel couché, com 80 páginas (chegou a ter 92 páginas) e uma dimensão que variou algumas vezes ao longo de sua história, mas que naquele momento encontrava-se com 31x29,5 cm (914,5 cm quadrados de área impressa).



Figuras 39 e 40

O Século Ilustrado, 31 de janeiro de 1970, p. 19, 22 e 23.

Fonte: Reproduções do original.

Pouco se falava de política e os temas passaram a ser menos voltados para o público feminino, muito centrados em cultura e, apesar de nunca ter sido, na sua totalidade, colorida, *O Século Ilustrado* estava invulgarmente cheio de cor. A revista chama a atenção também para a qualidade de sua “equipa redatorial de profissionais treinados e experientes, habilitados a tratar cada assunto numa perspectiva que ainda há pouco tempo seria considerada excepcional na nossa Imprensa” (*O Século Ilustrado*, 26 de dezembro de 1970, p. 3). Outro aspeto em destaque foi a tecnologia utilizada na sua impressão com “uma composição ‘a frio’ em máquinas eletrônicas de banda magnética (por contraste com a antiga composição ‘a quente’, em linótipos) (...) integralmente impresso numa rotativa de ‘off-set’ de 4 corpos, sueca, a última palavra no género, que autoriza a inclusão de reproduções a cores (quadricromias) em número praticamente ilimitados” (*O Século Ilustrado*, 26 de dezembro de 1970, p. 3).

Ainda em 1971, o *SI* retorna ao seu formato original e a divisão em três cadernos independentes desaparece, apesar do aclamado sucesso entre os leitores. Algumas novas secções surgiram como “A foto *SI* da semana”, “Jornal da semana” — publicado em páginas amarelas e com um layout característico a imitar as páginas de um jornal — “*SI* há trinta anos”, “Ane-dota da semana” e, pela primeira vez, uma secção dedicada exclusivamente à moda — “*Si moda*” — dentre outras. Em 1973, publica semanalmente uma separata sobre assuntos variados e as capas passam a ter mais informações e adquirem um layout muito parecido com o que vemos atualmente nas revistas, mas continuava a apostar em belas mulheres em suas capas. Nesse momento, era J. R. Redondo Júnior, o diretor de *O Século Ilustrado*.



Figuras 41 e 42

O Século Ilustrado, 16 de fevereiro de 1974, p. 1; 23 de fevereiro de 1974, p. 1.

Fonte: Reproduções do original.

Quando o *SI* completa 37 anos de existência, em 1974, a revista anuncia que este seria um ano de crise para o setor da imprensa. A falta de papel obrigou os jornais de todo o mundo a uma adaptação mais racional das suas publicações e o *SI* não escapou a esta realidade. Na primeira publicação desse ano, suprimiu um de seus cadernos e apareceu com menos 16 páginas, passando a 66 páginas. Esse foi o primeiro sinal de que a revista se encontrava em declínio que se agravaria nos anos posteriores e que ditariam o seu fim.

Um marco importante na história do *SI*, e de todos os outros veículos de imprensa em Portugal, foi a queda da ditadura em 25 de abril de 1974. A primeira referência que a revista faz ao ocorrido acontece no dia 27 de abril: “Na madrugada de 24 para 25, quando ‘O Século Ilustrado’ já estava a ser impresso, as Forças Armadas, segundo um comunicado transmitido através dos emissores do Rádio Clube português e da Emissora Nacional, ‘desencadearam uma série de ações com vista à libertação do País, do regime que há longo tempo o dominava’” (*O Século Ilustrado*, 27 de abril de 1974, p. 67). Nessa reportagem, a revista faz um retrato político do que se passava naquele momento principalmente ilustradas por uma série de fotografias coloridas e em preto e branco sobre a euforia dos portugueses nas ruas em apoio à queda do regime ditatorial que subjugará o país por várias décadas. O *SI* colocou em questão o futuro de Portugal e interrogou-se sobre quem seria e como se formaria o novo Governo fazendo um primeiro registo crítico das reações partidárias após o 25 de Abril, nomeadamente os Partidos Comunista e Socialista.



Figuras 43 e 44

O Século Ilustrado, 4 de maio de 1974, p. 1 e 4.

Fonte: Reproduções do original.

Esse acontecimento histórico iria transformar enormemente a forma de se fazer jornalismo. A revista deixara de ser visada por uma comissão de censura e com a liberdade de imprensa restituída. Em resultado de todas estas mudanças, entre 10 e 14 de maio de 1974 *O Século Ilustrado* não foi publicado assim como as outras publicações do grupo Sociedade Nacional de Tipografia (*O Século*, *Vida Mundial*, *Modas e Bordados* e *Cinéfilo*) devido a uma assembleia geral entre os representantes dos trabalhadores e a Administração dos periódicos onde várias reivindicações foram, feitas: o reconhecimento da Comissão dos Trabalhadores da empresa; a participação crítica nas definições do conteúdo das publicações por parte dos trabalhadores; um valor mínimo salarial; número de horas trabalhadas; prestação de horas extraordinárias somente em casos excepcionais e nunca contra a vontade dos trabalhadores; afastamento de funcionários ligados ao fascismo; e o facto de a Administração da SNT aceitar discutir reivindicações dos funcionários.

Já nesta nova fase de liberdade de expressão, a revista dirige-se na primeira pessoa ao leitor e explica as dificuldades que enfrentou durante 38 anos de existência para publicar semanalmente sob o regime ditatorial e os planos para o futuro.

Ninguém ignora as tremendas dificuldades com que, durante mais de três dezenas de anos, tratávamos assuntos que, sabíamos, correspondiam aos interesses dos nossos leitores. Como não podia deixar de ser — e era, aliás, prática corrente na imprensa — tínhamos que recorrer às inevitáveis ‘habilidades’ possíveis, para tentar apresentar uma visão, tanto quanto possível menos deformada, da vida portuguesa. Sobretudo, resistimos intransigentemente, à mentira e à deturpação. Com o 25 de abril, tudo mudou, felizmente, para que possamos orgulhar-nos de pertencer a uma profissão reabilitada. E de tal maneira que “*O Século Ilustrado*” está atentamente debruçado sobre um plano de reestruturação que o integre nas novas perspectivas, que horizontes mais dilatados que a actualização nos oferecem. Assim, cremos que continuaremos a merecer, ainda mais, a confiança com que o público nos tem distinguido. Uma afirmação categórica resta fazer, aliás evidente, desde o 25 de Abril: “*O Século Ilustrado*” não está enfeudado a qualquer partido ou grupo político, mantendo rigorosa independência — aquela independência que é a base da lucidez que melhor pode esclarecer o leitor (*O Século Ilustrado*, 04 de janeiro de 1975, p. 3).

Passou-se a falar sobre liberdade de imprensa, mas o assunto do momento era sem dúvida a política, as reivindicações sociais, o direito ao divórcio, os conflitos no ultramar e o passado oculto da ditadura que começava agora a figurar nas páginas de *O Século Ilustrado*. Outros assuntos, até então proibidos na grande imprensa, começaram a preencher as páginas de *SI* como temáticas ligadas à sexualidade, aborto, pornografia, fascismo, pobreza, crise económica e inflação, por exemplo. Muitos desses assuntos eram desenvolvidos em forma de reportagens e na nova secção que falava de forma aprofundada de temáticas nacionais “Crónica de Portugal”.



Figuras 45, 46 e 47

O Século Ilustrado, 06 de julho de 1974, p. 1; 02 de novembro de 1974, p. 1; 29 de março de 1975, p. 1.

Fonte: Reproduções do original.

O Estatuto Editorial de *O Século Ilustrado* apresentado em fevereiro em 1975 define-o como um semanário informativo, cujo formato e aspeto gráfico possui como base a imagem.

Em 25 de novembro de 1975 ocorreu uma tentativa falhada de golpe militar conduzido por uma facção das forças armadas e que levou a que vários órgãos de imprensa portugueses tivessem suas publicações suspensas. O *SI* saiu de circulação entre novembro de 1975 e janeiro de 1976 e retornou estatizado e com um novo diretor, Rogério de Freitas⁷ “Essa pausa aproveitámo-la para lhe remodelar o aspecto, que procuramos fosse mais actual, sem contudo, pretendemos modificar-lhe algumas das características que lhe asseguraram a audiência que nenhuma outra publicação de género alcançou até hoje em Portugal” (*O Seculo Ilustrado*, 24 de Janeiro de 1976, p. 9). Anuncia também que o objetivo da revista, para além do atrativo das tradicionais crónicas, inquéritos e entrevistas, seria, a partir daquele momento, transformar-se em “um veículo de conhecimentos, de opiniões e de esclarecimento em todos os domínios, tornando-a desejada por todos aqueles que estão apostados na divulgação e debate dos nossos problemas e, conseqüentemente, no progresso do País” (*O Seculo Ilustrado*, 24 de janeiro de 1976, p. 9). Apesar de pertencer ao Estado, o *SI* reafirma a sua independência, objetividade e pluralismo: “Trouxe-nos o 25 de abril a liberdade de nos exprimirmos — talvez a maior conquista da nossa revolução — dela não prescindiremos. Este é um ponto assente para nós. O nosso objectivo será sempre o interesse do País” (*O Seculo Ilustrado*, 24 de janeiro de 1976, p. 9).

A verdade é que os planos traçados pelo *Século Ilustrado* não viriam a se concretizar e a estatização colocaria um ponto final na sua história que durara 39 anos. Com o título de capa “Natal em austeridade (para quem?)”, na edição de 24 de dezembro de 1976, o diretor interino Rogério Petinga desabafa e fala ao leitor sobre as dificuldades que a *SI* tem passado no último ano e culpa a falta de financiamento por parte do Estado e a ideologia política que prevalecia na Sociedade Nacional e Tipografia, a quem pertencia *O Século Ilustrado*.

Há como que uma “terra de ninguém” no contencioso do Portugal que hoje somos. E nessa “terra de ninguém” encontramos-nos nós, “O Seculo Ilustrado”. Sujeito à flutuação ideológica dos tempos do grito revolucionário, o “SI” tentou revelar uma imagem permanente — a coerência de uma revista de reportagem, a coerência de um estilo. Simplesmente sofremos as consequências da própria casa, SNT, em que estamos envolvidos, e a que pertencemos. E “O Seculo Ilustrado” que era aldeia, antes da cidade, que era reportagem, antes de análise ideológica, tem visto pouco a pouco os seus meios limitados à realidade da capital que é Lisboa, uma revista de secretária que nunca foi, na expectativa de uma solução que o Governo Constitucional pretende global para a Imprensa estatizada. No limiar de 1977, a fechar este número 2021, em que desejamos pelo trigésimo nono ano consecutivo as Boas-Festas ao leitor que se têm mantido fiéis ao “SI”, afirmamos a nossa intenção de lutar contra

7 Rogério Freitas fica até 8 de outubro de 1976 e é substituído por um diretor interino, Rogério Petinga.

os balões de oxigénio, representados pelo aval periódico, estranha forma de linguagem a que tem estado reduzida a nossa política de Informação, que ressaltamos, não é de agora. Vão passados quase três anos desta linguagem que dariam para “matar” qualquer publicação, sem que tenha sido posto em prática qualquer dos projectos apresentados pelo “SI” para o seu relançamento. A Imprensa ou é financiada e valorizada, pelo investimento público (ou privado), como serviço fundamental do nosso tempo, ou morre! Uma Imprensa com complexos de culpa, ao fim de cada mês, a receber o “pão por Deus” de cada conselho de ministros, não serve os trabalhadores que emprega nem os portugueses que a lêem (*O Seculo Ilustrado*, 24 de dezembro de 1976, p. 3).

Na edição seguinte, a última do ano, o *SI* faz um balanço das publicações de 1976. O tom do texto que ocupou oito páginas e está assinado por Alexandre Manuel é de rancor: “1976 foi um ano repleto de acontecimentos. Dos políticos aos sociais; dos económicos aos humanos. E também desportivos. O “Seculo Ilustrado”, como magazine que é, esteve com eles e sobre eles se debruçou. Relatou dentro do possível, o País real que hoje somos. Agora, faz-se o balanço” (*O Seculo Ilustrado*, 31 de dezembro de 1976: 8). No primeiro número de 1977, o *SI* está irreconhecível. A exuberância da cor e o luxo do papel couché desapareceram e deram lugar ao papel de jornal e ao preto e branco: “Hoje pesadas ameaças pesam sobre a nossa revista. Reduzidos à escassez quase completa de meios, só graças à abnegação dos que aqui trabalham conseguimos produzir, todas as semanas, uma revista que não nos envergonha, mas que está muito aquém das nossas possibilidades e, sobretudo, dos nossos desejos. O povo português necessita de muito mais e gostaríamos de estar em condições de satisfazer essa carência” (*O Século Ilustrado*, 07 de janeiro de 1977, p. 5). Esse condicionante económico foi primordial para limitar a liberdade dos jornalistas sobre aquilo que era publicado nas páginas do *SI*, uma forma de autocensura determinada pela dependência económica dos meios de comunicação social. Maria Antónia Palla, a subchefe de redação, relatou na primeira pessoa as condições em que os jornalistas do *SI* trabalhavam desde a queda da ditadura: sob a força de pressões internas e externas e da censura direta por parte da administração do periódico que condicionou a livre divulgação e interpretação crítica das informações.

No termo do dia 26 de Abril de 1974, quando se aguardava a todo o instante a libertação dos presos de Caxias, sentei-me à máquina para relatar aos leitores do “Seculo Ilustrado” o que presenciara da revolução e recorde que me interroguei: agora que somos livres, que vamos fazer da liberdade? A censura caíra. Porém, essa primeira reportagem escrita em liberdade não chegou a ser publicada. Na redacção do “SI” sofreu-se esse acto de censura interna com surpresa e indignação. No dia seguinte, estabelecemos com a administração as regras do jogo. Mas o aviso fora dado: para nós, jornalistas, a tão almejada liberdade de Imprensa iria comportar limitações (...). Pode uma Informação livre pertencer ao Estado? E, pertencendo, quem a deve dirigir e orientar? A quem se destina ela e para que serve? À partida, é sabido que todo o Poder tem a tentação de utilizar em proveito próprio os órgãos de comunicação que detém (*O Século Ilustrado*, 07 de janeiro de 1977, p. 5).

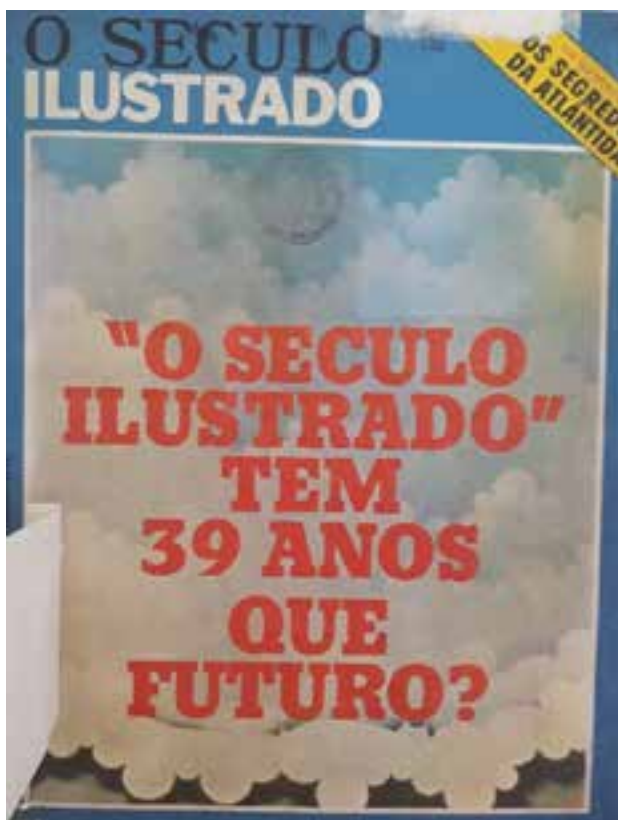


Figura 48

O Século Ilustrado, 07 de janeiro de 1977, p. 1.

Fonte: Reprodução do original.

O *SI* completa, portanto, em janeiro de 1977, 39 anos e fala deste momento como um dos mais difíceis que a revista já passou. A verdade é que a 11 de fevereiro deste mesmo ano seria a última vez que o *Século Ilustrado* circularia livre entre seus leitores com as características de até então. Isso ocorre devido a fusão da Sociedade Nacional de Tipografia e a Sociedade Industrial de Imprensa que fizeram surgir a EPSP, através do Decreto-Lei 639/76 de 29 de julho que ditaria a suspensão da edição das publicações da SNT. O jornal *O Seculo* e as revistas *Vida Mundial* e *Modas e Bordados*, passaram a pertencer à SNT em um processo de completa nacionalização e a fusão foi feita, segundo o Governo, em condições precárias no plano econômico. *O Seculo Ilustrado* despede-se de seu público através das palavras confrontadoras de seu diretor interino, Rogério Petinga.

Pela nossa parte, porém, a defesa está cumprida. Tudo o que fizemos, nos últimos três anos, desde o 25 de Abril de 1974, fizemo-lo com a intenção de não nos sentirmos confrontados com o “desespero” de um “estado de crise”. Indicadores que não eram de desprezar apontavam já nessa altura para o que, mês a mês, semana a semana, viria a ser a vida desta publicação — a imagem de uma incerta “indigência”. A falta de uma estratégia concreta e global da empresa S.N.T., com um jornal diário e três revistas; a flutuação das administrações e de certas decisões administrativas; a completa incapacidade de desenhar um futuro objectivo para os que nesta casa trabalham, bem como

a inútil demagogia de uma fase a que Manuel Alegre terá denominado “de festa”, conduziram, inevitavelmente, àquilo a que estamos reduzidos — uma sigla, um dado prejuízo por ano, por mês, por dia, por minuto, por segundo. Desumanizada a S.N.T., reduzida a sua condição ao mero facto estatístico, somos, os que aqui trabalham (e até alguns nasceram) durante anos, o número (...). Restam apenas algumas palavras ao fim de um trabalho amargo, penoso, a que nos custava, por vezes, dar sentido, mas a que não deixámos de conceder a afectividade e o conteúdo do nosso esforço possível. E agora? Confusão e incerteza são escolhos inevitáveis e habituais nos caminhos da democracia. Todavia, no momento em que esta casa vê suspensas as suas actividades lembramos e citamos o professor britânico Raymond Williams: “Em democracia não há argumentos que rebatam este ponto: o sistema de comunicação deve ser livre, ou não há, simplesmente, democracia. Num sistema livre muitas coisas podem ser más ou ofensivas, ou parecer más e ofensivas a certas pessoas, mas a contrapartida será, seguramente, um sistema controlado, um “monopólio”, em que alguns impõem a sua vontade a todos (*O Século Ilustrado*, 11 de fevereiro de 1977, p. 3).

O Século Ilustrado publicou 2028 números durante 39 anos e por uma decisão “superior” se viu forçado a interromper o seu diálogo com o leitor justificados pela falta de rentabilidade da revista. Deixou a sua marca não só pelas quase quatro décadas de existência, mas também porque o *SI* foi pioneiro no uso da fotografia como documento jornalístico e histórico: “Acabar, neste momento, com uma revista com a característica do ‘SI’ significa que quando chegarmos a 1980 e quisermos fazer o tratamento gráfico do que se passou nestes anos, se ficarmos circunscritos aos jornais, não teremos imagens. Só por isso, era necessário assegurar a continuidade de ‘O Seculo Ilustrado’, cujas capas têm um valor cultural e histórico indiscutível” (*O Século Ilustrado*, 11 de fevereiro de 1977: 6). O *SI* sai de circulação, mas não sem deixar alguma esperança de um retorno, pois “fala-se em acabar com a revista... Resta-nos esperar que uma autêntica ‘reestruturação’ permita que a revista se mantenha em contacto com o público” (*O Século Ilustrado*, 11 de fevereiro de 1977, p. 6)⁸.

8 A partir dos escassos exemplares que tivemos acesso, podemos concluir que entre fevereiro de 1977 até junho de 1982, *O Século Ilustrado* edita um número anual para garantia de título. Em 1988, a revista perde totalmente as suas características de até então e passa a ser publicada como jornal (diretor Jaime Nogueira Pinto), propriedade da Sociedade Editora de Publicações, SARL. Entre novembro de 1988 e setembro de 1989 *O Século Ilustrado* retorna ao formato de revista (indicando na ficha técnica “Série V”, porém com a abordagem voltada exclusivamente para a vida dos famosos, o que hoje poderíamos classificar como revista de sociedade (diretor Artur Albarran). De novembro de 1989 até 1990, *O Século Ilustrado* volta a transformar-se em jornal (diretor Artur Albarran) antes de desaparecer definitivamente.

3.1.2. *Flama*

A *Flama* — *Quinzenário da JEC* — nasce como jornal e, como o seu próprio título diz, de periodicidade quinzenal, com a publicação de seu primeiro número em 5 de fevereiro de 1937, durante o Estado Novo. Permanece com este formato até 1944, quando deixa de existir para renascer com a configuração de revista, mantendo-se assim até a sua extinção à data de 27 de setembro de 1976. Na edição de número um, no dia 15 de fevereiro de 1937, traz em sua primeira página uma fotografia imponente do Cardeal Patriarca Manuel acompanhado de um texto assinado por ele, onde apresenta a publicação ao seu público. Dirigia-se diretamente aos jovens do sexo masculino, pertencentes ao movimento da Juventude Escolar Católica, com uma abordagem claramente religiosa que será a regra desta publicação por várias décadas: “Ao aparecer pela primeira vez êste órgão da JEC, queremos saudá-lo com esperança e trazer-lhes a Nossa carinhosa bênção. Na cruzada de formação integral da mocidade escolar — que é o objectivo da JEC — propõe-se êle ser como uma espécie de bandeira, em redor da qual se reúnam todos os que pertencem a Cristo” (*Flama*, 5 de fevereiro de 1937, p. 1).



Figura 49
Flama, 5 de fevereiro de 1937, p. 1.
Fonte: Reprodução do original.

A sede da redação localizava-se na rua Nova do Almada, 14, em Lisboa, e a sua impressão se dava nas Oficinas de São José, T. dos Prazeres, 34, também na capital portuguesa. À data de seu lançamento, a *Flama* possuía António dos Reis Rodrigues como diretor, Garrido Serra como editor e Ruy Heytor como Chefe de Redação. António dos Reis Rodrigues foi um bispo português nascido em Ourém em 24 de junho de 1918. Licenciou-se pela Faculdade de Direito de Lisboa, em 1941, quando foi presidente geral da Juventude Escolar Católica (JEC), mesmo período em que fundou a *Flama*. António dos Reis Rodrigues figurou na primeira página da *Flama* como diretor até setembro de 1939, o mesmo momento em que toda a Direção Geral da JEC foi substituída, assumindo o seu lugar João Soares Cabeçadas e, logo a seguir, Silva Fernandes que se manteve no cargo até setembro de 1941.

Durante estes anos, António Rodrigues foi um assíduo assinante de vários textos da *Flama* que, muitas das vezes, se encontravam na primeira página. Na sua primeira peça intitulada “Luz e Calor”, explica o nome escolhido com um discurso visivelmente alinhado com a religião, a característica mais marcante desta publicação durante muitos anos: “O nome do nosso jornalzinho é legenda e programa, pois, na essência, ‘Flama’ quer dizer luz e calor — e a nossa missão não é mais do que espalhar luz e calor à nossa volta. O nosso órgão é Flama, pelo que tem de iluminar a inteligência dos jécistas e de os afervorar na prática das virtudes cristãs” (*Flama*, 5 de fevereiro de 1937, p. 3).

Considerada, portanto, no momento de seu lançamento, um jornal de estudantes, a *Flama* trazia em suas capas as iniciais JEC, que fazia referência à Juventude Escolar Católica. Esse organismo visava a formação dos jovens a partir de princípios ligados à Igreja Católica. Com uma forte aceitação em muitos estabelecimentos de ensino em Portugal, a sua organização era garantida pela existência de equipas militantes e de coordenação formadas por estudantes. Os jovens membros leigos que faziam parte da base deste movimento eram conhecidos como “jecistas” e eram coordenados por líderes eclesiais que possuíam as funções de conselheiros e orientadores. Apesar da grande influência religiosa, esta estrutura foi abalada a partir do momento em que a JEC se encontrou interpelada pela Igreja Católica em episódios pontuais que serviriam para marcar a sua posição perante a realidade social e política na década de 60, momento em que a sociedade portuguesa vivia sobre um regime de governo autoritário (Soares, 2008), mas com algumas vozes críticas que se levantavam.

Exemplo disso foi a concorrência e a disputa entre a JEC e a Mocidade Portuguesa pelo controlo e pelo enquadramento da juventude em Portugal. O Governo português colocou termo à situação de “confronto” com a publicação do Decreto-lei nº 47311, de 12 de novembro de 1966 que estabeleceu regras mais rigorosas para a criação e administração de organismos juvenis a nível escolar. Isso fez com que a Mocidade Portuguesa ganhasse grande destaque como organismo associativo voltado para jovens. Como consequência, os jovens ligados ao JEC assumiram uma posição anti totalitarista e se colocaram contra uma possível ligação entre o regime político da época e a Igreja Católica (Soares, 2008).

A *Flama* saía à sexta-feira impressa, como era de se esperar, em papel de jornal e trazia em suas capas o lema “Piedade, Estudo e Acção”. Possuía, inicialmente, quatro páginas e, à data de seu lançamento, custava, por número avulso 0,50 escudos e a assinatura anual tinha o valor de 12 escudos, mas subia para 5\$ se fosse enviada para o Império Colonial e 18\$ para outros países. A nível gráfico, a *Flama* caracterizava-se pelas páginas em preto e branco, organizada em duas ou três colunas e com poucas ilustrações ou fotografias. Suas capas eram compostas por um pequeno texto acompanhado de uma imagem, geralmente uma fotografia de uma personalidade ligada à Igreja Católica, e raramente trazia uma gravura. A sua primeira mancha de cor aparece em 31 de outubro de 1937, portanto, oito meses após o seu lançamento. A partir daí começou a utilizar, esporadicamente, tonalidades que variavam entre o azul, castanho e o verde e que deram um ar mais moderno e apelativo às suas páginas. Essa particularidade ficou mais frequente a partir de 20 de fevereiro do ano seguinte, mas a cor era limitada, sempre monocromática e restrita à primeira página. Essa característica alterou-se pela primeira vez em 5 de fevereiro de 1941 quando trouxe todas as páginas coloridas em verde e castanho, o que viria a repetir-se somente uma vez, na edição seguinte.



Figura 50

Flama, 5 de fevereiro de 1941, p. 1, 4 e 5.

Fonte: Reproduções do original.

Nesta primeira fase da *Flama*, as fotografias, por via de regra, vinham acompanhadas dos nomes de seus autores, mas podemos concluir que, muitas das vezes, eram “cortesias” cedidas de arquivos pessoais e não de fotógrafos profissionais como, por exemplo, uma foto que se encontra na página 4 do seu primeiro número e cuja legenda traz: “Cliché do Rev.mo Snr. Dr. Joaquim Correia”. No caso das gravuras, a autoria nunca estava indicada devido, possivelmente, pela pouca expressividade que este tipo de iconografia possuía na *Flama*. O *layout* assim como a logótipo não variavam muito entre edições nas primeiras décadas. No interior de suas páginas, o jornal fundamentava-se com arranjos gráficos simplistas e pouco criativos, que eram, por vezes, surpreendidos por algumas poucas imagens. Quando ainda possuía quatro páginas, a *Flama* era, portanto, caracterizada pelos textos e a iconografia era a exceção tendo, com alguma frequência, edições inteiras em que não era visto nenhuma imagem. Essa pouca importância dada à iconografia manteve-se até o final desta fase, enquanto jornal.

Sempre com o objetivo de aumentar as vendas, desde os primeiros números, fazia apelo ao seu público para angariar mais assinantes. Para isso, dirigia-se diretamente a eles: “Jécistas! Quantos assinantes angariaste já para o teu jornal?” “Jécistas! Organizai nas vossas escolas a venda avulsa da “flama” “Jécista! Já cumpriste o teu dever angariando pelo menos um assinante para a “Flama”?”. O Jornal, portanto, tinha uma política que pode ser considerada com bastante incisiva no que concerne ao aumento da venda de exemplares e no recrutamento de assinantes. Como veremos mais adiante, essa é uma característica que a *Flama* conservará durante toda a sua história. Isso pode ser justificado, em parte, pela necessidade de haver uma sustentação financeira para a publicação, visto a não existência de publicidade nos primeiros anos do jornal. Isso começa a modificar-se algumas décadas mais tarde quando a publicidade ganha uma verdadeira relevância nas suas páginas.

Em termos de conteúdo, no seu primeiro número, a *Flama* trazia uma capa com uma fotografia de corpo inteiro do Cardeal Patriarca Manuel acompanhada de um texto de apresentação da revista assinada por ele. Abaixo encontrava-se o lema o “Piedade, Estudo, Acção” e no topo da página o cabeçalho com o nome da revista, o nome dos responsáveis pela publicação assim como a frase “com aprovação da autoridade eclesiástica” (*Flama*, 5 de fevereiro de 1937, p. 1), uma indicação para os seus leitores que servia como um selo de qualidade, mas também a certeza de que os seus conteúdos eram controlados pela Igreja Católica. Na página dois, o primeiro texto possuía o título “Avante, rapazes!” assinado pelo Doutor Soares da Fonseca, presidente nacional da Juventude Católica. Esta era uma clara indicação de quem era o seu público-alvo e como a publicação estaria pronta para guiar esta parcela da população, pois como dizia o texto “Mais do que jornal católico, ‘Flama’ é órgão de acção católica — e de acção católica de juventude...” (*Flama*, 5 de fevereiro de 1937, p. 2). Ainda nesta página, poderíamos ler um texto assinado por António dos Reis Rodrigues, o diretor do periódico, que apresenta a *Flama* ao seu público e ainda outros três pequenos textos assinados pelo Padre Eugénio Jalhay, assistente eclesiástico da JEC de Lisboa. Na página seguinte, escrita em três

colunas e sem a presença de imagens, há cinco textos que possuem como temática principal assuntos ligados à religião. A quarta e última página da *Flama* é dedicada a assuntos relacionados à JEC em Lisboa, Évora e Leiria sob o título “A J.E.C. em marcha” ilustrada por uma foto cuja legenda podemos ler: “A J.E.C. de Lisboa, de visita aos seus irmãos Jécistas, Jacistas e Jocistas da diocese de Leiria reúnidos em Vila Nova de Ourém em 19 de Maio de 1935” (*Flama*, 5 de fevereiro de 1937, p. 4). Por último e no canto inferior direito, encontrava-se a ficha técnica do jornal.

A *Flama* permanece com características relativamente semelhantes até janeiro de 1942, quando completa cinco anos de existência. Neste momento, com Nuno Mourão no cargo de diretor e Baptista de Abreu como chefe de redação, passa por uma grande transformação estrutural e sai de cena para dar lugar a um quinzenário chamado Ala que pertenceria não só a JEC, mas também da Juventude Universitária Católica (JUC). A notícia foi anunciada pelo editorial do dia 1 de janeiro de 1942, “a edição de número 106 e o último”, com o título “*A forma passa, o espírito não*”:

Acabo de folhear cento e cinco números da Flama e de passar a vista de olhos pelo centésimo sexto. Cinco anos completos de trabalho! E agora veio-me à cabeça a comovedora passagem do evangelho em que S. João Baptista repete aos seus discípulos, admirados de verem o filho do carpinteiro a baptizar também, junto à fonte de Salim: O homem nada pode receber que não seja concessão do Céu. Eu não sou Cristo, mas fui enviado adiante dêle. Agora convém que êle cresça e eu diminua. (...) Orientada por esta maneira de ver e tendo auscultado, por mais de uma vez os efeitos que dêste acto resultariam, achou, pois, a nossa Direcção Nacional oportunidade para iniciar, dentro de dias, a publicação de um quinzenário — Ala — comumente destinado à J.E.C, J.I.C. e J.U.C. A nossa Flama, ao considerar-se sua simples forma embrionária, presume ter procurado sempre — umas vezes bem, outras vezes mal — servir a directriz que lhe cabia. Para não quebrar essa tradição — servir, — cede jubilosamente o lugar àquele cujo caminho estava encarregada de preparar. De resto, o seu espírito continua — é o espírito da Ala, da A. C., o espírito da igreja, o de Cristo que não passará nunca... (*Flama*, 1 de janeiro de 1942, p. 4).

A *Flama* fecha, enquanto jornal escolar, este primeiro capítulo de sua história, mas renasce dois anos depois em 13 de maio de 1944⁹ com uma mudança marcante: transforma-se em uma revista. Com este ar vibrante de recomeço, é publicada pela primeira vez com um tamanho ligeiramente reduzido, com uma edição de 16 páginas — o dobro do que ocorria anteriormente — colorida em dois tons e com um layout mais moderno tendo mantido a

9 Esta data não teria sido escolhida aleatoriamente, visto que coincide com o dia de Nossa Senhora de Fátima, uma importante figura para a igreja Católica e para a história de Portugal e é vista como uma protetora da revista.

fotografia como principal iconografia. Agora, com uma nova roupagem, mais madura e contemporânea, começa a ser publicada pelo número um. Na capa deste número de estreia, poderíamos ver, em tons de castanho, a gravura de jovem rapaz tendo como fundo uma águia e aquilo que parece fazer alusão às sagradas escrituras, identificado, no sumário, como autoria de José David. Assim, apesar de mais abrangente, o seu público-alvo permanece, pois em sua capa trazia a indicação de ser “A revista da Juventude para a Juventude”, frase que a publicação carregou até janeiro de 1948.



Figura 51

Flama, 13 de maio de 1944, p. 1.

Fonte: Reprodução do original.

Na página 2, encontramos de apresentação assinados pelo Cardinal Patriarcal e pela redação da revista, mas nada de novo lemos sobre a linha editorial, mas sim o que era de costume: palavras fortemente carregadas pela conotação religiosa voltadas para os jovens católicos pertencentes ao JEC.

Reaparece hoje a Flama, é dia de festa para a JEC. A bandeira do movimento acadêmico católico volta de novo a levantar-se galhardamente empunhada por mãos heroicas de rapazes que trazem no coração um grande amor e nos olhos toda a luz do céu. A “Flama” enrolara-se durante algum tempo; mas a chama do fogo que Cristo trouxe à terra — luz para o espírito, ardor para o coração, vida nova para o homem — não se apagou na alma dos jécistas, mas continuou a iluminá-la, a abrazá-la e a purificá-la. Acendeu-a aí o mesmo Espírito Divino. Sabem os jécistas as responsabilidades

eternas que isto importa. Generosamente, abraçam um programa divino de vida. Para eles, é corrente que militar sob disciplina da JEC é comprometer-se a heroísmos de vontade, a dramas de combates morais, a aspirações angélicas de coração, a vitórias gloriosas sobre o êrro (*Flama*, 13 de maio de 1944, p. 2).

Esta nova fase vem acompanhada de uma direção composta por João Raposo de Magalhães e a posição de editor foi preenchida por José António Cordeiro Vinagre. O frei João Diogo Crespo assinava uma coluna de opinião que se chama “À Margem” e era quem tutelava a revista, pois apesar de não figurar na ficha técnica, era considerado o “diretor editorial” da publicação (Fonseca, 2007). A revista trazia seus conteúdos estruturados, predominantemente, em duas ou quatro colunas, onde combinava fotografias e algumas poucas gravuras. As fotografias, em sua maioria, eram de personalidades ou artefactos religiosos identificados com legendas e somente algumas delas eram creditadas. Contudo, podemos identificar alguns colaboradores fotográficos frequentes como Marius, J. Diogo, N. Dumas e F. Landau, mas o que permaneceu, foi sem dúvidas o evento de a revista trazer as suas peças assinadas. O facto de a revista ter agora 16 páginas, faz com que comesse a abordar outros temas para além da religião como o desporto, teatro, cinema e campismo. Com essa abordagem mais ampla, nota-se claramente que o objetivo era atrair a atenção do seu público-alvo, ou seja, rapazes católicos letrados e urbanos:

A ‘Flama’ ‘revista da Juventude para a Juventude’ está disposta a preencher a grande vaga que existia neste sector de imprensa portuguesa. Tem entre os seus fins o de promover o progresso das letras e do amor pela ciência entre a gente môça. Podíamos ocultar um pouco a nossa qualidade de católicos activos e muito aumentaria o nosso público, mas a ‘Flama não quere equívocos e tem amor às situações claras (*Flama*, 05 de junho de 1944, p. 2).

Assim, em 1944, a revista *Flama* trazia o seu primeiro número com os seus conteúdos organizados da seguinte forma: **a capa** contendo o nome da publicação e uma foto ou gravura que ocupava toda a página e, logo abaixo a frase “Revista da Juventude para a Juventude”; na segunda página poderíamos ler “Palavras do Senhor Cardial Patriarca” e “Preito de amor e obediência” assinada pela Direção, ambas as peças versavam sobre o reaparecimento da *Flama*. Nesta página, também poderíamos ver uma foto do Cardial Patriarca de autoria do padre João Diogo; na página três “Homenagem justa — Um coração de Apóstolo” texto escrito em primeira pessoa e assinado pelo Padre João Diogo Crespo em reverência ao Padre Eugénio Jalhay; Nessa mesma página, encontrava-se a rubrica **Recordando** que republicava textos da *Flama* de edições anteriores. Neste caso, trazia um texto do padre Eugénio Jalhay que tinha sido primeiramente publicado em 5 de fevereiro de 1937. Essas peças estavam escritas em duas colunas e possuía uma foto dos padres Eugénio Jalhay e João Diogo, ao centro.

Na página 4, poderíamos ler a **Crítica**, assinado por João Vaz Pinto e, sem se focar em nenhum ponto especificamente, o texto faz uma reflexão sobre a importância de ter uma visão crítica sobre a realidade. Nesta mesma página encontrava-se um conjunto de pequenos textos direcionados aos jécistas com o título “**A JEC em Marcha**” que descrevia as dificuldades que foram superadas com ajuda dos jovens para que a *Flama* pudesse ser novamente publicada: “conhecemos gestos edificantíssimos da parte de imensos jécistas em prol da ‘*Flama*’, como renúncia a tabaco, cinemas, touradas, viagens a pé para longos destinos, ofertas de dôres morais e físicas... os alicerces de nossa querida revista têm sangue, suor e lágrimas em abundância” (*Flama*, 13 de maio 1944, p. 4); Na página 5, **A Nossa Luta** assinado pelo presidente geral da JEC, João Raposo de Magalhães, um texto escrito em três colunas acompanhado da foto de um rapaz a remar em um pequeno barco e uma gravura de um barco à vela em alto mar que fala sobre a importância da *Flama* para os jovens: “Rapazes! Quantos jovens por aí perdidos no mar alto das paixões desordenadas, onde cada um tem uma alma quási a morrer? Um salva-vidas está a sair ao mar — a nossa *Flama*” (*Flama*, 13 de maio 1944, p. 5).

Na página 6, a peça **Coimbra** assinada pelo presidente geral da JUC e que tratava da V Semana de Estudos da JUC que acontecera naquela cidade. Na parte inferior esquerda da página encontrava-se uma foto cuja legenda indica ser o assistente Nacional da JEC de Espanha entre jécistas portugueses; A página seguinte estava dedicada à entrevista (*A entrevista sensacional*), um costume que a *Flama* levará ao longo de sua existência. Neste primeiro número, o entrevistado por Mimoso Rui foi “o expoente máximo da natação em Portugal”: Mário Simas (*Flama*, 13 de maio 1944, p. 7). A página possui três fotos do nadador. Como o lançamento da *Flama* deu-se no dia 13 de maio, a página 8 traz uma oração dedicada à Nossa Senhora de Fátima assinada por José Silvestre. Com uma foto da santa a ocupar metade da página, poderíamos ler na legenda: “Colocamos a ‘*Flama* aos pés da Santíssima Virgem no Santuário de Fátima para que a transforme em instrumento da glória de Deus” (*Flama*, 13 de maio 1944, p. 8).

A partir da nona página, poderíamos encontrar as seguintes secções: **Roteiro da Gente Moça** assinada por João dos Santos em homenagem a um jovem recentemente falecido. O pequeno texto vinha acompanhado quatro fotos do jovem e que ocupavam grande parte da página; **Alegria de Viver**, assinada por Didacus; Na secção seguinte **Campismo**, assinada por João Zacarias, que apesar do título, fazia também referência à religião: “Para êste acampamento da Arrábida foram jovens sem prática de vida católica”. Alguns fizeram depois a sua 1ª Comunhão” (*Flama*, 13 de maio 1944, p. 11). Nesta mesma página 11, como em uma espécie de obituário, a revista fazia, mais uma vez, a referência à morte de um jovem.



Figura 52
Flama, 13 de maio de 1944, p. 7 e 8.
 Fonte: Reproduções do original.

A secção sobre **Desporto** assinada por Carlos Rosmaninho, na primeira edição, falava sobre a importância da prática do desporto na vida dos jovens, mas normalmente se centrava, na cobertura das diversas modalidades desportivas em Portugal, mas também poderia fazer referência a acontecimentos desportivos em outros países. Nas rubricas **Arauto — Página de Gente Miúda**, assinada por Joaquim Cabral e **Humorismo** eram dedicados ao entretenimento e tratava de temáticas cômicas com pequenos textos, anedotas, diversas gravuras e diferentes tipo de jogos ou passatempo, tinham o objetivo era divertir os leitores; Havia ainda as secções de **Teatro e Cinema** sempre com textos acompanhados de muitas fotografias; e, finalmente, **Concursos**, uma tendência da época, cujo objetivo era manter uma interação direta com os leitores. Nesta primeira edição, a *Flama* lança um concurso de fotografias, literatura e desporto que tem segmentos nas publicações seguintes.

Ao longo dos seus 38 anos de existência, a *Flama* transpassou por vários períodos históricos importantes em Portugal e no mundo, dentre os quais poderíamos destacar alguns dos mais marcantes: viu Portugal passar de ditadura à democracia e acompanhou a Segunda Guerra Mundial. Contudo, como podemos observar a partir da descrição das seções que a *Flama* trazia à data do seu lançamento, não havia uma única página dedicada a temas relacionados à atualidade social em Portugal ou no estrangeiro. Esta característica só viria a modificar-se décadas mais tarde e de forma muito discreta, mesmo porque durante a maior parte da sua existência a *Flama*, assim como todas as outras publicações em Portugal, funcionava

sob um regime de censura. Como vemos mais a frente, só depois da redemocratização, assumiria como característica marcante a abordagem aos assuntos políticos e polêmicos, especialmente aqueles vivenciados em Portugal.

Quando a *Flama* nasceu, ainda como jornal, Portugal já se encontrava sob um regime autoritário, o Estado Novo, que durou de 1933 até 1974. Foi um regime conservador, nacionalista, corporativista e de inspiração fascista, parcialmente católico e tradicionalista. A partir da observação das edições da revista, podemos concluir que os aspetos políticos desta época foram quase totalmente ignorados em suas páginas. Algumas referências que poderíamos citar nas primeiras décadas de sua existência são as poucas alusões sobre a II Guerra Mundial como o texto assinado pelo diretor António dos Reis com o título “Luz e sombra” publicado em setembro 1939, quando a Europa começara a travar esse conflito, mas Portugal assumira uma postura neutra:

Na Alemanha de Hitler perseguia-se a Igreja e blasfemava-se. As forças espirituais, criadas e multiplicadas por vinte séculos de civilização cristã, eram letra morta lá na terra das águias imperiais. Troçava-se de Cristo e da Sua Cruz. Apregoava-se, quási oficialmente, uma religião nova — que não tivesse as “pieguices” da de Roma — a humildade, o desprendimento, a caridade — mas exaltasse o egoísmo, a violência, o orgulho, como necessidade imperiosas da Raça. As consequências ei-las Àaísta. Espezinhou-se o direito das gentes, ofendeu-se a liberdade dos povos, violaram-se fronteiras, desrespeitaram-se consciências. De novo a Guerra! De novo, as lágrimas, o ranger de dentes, a viuvez, a orfandade, os desesperos, as angústias. A praga dos açambarcados e os horrores da fome, os novos ricos e os novos pobres, a miséria e o desnivelamento das classes, os ódios e as traições. César deificado. O indivíduo máquina de guerra. A Europa à beira da maior catástrofe da história (*Flama*, 05 de setembro de 1939, p. 1).

No mês seguinte, em novembro de 1939, a *Flama* traz uma peça assinada por Carlos Soudade e Silva sobre a preocupação de uma possível invasão do comunismo no ocidente. Contudo, uma vez mais, a análise feita tem uma interpretação do ponto de vista religioso e não político e social: “Os soviets mais uma vez ameaçam a Civilização Cristã com a penetração que estão fazendo para o Ocidente. O comunismo assentou arraiais na católica Polónia e a Alemanha concedeu-lhes facilidades, inteiramente prejudiciais à Paz e à Ordem. É a Guerra! E a nós jécistas, cabe-nos a vanguarda nas linhas de combate. Mas não falamos na guerra armada, na guerra de trincheiras, referimo-nos à guerra espiritual e intelectual” (*Flama*, 5 de novembro de 1939, p. 3). A revista não possuía a preocupação com o imediatismo dos acontecimentos, dedicando-se a escrever “matérias frias”, geralmente artigos de opinião. Exemplo disso vem em janeiro de 1948, portanto, já passados, quase três anos no final da II Guerra Mundial, quando a *Flama* publica um texto de agradecimento a Salazar pelo facto de Portugal não ter participado na guerra. A revista posiciona-se politicamente com um

claro alinhamento ao regime político que vigorava naquele momento ao publicar uma “Carta aberta a Salazar”, texto assinado pelo Padre João-Diogo Crespo, mas escrito em nome das mulheres portuguesas.



Figura 53
Flama, 8 de janeiro de 1948, p. 10.
 Fonte: Reprodução do original.

Com um cariz fortemente religioso onde era defendido um comportamento social recatado e conservador por partes dos jovens católicos, os “bons costumes” também eram tema de debate nas páginas da *Flama*. Não era surpreendente encontrar, com alguma frequência, peças como a de Raúl Garcia Martins que descreve uma cena que vira na praia e que interpretou como algo reprovável.

Aqui há dias, fui à Costa da Caparica. Ia para matar saudades do mar e dos horizontes largos, para sentir, de novo, longe da cidade, toda a grandeza da Criação de Deus. Não esperava, porém, sofrer em choque tão forte e tão desagradável. É que aquela praia, que eu vira o ano passado envolta

num manto ainda que frágil de pudor, se encontrava agora manchada de imoralidade. A desafiar os olhares dos veraneantes, passeavam, despreocupadamente, cavalheiros nus da cintura para cima — uns tão negros como chipanzés, outros tão magros como os esqueletos. Havia senhoras e meninas sentadas, em grupo, aqui e além, sem uma única contracção que demonstrasse fastio ou repulsa. Nenhuma frase se ouvia a condenar tão suja grosseria e desvergonha. (...) O jécista, que passa férias na praia, tem a cumprir uma grande missão. Ele não pode, é certo, logo de uma vez, obrigar o vizinho a vestir-se com decência e a portar-se bem. Mas pode aconselhá-lo, desviá-lo de alguns perigos, acompanhá-lo, e conquistar, a pouco a pouco, com o poder penetrante da sua simpatia (*Flama*, 26 agosto de 1939, p. 7).

Mesmo levando em consideração a época em que o texto foi escrito, recebeu críticas que também foram repercutidas na revista. Na verdade, os comentários feitos disseram respeito ao facto de o autor ter referido e reprovado, principalmente, o comportamento masculino e não o feminino: “Nunca me passou pela cabeça que o meu despretenso artigo ‘Numa praia...’ houvesse de alevantar tamanha celeuma. Causou-me, por isso, certa estranheza a leitura dum artigo do meu amigo Serra Bela em que êle se manifesta discordante por eu ‘censurar quem tem menos culpas no cartório’ — os homens, e não as mulheres” (*Flama*, — novembro de 1939, p. 5). Esses excertos seriam hoje facilmente interpretados como politicamente incorretos, mas levando em consideração o contexto e o período histórico em que foram escritos, diríamos que está em total sintonia com a linha editorial da revista. Na verdade, nos primeiros anos de existência, a *Flama* nem sequer possuía uma secção que fosse dedicada a assuntos que, na época, estavam relacionados ao público feminino como moda, beleza ou conteúdos dedicados a tarefas domésticas, algo que era comum nas páginas de outras publicações da época que possuíam como objetivo um público mais alargado. Por este motivo, podemos concluir que a *Flama* era naquele momento, de facto, um periódico maioritariamente dedicado ao masculino. Esta característica vai modificando-se aos poucos: “Embora a ‘Flama’ seja revista de Rapazes, quisemos dar neste Número Especial uma nora de ternura e delicadeza feminina, porque são as Raparigas as herdeiras daquele espírito heróico e sublime das Mães Portuguesas de sempre, que tão intensamente colaboraram na grandeza da Pátria através da História” (*Flama*, — julho 1944, p. 12). A partir de janeiro de a revista passa a ter a secção “Página Feminina” que tratava de assuntos ligados à moda e ao comportamento deste género.

Uma outra característica marcante da *Flama* eram as várias matérias que ensinam os leitores sobre os mais diversos assuntos que iam desde “Lições de natação” a “Aprenda a jogar futebol” ou lições e dicas sobre como fotografar. Estas rubricas funcionavam como uma espécie de tutorial e permaneciam por vários meses nas páginas da revista. No caso das lições sobre como aprender a nadar, havia inclusive interrupções ocasionadas pelo início do inverno, quando águas se tonavam demasiado frias para a prática do desporto, mas retornando na primavera seguinte.



Figuras 54 e 55
Flama, 23 maio de 1946, p. 10; 7 julho de 1946, p. 15.
 Fonte: Reproduções do original.



Figuras 56 e 57
Flama, 15 de agosto de 1941, p. 3; 6 de janeiro de 1948, p. 8.
 Fonte: Reproduções do original.

Já com Mário Simas como diretor, a *Flama* chega a 1950 com um layout mais moderno, semanal e com manchas tímidas de cores em suas páginas. Foi a partir desta época que passa a dar maior importância à fotografia. Um exemplo disso são as dezenas de fotos de tamanhos generosos que ilustram toda a revista em detrimento da gravura ou desenho. Dentro deste novo contexto, as notícias também começam a ganhar maior relevância com secções que combinavam imagens acompanhadas de breves descrições como o “Noticiário Ilustrado”, “Arquivo Ilustrado”, “Semana pela Imagem”, “O mundo numa Página” ou ainda “Quatro Imagens do Mundo”. Apesar de não aparecerem na revista concomitantemente, possuíam abordagens semelhantes para tratar de assuntos nacionais ou internacionais, mas sempre com a mesma apresentação das notícias em formato de fotojornalismo, um sinal de que a revista apostava cada vez mais no poder da imagem. Nessas secções, os assuntos centravam-se, principalmente, em atos oficiais do governo ou notícias sobre personalidades da época ou eventos sociais, por exemplo.

De um modo geral, a *Flama* atravessa a década de 1950 sem apresentar grandes alterações no que diz respeito aos temas abordados e ao layout. As capas traziam, quase sempre, fotografias de pessoas famosas, principalmente artistas do cinema, especialmente mulheres americanas ou, ocasionalmente, algumas famílias ou homens influentes da época. Foi o caso da capa de 30 de janeiro 1953 com a fotografia em preto e branco em um momento descontraído do presidente dos Estados Unidos juntamente com a sua esposa e neto. Essa foto estava acompanhada da seguinte legenda: “O novo presidente dos Estados Unidos da América, Dwight D. Eisenhower não renuncia aos carinhos da Esposa e do Neto, apesar dos espinhosos encargos que pesam sobre os seus ombros” (*Flama*, 30 de janeiro de 1953, p. 1). Ainda que faça referência a uma abordagem que pudesse ser política, a revista permanece no campo das relações familiares. Também é curioso observar que no interior da revista não há nenhuma peça sobre o presente dos EUA, limitando-se à capa. Essa prática era algo comum na revista, neste momento, ou seja, nem sempre o que figurava na capa era tratado no interior da revista.

Apesar de a *Flama* não ter a política como temática principal, em algumas ocasiões, o assunto poderia ser tema da primeira página como é o caso de Winston Churchill, Primeiro Ministro Inglês e capa de 13 de fevereiro de 1953. No interior de suas páginas podemos ler uma detalhada biografia do político e referências sobre a sua importância para a história britânica e mundial, mas que explicitamente evita qualquer análise política mais contundente. A abordagem permanece no campo da curiosidade e da descrição de factos cronológico de sua vida: “Winston Churchill é, dentre as grandes figuras contemporâneas, uma das que mais tinta tem obrigado a correr na Imprensa de todo o Mundo. Desde a actividade como Primeiro Ministro até à preocupação excêntrica com que cataloga a sua colecção de charutos, todas as teclas da personalidade do famoso político foram batidas com maior ou menor insistência” (*Flama*, 13 de fevereiro de 1953, p. 10).



Figura 58
Flama, 13 de fevereiro de 1953, p. 10 e 11.
 Fonte: Reproduções do original.

Aos poucos a *Flama* conquista mais leitores e passa a ser a revista com o maior número de assinaturas em Portugal, informação que traz estampada em suas páginas. A publicidade nas páginas da revista mantinha-se bastante tímida. Para termos uma ideia, em alguns números desta década (1950), a publicidade poderia resumir-se a quatro ou cinco anúncios publicitários que, em conjunto, não ocupariam mais do que meia página da revista, que era composta por 24 páginas. Isso só viria a modificar-se a partir dos anos 1960 quando a publicidade ganha maior proeminência e começa a ocupar páginas inteiras. Contudo, os apelos para a conquista de mais leitores foi uma constante na história desta publicação.

Reconhecemos que a Revista não é ainda como a sonharam, mas estão firmemente dispostos a aperfeiçoá-la na medida do possível. Os defeitos principais que lhe têm apontado assumem-se em dois: pouca colaboração de carácter intelectual e muita publicidade. Parece que não se faz o mesmo reparo a outras publicações enxameadas de anúncios e, apesar disso, com inúmeros leitores. Esperamos, porém, que se faça, pelo menos, a justiça de reconhecer que “Flama” tal não acontece por gosto ou ambição, mas por absoluta necessidade. O problema só poderá ser resolvido pelo aumento das páginas, como por vezes se tem feito já. Mas com essa solução aumentam também as despesas e compromete-se o indispensável equilíbrio financeiro. A verdade é que, da parte do público, se muitos têm acorrido à chamada, muitos também nos tem abandonado pelo caminho.

Muitos outros, que deveriam e poderiam ajudar-nos, nunca apareceram. E, sem grande público, uma Revista deste género não pode manter-se. Por isso, queremos apelar para a generosidade de V. Ex.^a, rogando-lhe encarecidamente o seguinte: prefira a Revista “Flama” e não desista da sua assinatura enquanto a puder pagar (*Flama*, 30 de dezembro 1955, p. 3).

Aos poucos, a revista diversifica os assuntos tratados nas capas que, até então, estavam muito centrados em volta do mundo cultural, religioso e desportivo. Com exemplo, poderíamos citar a edição de 27 de janeiro de 1953, onde a *Flama* traz em sua capa repercussões da Segunda Guerra Mundial. Mesmo não sendo uma temática factual, visto que a II Guerra acabara há vários anos, e não estar totalmente dissociada da religião, demonstra um inicial interesse por tratar assuntos sociais.

Vítimas da Guerra — Primeiro as crianças! Quando um barco está prestes a ir ao fundo, preparadas já as baleeiras para os trabalhos de salvamento, tem de ser inexorável a voz do comandante: — Primeiro as crianças! A última guerra foi também um naufrágio em que a tempestade horrorosa e trágica obrigou a experiência de todas as angústias. Ninguém deixou de sofrer na carne e na alma. O temporal de inferno devastou nações inteiras, arruinando-lhes todos os patrimónios que a civilização acumulou em séculos de pensamento e de luta. O primeiro entre os homens a sentir a catástrofe e a medir as suas consequências, em toda a sua extensão e profundidade, foi sem dúvida sua santidade Pio XII, que não hesitou quando os bombardeamentos assolavam Roma, em percorrer a pé os bairros mais atingidos. Durante a guerra, a sua voz foi sempre o maior apelo à paz. E passada a fase dos recontros sangrentos, nem por isso esmoreceu a sua palavra augusta de Medianeiro e de Pai, antes tem insistido nas recomendações para que os cristãos de todo o mundo sejam os que mais depressa ocupem os lugares e cargos de proteção às populações necessitadas (*Flama*, 27 de janeiro de 1953, p. 6).

Como já referimos, quando a *Flama* surgiu na década de 1930, Portugal já se encontrava mergulhado em um regime de governo ditatorial e que controlava de perto os órgãos de comunicação. Salazar converteu-se no líder, um homem que queria mudar Portugal e modificar o espírito dos portugueses com um exacerbado sentido patriótico (nacional-católico) baseado na tríade “Deus, Pátria e Família” que, em certa medida, também estava ligado à ideologia arraigada nas páginas da *Flama* desde sua criação. Assim, não é estranho que o líder político figurasse nas primeiras páginas da imprensa portuguesa. No caso da *Flama*, Salazar passou a figurar nas suas páginas com mais frequência a partir da década de 1950, e o viés adotado era o total alinhamento com o regime. Sua imagem de líder e pai da nação vinha acompanhada de adjetivos que o enalteciam e era referido sempre com letras maiúsculas, colocando-o em uma posição que se igualava às entidades divinas, e termos ligados à religião como é o caso da capa de 24 de abril de 1953: “Soube dar-nos a objetiva de San Payo esta recente imagem

de Salazar — o Homem providencial que celebra agora Bodas de Prata de um grande calvário para Ele, de prestígio e grandeza, com laivos de ressurreição, para todos nós portugueses, e de edificação para o Mundo” (*Flama*, 24 de abril de 1953, p. 1). Para além da capa, a revista dedicou 7 páginas — de um total de 28 páginas — à Salazar em prol da comemoração dos seus 25 anos no poder.



Figura 59

Flama, 24 de abril de 1953, p. 110.

Fonte: Reproduções do original.

Em 13 de maio 1955, a *Flama* completa 12 anos de existência envaidecida por possuir leitores em vários países lusófonos “Orgulhamos-nos de voz, colaboradores amigos da África, do Brasil, de Timor, de Macau, da sacrificada Índia. Vós sois, em todas as terras da língua portuguesa, os elos desta cadeia que representa doze anos de trabalho sem desfalecimentos — a expansão da “Flama” no mundo!” (*Flama*, 13 de maio 1955, p. 3).

Agora tendo como diretor e editor Miguel Trigueiros, a *Flama* começa o ano 1957 trazendo em sua capa a notícia de que estava rejuvenescida. Apesar de trazer algumas novas secções, a verdade é que pouco se alterara em termos de conteúdo e apresentação da informação, falando-se pouco de atualidades e sempre muito voltada para assuntos religiosos, desportivos e culturais, onde os artistas e temáticas internacionais tinham maior destaque em detrimento ao que acontecia no contexto nacional.

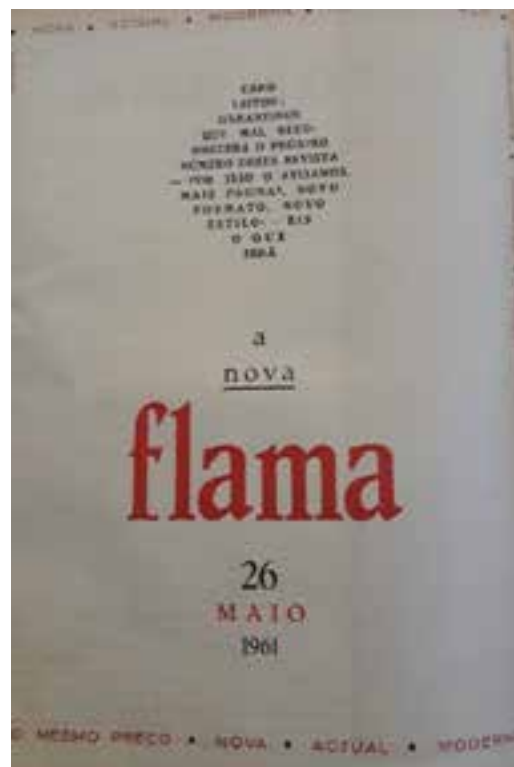
A “Flama” tem vivido de perto a vida dos homens, das artes e das letras, do desporto e da vida nacional, chora com os que choram e alegra-se com os acontecimentos grandes da nossa gente. Nas suas páginas desfilarão nomes de todas as categorias sociais. Os artistas, tanto nacionais como

estrangeiros, foram sempre acolhidos com simpatia e carinho. Todos os setores tiveram assento nas suas páginas (*Flama*, 26 de maio de 1961, p.5).

A prometida transformação só viria, efetivamente, a acontecer depois de 26 de maio de 1961, sob a direção de Silva Costa e Pedro Tamen. A partir daí, a *Flama* passa por uma mudança importante tornando-se mais moderna, com mais publicidade e mais voltada para assuntos ligados à atualidade. Na edição anterior, de 19 de maio de 1961, a revista faz a promessa aos seus leitores que seria aquela a última do género e, que daquele momento em diante, seguiria totalmente remodelada: “Fica o leitor informado, aqui e noutros lugares deste número da *Flama*, de que muitas e novas coisas lhe preparamos para a semana próxima. Não diremos que o próximo número desta revista aparecerá “pintado de fresco” para que se não julgue que se trata apenas duma mudança de aspecto: é isso, com efeito, mas é também muito mais do que isso” (*Flama*, 19 de maio de 1961, p. 5). Seria este o último número sob a direção de Miguel Trigueiros que escreve uma longa peça em total alinhamento com a política de Salazar e a quem faz avultados elogios, mas nenhuma palavra de despedida foi dirigida ao leitor da revista que comandou por sete anos.

A revista assume uma nova forma de apresentar a informação com um formato ligeiramente maior, traz um índice, com mais secções e novos assuntos e ganha mais páginas chegando a 36, mas não altera os preços. Esse novo estilo e orientação gráfica deixou a revista em maior consonância com as grandes publicações europeias da mesma categoria.

Figura 6o
Flama, 26 de maio de 1961, p. 4.
Fonte: Reprodução do original.



Nesse mesmo número, a revista traz os resultados de um inquérito com o perfil de seus leitores. De acordo com as respostas recebidas na redação da revista, confirmou-se que o leitor da *Flama* era majoritariamente masculino (61,75% de homens e 38, 25% de respostas de mulheres), a maioria se encontrava entre os 31 e 40 anos de idade e viviam, principalmente, em Lisboa e Porto, seguidos de Castelo Branco, Bragança e Ponta Delgada. O público pertencia a um vasto leque de áreas profissionais que iam desde operários às profissões liberais e sacerdotes, com os funcionários públicos a se destacarem. Para os leitores, as secções mais importantes da revista eram as reportagens ilustradas, seguida de “A família, a mulher, o lar” e em terceiro lugar o “Humorismo”. Em média, seis pessoas liam cada número da *Flama*, mas o inquérito identificou que poderia chegar até a 40 pessoas por número: “Uma leitora cita 20 disse e que todas as pessoas que a visitam e não assinam a revista, a lêem” (*Flama*, 19 de maio de 1961, p. 5). Os leitores foram convidados a dar a sua opinião sobre o conteúdo e até uma possível mudança de nome da publicação, mas o nome “*Flama*” manteve-se aprovado por 94,38% dos inquiridos: “Não, caros leitores, o título não muda, a revista nasceu com ele e talvez assim morra” (*Flama*, 19 de maio de 1961, p.5).

A partir de 1961, Portugal encontra-se envolvido na Guerra Colonial um período de confrontos entre as Forças Armadas Portuguesas e as forças organizadas pelos movimentos de libertação das antigas províncias ultramarinas de Angola, Guiné-Bissau e Moçambique que duraria até 1974. Apesar disso, e mesmo que abordasse a temática das colónias portuguesas com uma relativa frequência, pouco se falava sobre política e guerra nas páginas da *Flama*. Uma das poucas exceções é a edição de 2 de junho de 1961, quando a *Flama* oferece uma reportagem sobre a vida de um punhado de homens habitantes da vila de Cacuaco, um ponto estrategicamente importante para a defesa de Luanda. Contudo, a peça assume uma abordagem mais voltada à curiosidade do que político-informativa.

Em janeiro de 1964, António dos Reis substitui Manuel da Silva Costa, como diretor da *Flama*. Reis possuía na época 27 anos de idade e era jornalista formado pela Universidade Internacional de Estudos Sociais de Roma, foi assistente da JUC — Juventude Universitária Católica e, por esse motivo, esteve próximo da geração de jovens de universitários que se rebelaram na crise académica de 1962 e contra a guerra colonial. Foi Bispo da Igreja Católica e seria uma importante influência na igreja durante a fase terminal da ditadura e na transição para a democracia. Reis reunia, portanto, experiência em jornalismo, era um homem da Igreja Católica e possuía uma postura política definida. Contudo, sob a sua liderança, a *Flama* não assumiu uma posição combativa em relação ao regime ditatorial, mesmo porque a censura não o permitiria. A mudança não significou uma modificação radical na revista, pois deu segmento ao trabalho que vinha sendo desenvolvido por Silva Costa.



Figura 61
Flama, 2 de junho de 1961, p. 9.
 Fonte: Reprodução do original.



Figuras 62 e 63
Flama, 25 de dezembro de 1964, p. 1 e 42.
 Fonte: Reproduções do original.

O novo diretor contratou jornalistas que passaram a trabalhar mais voltados para a notícia de atualidade, o que refletiu no sucesso da revista junto a seus leitores aumentando a venda e fazendo com que a publicação se tornasse mais estável economicamente e elevando-a ao nível das principais revistas europeias (Fonseca, 2012). Graficamente, a *Flama* beneficiou-se da maior estabilidade financeira e da evolução tecnológica que permitiu que em 25 de dezembro de 1964 apresentasse os seus leitores com a sua primeira capa e contracapa totalmente coloridas — a capa estava ilustrada com o presépio do “Livro de Horas” do rei D. Manuel I, do século XVI, numa foto de Eduardo Gageiro. O papel da capa também muda para couché, mais grosso e brilhante, o que dava um ar de requinte e modernismo.

Com o passar dos anos e de maneira gradual, a revista vai saindo do campo da religião e entrando em assuntos mais políticos e sociais, apesar de nunca assumir uma postura de confronto. Exemplo disso foi a reportagem tema de capa do dia 24 de dezembro de 1965, quando os soldados portugueses que se encontravam em África foram homenageados em uma peça de 16 páginas. A reportagem descreve o dia a dia dos soldados como, por exemplo, os deslocamentos entre campos, o espírito de união entre os soldados, especialmente entre aqueles que se encontravam nas zonas mais isoladas, e como se dava a distribuição de rações. Toda a reportagem tem um tom muito emotivo e envolto no espírito natalício: “É nesta quadra, geralmente alegre, que milhares de lares portugueses, de Norte a Sul, sentem mais forte o espinho da saudade pelos seus filhos que se encontram em terras de África. Também eles, em volta de uma mesa tosca de acampamento, ou embrulhados nas suas capas camufladas, no cimo de um morro de capim batido pela chuva, têm, nesta hora, os olhos postos na Metrópole” (*Flama*, 24 de dezembro de 1965, p. 3). Dentro desta mesma linha editorial, podemos apontar reportagem “Mulheres na Tropa” no ano de 1966 e “Angola 4 de fevereiro: A guerra começou há sete anos” em 2 de fevereiro de 1968; “Angola: reportagem em duas frentes” em 1 de março de 1968; “Angola — 68: As frentes de combate vistas pelos enviados especiais da ‘Flama’” de 30 de agosto de 1968. Todas essas reportagens foram tema de capa da revista, com exceção na primeira que faz referência às mulheres. Mesmo que não tenha ocupado o lugar nobre da revista — a capa — essa reportagem sobre as mulheres na guerra pode ser interpretada como uma quebra de paradigma, pois a mulher é apresentada sem nenhuma referência religiosa ou romântica, mas sim como alguém que desempenhava um papel social importante, à semelhança dos homens.

Em janeiro, a *Flama* trazia um balanço dos principais acontecimentos do ano que terminara. Centrava-se muito em factos internacionais apresentados, principalmente, através de fotografias e breves legendas, dada a tamanha importância que a imagem possuía em suas páginas: “O historiador moderno tem a sua disposição um documento precioso — a fotografia (...). Nestas páginas, e na que se segue, o leitor encontrará um selecção das melhores fotos de reportagem do ano que findou. Trezentos e sessenta e cinco dias captados pelas câmaras mais oportunas e atentas do mundo” (*Flama*, 6 de janeiro de 1967, p. 8). Nessa selecção,

podemos ver e ler sobre James Meredith, o primeiro negro graduado pela universidade de Mississippi, atingido por uma bala em uma manifestação a favor dos direitos civis nos Estados Unidos; uma manifestação contra a Rússia em frente a embaixada em Pequim; a localização e recuperação de uma bomba por técnicos norte-americanos na costa espanhola; a visita do presidente brasileiro Costa e Silva a Portugal; e outras notícias de Paris, Holanda, África do Sul, Austrália, Vietnã, Noruega, Itália, dentre outros países. Sobre Portugal, somente a referência a um jogo de futebol em que foi eliminado pela Inglaterra da taça Jules Rimet. A revista, portanto, permanecia muito alheia sobre aquilo que se passava no contexto nacional e que ia muito além de questões políticas e atingiam o campo social agravados por graves problemas econômicos, altos níveis de inflação, imigração, pobreza e desemprego. Ocorrida a famosa queda da cadeira, Salazar ficou bastante doente e mesmo operado em setembro de 1968, não reuniu condições para continuar à frente do governo e Marcelo Caetano toma o seu lugar.

A saída de Salazar foi tratada discretamente. Em setembro de 1968, a revista traz uma matéria que descreve o agravamento de sua saúde com muitas fotos e pouca informação. A chegada do novo presidente do Conselho, pelo contrário é tema de capa em outubro de 1968. Quando comparado a Caetano, Salazar permanecera bastante imóvel no que diz respeito à utilização dos meios de comunicação para a propagação da sua ideologia de governo. Caetano, de maneira oposta, desde o primeiro momento deixa claro que teria uma relação próxima com os media: “A mesa que, durante cerca de quatro décadas, pertenceu ao Presidente Salazar é agora ocupada pelo prof. Marcello Caetano. Na manhã após a tomada de posse, o novo Presidente do conselho, antes de iniciar o seu primeiro dia de trabalho, abriu as portas do gabinete aos repórteres fotográficos. Um dia antes, dissera aos jornalistas que o abordaram nas escadas de São Bento: ‘Vamos encontrar-nos com grande frequência’” (*Flama*, 4 de outubro de 1968, p. 36).

A partir de 1970, a *Flama* passa a ter 83 páginas e, para além desta, a principal característica que podemos apontar é que a revista está quase totalmente dissociada dos temas religiosos e com cerca de pelo menos um terço de suas páginas ocupadas pela publicidade. Como era comum na época, as matérias jornalísticas não eram assinadas. Na *Flama*, esta realidade começa a mudar no final da década de 1960 e início de 1970 quando algumas peças começam a aparecer com indicação de seus autores. É neste momento também quando passa a ser publicada com mais cor, mas nunca chegou a ser totalmente colorida, reservando esta característica para a capa, contracapa e quatro páginas interiores. Em um momento quando publicar páginas coloridas era ainda muito dispendioso, para chamar a atenção dos leitores a revista trazia uma chamada de primeira página sobre as reportagens que ocupavam as quatro páginas interiores coloridas: “Páginas de reportagem a cores e preto e branco patrocínio do Banco Nacional Ultramarino” (*Flama*, 17 de abril 1970, p. 1). Esse exemplo tratou-se de uma longa reportagem que figurou em dois números (17 e 24 de abril 1970) sobre a expo 1970 que

teve lugar em Osaka. Nesse caso, o brasão do banco aparece em todas as páginas da reportagem. Durante o governo de Marcello Caetano, como estratégia de controlo da imprensa, era uma prática comum a banca tornar-se proprietária de veículos de comunicação. Isso aconteceu com a *Flama* em 8 de dezembro de 1972, quando passa a pertencer à “Sociedade Editorial Flama” uma empresa cujo capital estava ligado ao Crédito Predial Português. Esse facto irá contribuir para o fim da revista, como veremos mais à frente.

Em julho de 1973, transforma-se novamente e começa a ser publicada inteiramente em papel couché e assume um tamanho ligeiramente menor para adaptar-se aos padrões das máquinas rotativas *offset* mais modernas e que garantiriam maior velocidade do processo de impressão. O diretor António dos Reis descreve a grande novidade para os leitores da *Flama* ao detalhe: “Como o leitor já verificou, a ‘*Flama*’ desta semana apresenta todas as suas páginas interiores impressas em papel ‘couché’ e formato um pouco mais reduzido. Será assim a sua revista a partir de agora” (*Flama*, 6 de julho de 1973, p. 3). Neste momento, conquistara um lugar definitivo e de destaque entre os semanários em Portugal.

Como já referimos, quando a *Flama* nasceu, Portugal já se encontrava sob o regime ditatorial, mas no decorrer da sua longa história, especialmente nos últimos 10 anos, a revista esteve mais aberta aos problemas que afligiam o país, não obstante a rígida censura que, muitas vezes, calou a sua voz: “Esse número foi visado pela censura”, trazia em suas páginas. Mesmo assim, a *Flama* passou por muitas mudanças que a transformaram de várias formas: passou de jornal a revista, de quatro a 83 páginas, de religiosa e quase um folhetim da Igreja Católica a uma publicação de atualidades, diversa, cosmopolita e um sucesso de vendas. Contudo, a transformação mais radical e abrupta da *Flama* só ocorre, verdadeiramente, com a queda da ditadura em 25 de abril de 1974. A revista repercute pela primeira vez o acontecimento na edição de 3 de maio com 29 páginas dedicadas ao tema e, na semana seguinte, em 10 de maio, é quase inteiramente dedica ao 25 de abril. A revista chama o acontecimento de “virar a página”:

Até ao romper da madrugada do último dia 25 — 25 de Abril de 1974, uma nova data a inscrever na história de Portugal — o grosso do noticiário que enchia as páginas dos jornais e o informativo da rádio era, pode dizer-se a França, apanhada de surpresa com a morte de Pompidou, e à beira — ela também — de virar a página para um novo capítulo da sua história. Mas na madrugada daquele dia 25 de Abril de 1974 algo de muito mais importante para nós, Portugueses, acontecia, dominando as atenções não apenas dos órgãos informativos, mas do povo que, nessa altura, sentiu que despertava para uma era nova (*Flama*, 3 de maio de 1974, p. 3).



Figura 64
Flama, 3 de maio de 1974, p. 6 e 7.
 Fonte: Reproduções do original.

Em maio de 1974, a *Flama* completa 31 anos de existência e comemora a data com um entusiasmo diferente, “o primeiro aniversário livre”, afirma a revista: “A partir de agora, a amordaçada profissão, de jornalista no antigo regime passou a ser uma nobre profissão que deverá ter sempre presente o ‘servir em liberdade a verdade’. E é isso que prometemos neste nosso aniversário, a todos os leitores” (*Flama*, 10 de maio de 1974, p. 3). A revista transforma-se totalmente, pois a “liberdade era realmente desconhecida do povo. Mas a responsabilidade de a viver estava dentro dele, latente, acorrentada pelas forças de repressão” (*Flama*, 10 de maio de 1974, p. 3). A partir daquele momento, a política e os assuntos nacionais ganham a capa e suas páginas juntamente com um novo vocabulário e uma nova forma de retratar o país e a realidade que o envolvia. Poderíamos ler, em letras garrafais, vezes e vezes sem conta as palavras como “exigir”, “crítica social”, “reivindicação”, “democracia”, “feminismo”, “tortura”, “sindicalismo livre”, “luta”, “antifascismo”, “crimes” e “liberdade”.

Ainda sob a direção de António dos Reis, os jornalistas da *Flama* iriam eleger um conselho de redação “com base num espírito verdadeiramente democrático e com a intenção de assegurar uma informação livre, isenta e objectiva” (*Flama*, 17 de maio de 1974, p. 3) prometendo aos seus leitores uma total independência na orientação do conteúdo da revista. Estavam a começar a saborear a tão almejada liberdade de expressão e era a primeira vez que isso acontecia. Também a independência na Arte e na Cultura é largamente noticiada. Na secção “Teatro”

poderíamos ler: “Anuncia-se que a peça programada para o Teatro Maria Matos (‘Pigmaleão’, de Bernard Shaw) foi substituída pelo último original de Bernardo Santareno — ‘Português, Escritor, 45 anos de Idade’ — ainda inédito mesmo em livro, peça que não tinha quaisquer possibilidades de ser apresentada sob o regime fascista” (*Flama*, 17 de maio de 1974, p. 57).

Em “Livros, Autores e Literatura” eram muitos os títulos e temáticas que até então não eram discutidas nas páginas da *Flama*. A peça assinada por Maria Teresa Horta apresenta o livro “Tempo de Mercês” de Maria Judite de Carvalho: “Agora que alcançamos uma liberdade que nos haviam tirado há quarenta e oito anos, agora que está nas nossas mãos construir uma sociedade melhor, é preciso que a mulher tome, urgentemente, consciência de si própria e dos problemas que lhe dizem especificamente respeito para que possa lutar (de novo ...) pela sua segunda liberdade do jugo masculino. Domésticas caladas? Sexualidade destruída, falseada a custas de quantas amputações?” (*Flama*, 17 de maio de 1974, p. 61). Assim, percebe-se o progresso da maturidade da sociedade portuguesa que se refletia na revista que começou com secções femininas onde eram dadas dicas de limpeza, mas que agora incitava à reflexão e à atitude das mulheres para conquistar direitos sociais.

Como as demais, a área da música, uma das mais reprimidas pelo regime, também viu um momento de renascimento e expressão livre: “1º Encontro da canção livre: O regresso dos cantores proibidos”, peça assinada por Pinto Garcia, representa bem a mudança de paradigma e o clima de descontração e euforia que se vivia naqueles tempos:

Estavam lá todos. Reunidos pela primeira vez. Num espectáculo como ninguém entre nós se lembra de outro igual, dentro do seu género. Eles vieram como andorinhas, em alvoroço, para se reunirem num dia de Primavera. Alguns vieram de Paris (...). No palco, não havia orquestra, como é de costume, nem gravatas, nem casacos; em resposta, na plateia, quase não havia cadeiras e o público, em maioria jovem, sentou-se no chão, de pernas cruzadas, vivendo intensamente as três horas do encontro. Lá estão no palco, numa reunião impossível antes de 25 de Abril, todos os cantores proibidos. José Mário Branco, que trocou o seu exílio de Paris por uns dias em Portugal (...) O público assistiu sentado no chão a mais de três horas de espectáculo. Um público que descobriu pela primeira vez a verdadeira face dos cantores que ouvia clandestinamente, em muitos casos (*Flama*, 17 de maio de 1974, p. 44 e 45).

Tudo que estava reprimido pela censura e por um alinhamento obrigatório com o regime aparece em cena. 1974, portanto, e os anos subsequentes até a sua extinção, são vibrantes e a *Flama* que nascera como uma menina recatada, do lar e religiosa assume uma nova postura de mulher atrevida, independente, política e crítica perante a nova realidade social portuguesa e do mundo. Dentro deste contexto, há claramente uma maior exposição da nudez feminina e de assuntos ligados a sexualidade um tema tabu e vigorosamente proibido nas publicações portuguesas até o 25 de abril de 1974.



Figuras 65 e 66

Flama, 7 julho de 1974, p. 1; 3 de janeiro de 1975, p. 1.
Fonte: Reproduções do original.



Figuras 67 e 68

Flama, 30 de janeiro de 1975, p. 1; 2 de outubro de 1975, p. 1.
Fonte: Reproduções do original.

Em 1975, a sociedade portuguesa passava pelo Processo Revolucionário em Curso (PREC) marcado pela tentativa de controlar o poder, as pessoas, as empresas e as instituições pelas forças conservadoras de direita (Machado, 2010). A *Flama* repercute esses e outros acontecimentos importantes na história de Portugal. Durante este período, os meios de comunicação de todo o país ocorreu, entre outros aspetos, o saneamento de funcionários, imposição de alterações de dirigentes na administração e nas redações dos jornais e a implementação de novas formas de submissão dos trabalhadores (Gomes, 2018). Assim, depois de décadas de uma imprensa fortemente marcada pela censura segue-se um período de grande volume de acontecimentos resultado de uma sociedade em ebulição que envolveu civis, militares, políticos e também os profissionais dos vários meios de comunicação social. Isso trouxe, como consequência, uma imprensa altamente influenciada pelos factos da época fazendo com que estivesse comprometida ideologicamente por esses mesmos acontecimentos. Com o intervalo de menos de um ano a excitação pela nova liberdade trazida pela queda da ditadura deu lugar ao reconhecimento de que esta liberdade ainda estava intrincada e que existia um longo caminho a ser percorrido.

A informação, agora mais do que nunca, continua a ser o “cavalo de batalha” das organizações partidárias que reivindicando, embora, o livre direito à informação, tudo tentam para manipular e dirigir em seu proveito, esquecendo, como noutros casos da vida nacional, o legítimo direito do povo que dizem defender e por quem dizem lutar na difícil e complicada cena política. Desde o 25 de Abril, e apesar da consagração no Programa do M.F.A. do livre direito de informar, o que se passa não tem nada a ver com essa liberdade que, convém não o esquecer, é muito mais um direito dos cidadãos do que propriamente dos jornalistas (*Flama*, 7 de outubro de 1975, p. 12).

A *Flama* manteve-se sob a direção de António dos Reis, mas não passou ilesa e é diretamente afetada pelas mudanças políticas e militares que ocorriam em Portugal e que determinariam o seu destino. Com a nacionalização da banca, os meios de comunicação que a ela pertenciam passaram a depender economicamente, em grande medida, do Estado. Foi o que acontecera à *Flama*. Essa nova realidade conjugada com a longa crise que a imprensa passava já há vários anos, juntamente com os altos preços do papel e de tarifas, a concorrência com outras publicações do mesmo género assim como o facto de já não possuir o mesmo sucesso económico de outrora, ditaram o seu fim que veio a acontecer em setembro de 1976. A notícia pegou todos os funcionários de surpresa e, mesmo sendo solicitado à administração (Fonseca, 2007), não tiveram a oportunidade de se despedirem dos leitores. No último número da *Flama*, que tinha como uma de suas características um diálogo próximo com o seu público, não encontramos nenhuma referência, nenhuma palavra de despedida. Assim, a *Flama* que nascera com a missão de espalhar luz e calor à sua volta apaga-se e sai de cena, mas não antes de ter se tornado um grande marco na história do jornalismo em Portugal.

3.2. Newsmagazines precursoras¹⁰

3.2.1. *Vida Mundial*

Fundado a 13 de maio de 1939 pelo jornalista José Cândido Godinho, com o apoio financeiro do empresário Joaquim Martins, o semanário *Vida Mundial* (de subtítulo “Documentário semanal da Imprensa”, mais tarde encurtado para “Documentário da Imprensa”) foi durante quase 30 anos um jornal — no formato, tipo de papel utilizado e tratamento dos assuntos. Tinha apenas uma marca distintiva: a dimensão mais próxima de um tabloide¹¹, servindo um semanário de referência que, à época, assumia por norma o formato *broadsheet*. Apesar de generalista, tratava maioritariamente e com mais destaque o noticiário internacional, tal como o título deixa adivinhar e o subtítulo adotado em 1946 veio confirmar: “O mundo numa semana”. Uma opção que o foi protegendo das malhas da censura em vigor durante o Estado Novo.

O objetivo inicial da publicação era apostar num modelo semelhante à atual revista *Courrier International*¹² — “dar ao público uma informação, tão completa quanto possível, do panorama mundial, através da reprodução de artigos seleccionados de jornais e revistas de todo o Mundo” (1967, p. 2). O título, de oito páginas e com o preço de 50 centavos, foi bem recebido pelos leitores. A tiragem inicial de 5 mil exemplares transformou-se em 35 mil no espaço de um ano, tornando-o o semanário mais vendido em Portugal. Um facto que levou a uma reformulação da primeira página, que passou a incluir, a emoldurar o logótipo, agora mais reduzido e alinhado à esquerda, essa indicação: “Maior venda de todos os semanários portugueses”.

Em 1948, o *Vida Mundial* foi adquirido pela Sociedade Nacional de Tipografia, mantendo José Cândido Godinho a direção até à sua morte, em 1950. Sucedeu-lhe Carlos Alberto Pereira da Rosa até 11 de março de 1966, data em que Francisco Eugénio Martins assumiu os destinos da publicação. É sob a sua batuta que o *Vida Mundial* sofre a maior transformação da sua história.

A 21 de abril de 1967, o jornal publica na primeira página, dentro de um retângulo delimitado por um filete preto, inserido na coluna da direita, um texto intitulado “Aos nossos leitores”, que se prolonga na página 7. O título de 16 páginas anuncia para breve uma remodelação profunda e justifica-a: “o Mundo está cada vez mais pequeno, mais ao nosso alcance. Cada vez

10 Os originais das 15 newsmagazines (*Vida Mundial*, *Observador* e os restantes 13 títulos caracterizados no Capítulo IV) foram consultados presencialmente na Biblioteca Nacional.

11 Inicialmente com 33,5 X 44,5 cm e, a partir de maio de 1941, com 50 X 36 cm.

12 Semanário lançado em 1990 pelo jornal francês *Le Monde*, que circula em Portugal desde 2008 em formato de revista mensal.

mais um acontecimento importante em qualquer parte vem influenciar todo o Mundo e o nosso País”. No parágrafo seguinte ecoam com mais clareza os argumentos usados por Henry Luce e Briton Hadden para justificarem a “invenção” da *Time*, nos Estados Unidos, em 1923 — “a agitada vida actual cada vez deixa menos tempo para ler e estudar o que se passa no Mundo, mas a necessidade de estar a par dos acontecimentos é cada vez maior” (p. 1). Continuando, na página 7: “E as notícias dos acontecimentos têm de estar à mão, arquivados e catalogados”.

No número seguinte (28 de abril de 1967), o diálogo com os leitores mantém-se, recorrendo exatamente ao mesmo dispositivo e ao mesmo título (“Aos nossos leitores”), mas com o texto distribuído pelas páginas 1 e 5. A *Vida Mundial* anuncia a reformulação para a semana seguinte e explica de forma sistemática o que os leitores irão encontrar, começando pela síntese dos cinco grandes objetivos da nova publicação:

- Fornecer ao público informações completas e resumidas sobre todos os acontecimentos de interesse nacional e internacional.
- Apresentar a expressão das diversas correntes de opinião relativas a cada região do Globo.
- Publicar estudos completos sobre os últimos assuntos susceptíveis de despertar o interesse do público nos domínios da economia, finanças, indústria, comércio, etc.
- Relatar a vida e acção de personalidades relevantes, com objectividade e oportunidade.
- Ser nossa preocupação dominante que as informações e os relatos que publicamos possam ler-se sem dificuldade e ser guardados e arquivados para consulta. **Assim, estamos certos de preencher uma lacuna na Imprensa portuguesa**¹³.

Nesta explicação mais alargada, a proximidade com o modelo da newsmagazine *Time* reforça-se com a promessa de histórias sobre pessoas. Destacou-se a negrito a última frase, pelas duas indicações que encerra: a inexistência de newsmagazines portuguesas até à época e a certeza de que 44 anos após o lançamento da primeira newsmagazine, tinha chegado a altura deste tipo de revista começar a ser publicado em Portugal. Uma decisão em sintonia com os movimentos da imprensa europeia, com vários jornais a transformarem-se em newsmagazines na década de 60 do século XX. As francesas *L'Express* e *Le Nouvel Observateur*¹⁴, por exemplo, são lançadas no final de 1964, realizando essa transformação de jornais em revistas, em busca de mais leitores, cerca de dois anos e meio mais cedo.

Na mensagem aos leitores, as mudanças que o *Vida Mundial* vai sofrer são apresentadas em detalhe — uma redação alargada, mais secções e assuntos cobertos, redução para metade das dimensões, capa em papel *couché* e páginas interiores em papel melhorado, mais e

13 Sem negrito no original.

14 A revista sintetiza o título em 2014, passando desde aí a designar-se como *L'Obs*.

maiores fotografias. No penúltimo parágrafo surge o novo preço — cinco escudos, reconhecido como “aumento sensível”, apesar de “amplamente compensado”: mais do triplo, quando comparado com o escudo e meio que até então os leitores do jornal pagavam. O último parágrafo é de apelo ao público do título “com cuja fidelidade contamos”, pedindo “boa vontade e compreensão” para as inovações prometidas (1967, p. 5).

O primeiro número da nova era da *Vida Mundial* é publicado a 5 de maio de 1967, dando o jornal lugar ao que designa como uma “revista-magazine” (1967, p. 5). A sexta-feira mantém-se como dia da semana de saída do título para as bancas. Tal como prometido, as mudanças são visíveis: 68 páginas, formato magazine de 20X26,5 cm, capa e última página a cores (não numeradas), em papel *couché*, abundância de fotografias, e preço de cinco escudos. À semelhança do que aconteceu com outros títulos europeus, como a *L'Express*, por exemplo, a numeração anterior do jornal homónimo não é interrompida e a “nova” revista começa no n.º 1456.

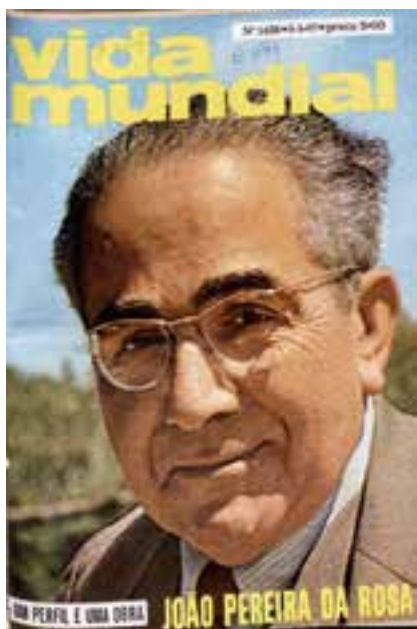


Figura 69

A primeira newsmagazine portuguesa
— *Vida Mundial*, n.º 1456.

Fonte: Reprodução do original.

A *Vida Mundial* aposta numa capa do tipo um tema, uma imagem¹⁵, modelo que adota nos números seguintes. O dispositivo monta-se com o logótipo a duas linhas, em

15 Recorre-se à classificação de capas segundo Johnson e Prijatel, que a elaboram tendo em conta o número de temáticas/texto e de imagens presentes, dividindo as capas de revista em cinco tipos: poster (apenas imagem); Um tema, uma imagem; Multi-tema, uma imagem; Multi-tema e multi-imagem; e tipográfica (apenas texto) (Johnson & Prijatel, 2013, pp. 277-281).

minúsculas, alinhado à esquerda. A imagem de capa é uma fotografia que mostra o protagonista retratado na secção “Um perfil e uma obra”, apresentando em rodapé o seu nome. No primeiro número, o logótipo usa letras amarelas e a fotografia retrata João Pereira da Rosa, uma personalidade ligada à história da empresa proprietária da *Vida Mundial*. Pereira da Rosa foi diretor do jornal *O Século*, fundou a colónia balnear infantil “O Século” e dirigiu a Sociedade Nacional de Tipografia durante mais de 20 anos até à sua morte, em 1962. O filho, Carlos Alberto Pereira da Rosa, tinha sido o penúltimo diretor da *Vida Mundial*, enquanto jornal semanário. Na capa, o nome João Pereira da Rosa usa letras no mesmo tom do logótipo, mas maiúsculas, e, na mesma linha, antes do nome do retratado, surge um retângulo branco onde se lê em maiúsculas pretas “Um perfil e uma obra”, a designação da secção onde se insere o tema de capa no interior da revista.

As primeiras páginas do “novo” título, ainda antes do sumário, dividem-se por uma retrospectiva, não assinada, da *Vida Mundial* até àquele momento, intitulada “O que tem sido a vida da «Vida Mundial»” (1967, pp. 2-4), seguida da apresentação do novo projeto através do texto “O que será a nova «Vida Mundial»” (1967, p. 5). Neste último artigo, os quatro primeiros pontos, (salvo a troca de uma palavra, aqui e ali, por outra sinónima), são iguais aos publicados no número anterior, o último em formato jornal. Por baixo deste texto, na página 5, a revista reproduz, à esquerda, a primeira página do semanário *Vida Mundial* e, à direita, a primeira capa da era newsmagazine do título.

A formulação do quinto princípio desaparece, dando agora lugar a mais cinco, que detalham com mais minúcia as promessas. Anuncia-se a criação de secções que acompanhem a vida nacional não só nas áreas política e social, como era habitual, mas também nas económica e cultural. Prometem-se artigos de análise, reportagens exclusivas e um “Estudo da semana”, sobre temas especializados, destacável. Por último, anuncia-se a publicação no final de cada ano de “um índice classificado relativo aos artigos e acontecimentos de cada número, de forma a que os leitores possam guardar e encadernar «Vida Mundial» como repositório de fácil consulta para cada assunto de seu interesse”. Perto do final do artigo, reafirma-se que, “pelas suas características, «Vida Mundial» representa, na realidade, uma novidade na Imprensa portuguesa, proporcionando a um vasto sector do público uma «maneira diferente e em profundidade» de tomar conhecimento do que se passa no País e no estrangeiro” (1967, p. 5).

O sumário surge logo a seguir, na página 6, numa coluna à direita. À esquerda encontra-se a ficha técnica — mais uma novidade em relação ao número anterior, uma vez que o então jornal *Vida Mundial* apenas referia os dados que surgiam na primeira página, por baixo do seu logótipo: nome do diretor e editor (Francisco Eugénio Martins); moradas da redação, administração e do local onde o título era composto e impresso; indicação do proprietário; número de telefone; e as referências ao ano de publicação, número em causa, data e preço.

A ficha técnica da “revista-magazine” começa por retomar o subtítulo, “O Mundo numa semana”, que abandona na capa. De seguida, mostra com pormenor a estrutura profissional do

título. Para além do “director e editor” Francisco Eugénio Martins, surge um “corpo redactorial” constituído por seis jornalistas, todos do sexo masculino, apresentados pela seguinte ordem: Carlos Ferrão, Júlio de Sousa Martins, Afonso Cautela, Armando Pereira da Silva, Carlos Araújo e António Queiroz. Embora não haja indicações que distingam cargos entre os jornalistas do “corpo redactorial”, Carlos Ferrão, o primeiro nome que surge e que passa a redigir semanalmente (na página 7, no caso do primeiro número newsmagazine) o espaço “Comentário da Semana”, que reúne características de Editorial, é apontado por Carla Baptista (2012, p. 279) como o diretor da revista à época e, de facto, não existem sinais da presença de Francisco Eugénio Martins no interior da *Vida Mundial*. Conclui-se, por isso, que Carlos Ferrão tinha a seu cargo a direção executiva da publicação. Da mesma forma, Carla Baptista refere Ruben Tristão de Carvalho como chefe de redação da *Vida Mundial* (Baptista, 2012, p. 280). O nome do jornalista surge pela primeira vez na ficha técnica a 12 de julho de 1968, logo a seguir ao de Carlos Ferrão, em substituição do de Júlio de Sousa Martins, (que, seguindo o mesmo raciocínio, asseguraria até então a chefia da redação), e mantém-se até 9 de maio de 1969, data a partir da qual o segundo nome do “corpo redactorial” passa a ser o de Afonso Cautela.

Regressando à ficha técnica de 5 de maio de 1967, a primeira da era newsmagazine, o premiado fotojornalista Eduardo Gageiro também surge integrado no “corpo redactorial”, como responsável pela “reportagem fotográfica”, seguindo-se a indicação de dois paginadores e uma secretária da redação. A ficha técnica indica, depois, um quadro de “colaboradores permanentes” com 14 nomes, entre os quais os de Edite Soeiro, José Mensurado e Mário Castrim. Num quarto campo existem mais três nomes sob a designação “colaboração especial neste número” e mais abaixo surge o nome de Nicolau Drummond Borges associado a “Publicidade e Relações Públicas”. Repetem-se depois todos os elementos já inseridos na capa e indica-se, por fim, os preços das assinaturas.

Um terceiro e último elemento da página 6 surge no canto inferior direito, abaixo do sumário — um fino retângulo com a indicação “Visado pela Comissão de Censura”. O sumário inclui 11 secções, para além da referência aos textos prévios de enquadramento da “nova” publicação. A revista inicia-se com o espaço de opinião “Comentário da Semana”, seguem-se duas páginas da secção “A semana nacional”, após a qual (página 11) vem a “A semana internacional”, com seis páginas. O internacional mantém-se no espaço seguinte, com “Revista da imprensa mundial” (sete páginas), e continua quase até ao fim da revista, com um dossier dedicado ao assassinato do presidente norte-americano John Kennedy (mais quatro páginas). Segue com “O estudo da semana” sobre a Expo 67 realizada no Canadá (nove páginas), e a secção “Testemunhos do nosso tempo”, de quatro páginas, da autoria do general Charles De Gaulle que escreve sobre a China e a França. Vem depois “Reportagem”, intitulada “O trágico destino dos filhos de Estalin” e, a fechar os temas internacionais, “Laos: uma guerra esquecida”. Só na página 49 se encontra a secção que faz a capa, “Um perfil e uma obra”, sobre João Pereira da Rosa. A revista fecha com “Actualidade”, secção de notícias sobre assuntos tão variados como cinema,

televisão, música ou desporto. Com 34 páginas (retiram-se as de publicidade e as introdutórias) dedicadas aos assuntos internacionais, e 15 a temas nacionais, a *Vida Mundial*, mesmo em formato newsmagazine, mantém-se fiel à sua matriz inicial de aposta no noticiário além-fronteiras — a censura mantinha-se, e falar de política nacional continuava a ser tarefa muito difícil.

A partir da segunda semana, a *Vida Mundial* deixa cair na capa o antetítulo “Um Perfil e uma Obra”, passando apenas a surgir o nome da figura retratada através de fotografia ou ilustração. Dentro da revista, a secção que corresponde ao tema de capa não tem paginação fixa. De acordo com o protagonista em causa, surge integrada em diferentes espaços. Outra característica da primeira newsmagazine nacional é ir variando a cor do logótipo.

No que diz respeito aos protagonistas de capa, assinala-se que no n.º 1460, o quinto da era newsmagazine, publicado a 2 de junho de 1967, a *Vida Mundial* escolhe uma mulher: Palmira Bastos. A atriz desaparecida a 10 de maio de 1967, a 20 dias de completar 92 anos, surge num plano de pé, na primeira fotografia de capa que se sobrepõe parcialmente ao logótipo. Levanta um cálice em jeito de brinde, enquanto olha para o lado direito da revista.

A presença feminina na capa da *Vida Mundial* vai revelar-se, contudo, sempre muito parca e só se repete quase quatro meses depois, a 29 de setembro de 1967, no n.º 1477, com um grande plano de Jacqueline Kennedy, numa capa particular de características pioneiras. Resulta de um exclusivo para Portugal da *Vida Mundial*, que publica a primeira entrevista de “Jackie” após o assassinato, em 1963, do marido, o icónico presidente americano John F. Kennedy. Concedida aos jornalistas Bob Considine e Frank Conniff, a *Vida Mundial* considerou este exclusivo de tal forma importante que, pela primeira vez, o género jornalístico que faz a capa é uma entrevista e não um perfil. Neste número, a secção “Um Perfil e uma Obra” desaparece, surgindo a entrevista integrada na secção “Os grandes exclusivos «V. M.»”.



Figuras 70 e 71

A primeira (02/06/1967) e a segunda (29/09/1967) capas da *Vida Mundial* com protagonistas femininas, uma opção rara.

Fontes: Reproduções dos originais.

Três semanas depois da primeira figura feminina, a *Vida Mundial* publica na capa a primeira fotografia propositadamente encenada e a primeira com dois protagonistas. O n.º 1463, de 23 de junho de 1967, mostra um plano aproximado de tronco de dois homens de capacete, fato e gravata, olhando no sentido do canto superior esquerdo da revista, sorridentes. Como fundo, vê-se sobre um céu azul uma estrutura metálica de grandes dimensões, na qual se lê claramente “Lisnave”. O título surge em rodapé, alinhado à esquerda, “Rocheta & Andersen = LISNAVE”, com a particularidade de os dois apelidos surgirem num tipo de letra que parece manuscrita, contra a designação dos estaleiros em maiúsculas impessoais (a cor é a mesma — branco — o que torna a forma da fonte o único elemento diferenciador das duas partes do título). Apesar de existirem dois rostos nesta capa, a peça que se revela no interior é, acima de tudo, a história da Lisnave, à época com quatro mil trabalhadores. Os retratados são os diretores-gerais da empresa, João Farrajota Rocheta e Algot Thorsten Ingmar Andersson (no interior da revista, a grafia do último apelido exhibe dois S, mas não é uma opção consentânea ao longo do texto, que também inclui a usada na capa, apenas com um S).

A primeira capa que recorre a uma imagem a preto e branco (uma ilustração) data de 21 de julho de 1967 e retrata John F. Kennedy, em grande plano, sorridente, olhando ligeiramente para cima. *Vida Mundial* usa apenas mais uma cor nesta capa — o vermelho, que surge quer no logótipo quer a preencher o nome do protagonista, arrumado no canto inferior direito. O presidente norte-americano assassinado a 22 de novembro de 1963, aos 46 anos, é apresentado no interior da revista n.º 1467 como alguém que “perdura nas imaginações, como um ente superior e intérprete aliciante de um sonho de fraternidade e paz” (1967, p. 36).



Figura 72
A primeira capa a preto e branco
acontece a 21 de julho de 1967.
Fonte: Reprodução do original.

Duas semanas mais tarde, a 4 de agosto de 1967, o n.º 1469 assinala os 12 anos sobre a morte do filantropo Calouste Gulbenkian, desaparecido a 20 de julho de 1955, com a primeira capa com uma moldura, neste caso laranja, numa estrutura gráfica semelhante à usada pela *Time*. Esta opção de desenho da capa torna-se pontual, a partir daqui. Menos de dois meses mais tarde, a 27 de outubro de 1967, é a vez do logótipo ser inserido numa barra vermelha, em cabeçalho. Novamente, é uma experiência que volta a repetir-se, mas sem qualquer padrão de regularidade.

A *Vida Mundial* termina o ano como newsmagazine com a revista n.º 1490, publicada a 29 de dezembro, e aproveita para inovar na capa uma vez mais. Desta vez apresenta uma moldura, larga em cima e estreita em baixo, a preto, que regressará noutras semanas, usando outras cores. Esta última capa de 1967 tem uma marca distintiva, uma vez que por baixo do nome do protagonista, General Rabin¹⁶, inserido no canto superior direito, abaixo do logótipo, a amarelo, surge a designação “O homem do ano”. A *Vida Mundial* elege, assim Yitzach Rabin pelo seu papel enquanto chefe das forças armadas israelitas na vitória do estado judaico sobre o Egipto, a Jordânia e a Síria, naquela que ficou conhecida com a Guerra dos Seis Dias, registada de 5 a 10 de junho de 1967. A utilização da classificação “homem do ano” é indiscutivelmente uma influência da *Time*, (que escolheu o presidente americano Lyndon Johnson como homem do ano de 1967), e uma afirmação de identidade em termos de filosofia da publicação — a *Vida Mundial* parece querer afirmar “sim, somos uma newsmagazine, que não haja dúvidas acerca disso”. Esta é a única capa “homem do ano” construída pela revista.



Figura 73

A única capa “O homem do ano” da *Vida Mundial* acontece a 29 de dezembro de 1967 e elege o, à época, chefe das forças armadas israelitas Yitzach Rabin.

Fonte: Reprodução do original.

16 Que viria a ser duas vezes primeiro-ministro de Israel, tendo sido assassinado no cargo em 1995.

Ainda nesta última revista de 1967, surge inserido numa caixa na página 3, na secção “Cartas ao Director”, um texto sem assinatura intitulado “Vida Mundial”, de balanço dos primeiros meses da nova era da revista: “Vencida esta primeira fase do novo formato, podemos desde já congratular-nos com o êxito conseguido não só junto dos leitores mais antigos como, e talvez principalmente, junto de uma camada jovem que começa a interessar-se pelo que se passa no Mundo, aceitando ou discutindo as diversas perspectivas dos acontecimentos”. Para o futuro, promete-se “melhorar ainda mais a «V.M.» no decurso do próximo ano, incluindo o aspecto gráfico” (1967, p. 3). No que diz respeito ao design da capa, em 1968 e nos anos seguintes, a *Vida Mundial* mantém-se eclética, com o regresso pontual e inconsequente às barras coloridas como fundo do logótipo e às molduras de espessuras e tons variados.

A 5 de abril de 1968, no n.º 1504, surge a primeira ilustração fotográfica, que retrata soldados numa trincheira, com uma metralhadora, remetendo para a I Guerra Mundial. O trabalho de composição sobre a fotografia, a preto e branco salpicada de vermelho, faz lembrar uma capa ensanguentada. É também a primeira vez que não existe um protagonista concreto na capa. O título, em vez do nome habitual, é “9 de abril de 1918”. Apesar disso, no interior da revista percebe-se que não é uma reportagem que faz a capa, mas sim a habitual secção “Um Perfil e uma Obra”, dedicada a Bento Roma, coronel que meio século antes comandou o batalhão português em Lacouture, durante a 1ª Guerra Mundial, contra um contingente alemão numericamente muito superior e mais bem armado.

É também em 1968 que, duas semanas mais tarde, a 19 de abril, no n.º 1506, surge o primeiro rosto não caucasiano, quase um ano após o início do formato newsmagazine. Utiliza como imagem uma ilustração do pacifista Martin Luther King, ativista norte-americano pelos direitos humanos e pela igualdade inter-racial, morto a tiro duas semanas antes, a 4 de abril. Tal como acontece no caso das protagonistas femininas, as capas que mostram não caucasianos são raras.



Figuras 74 e 75
A primeira ilustração fotográfica e o primeiro rosto não caucasiano, a 5 e a 19 de abril, respetivamente, de 1968. Fontes: Reproduções dos originais.

A 10 de maio de 1968, a Vida Mundial utiliza o mesmo dispositivo usado em dezembro do ano anterior, inserindo um retângulo no canto inferior direito da página das “Cartas ao Director” (p.3) para se dirigir aos leitores. Num texto não assinado de quatro parágrafos, intitulado “Um ano da nova «V.M.»”, faz-se um balanço dos primeiros 12 meses como newsmagazine, destacando o que já se alcançou e o que ainda se quer fazer, como a melhoria da secção “Actualidade”, o alargamento da rede de correspondentes, do número de exclusivos e o tratamento a curto prazo de “assuntos fundamentais contemporâneos” ainda por abordar.

Um longo artigo de análise faz capa pela primeira vez a 25 de outubro de 1968, com a tragédia da guerra do Biafra. Na capa, o elemento mais perturbador é a utilização como fundo de uma fotografia de crianças nuas ou seminuas, revelando uma magreza extrema que se percebe resultar de um longo período de fome. O recurso a artigos de análise como tema de capa, maioritariamente arrumados no interior da revista na secção “O estudo da semana”, torna-se habitual e vai alternando com os perfis.

A 29 de novembro de 1968, a Vida Mundial apresenta uma capa poster, recorrendo unicamente a uma fotografia do planeta Terra visto do espaço. É também a primeira vez que surge a identificação de uma imagem no interior da revista, (algo que ainda hoje não se regista em todas as newsmagazines). Na página 2 reproduz-se a capa em menor dimensão e à esquerda lê-se “Por amabilidade da Kodak Portuguesa, reproduz-se na nossa capa de hoje, em exclusivo para Portugal, a primeira fotografia que abrange a totalidade da face da Terra, tirada de um aparelho espacial americano, ao passar sobre o equador, à distância de 35 680 quilómetros”. No interior, a revista oferece um “Dossier Espaço” de dez páginas, que faz um balanço da conquista espacial e antecipa a chegada do homem à Lua, que viria a registar-se a 20 de julho de 1969.

Tal como referido, a última revista do ano, publicada a 27 de dezembro de 1968, não repete a estrutura “homem do ano”. Contudo, o dispositivo escolhido — um mosaico de imagens — ainda hoje é muito utilizado nas newsmagazines. Sob o título 1968: UM ANO EM REVISTA, desdobram-se 12 capas de seis newsmagazines diferentes: três da francesa *L'Express*, duas da alemã *Der Spiegel*, duas de cada uma das principais newsmagazines americanas, *Time* e *Newsweek*, uma de um título espanhol, *Mundo*, e, claro, duas da *Vida Mundial*. Uma vez mais, o título português afirma-se claramente como newsmagazine, a par das suas congéneres internacionais.



Figura 76

Uma capa que afirma a pertença da *Vida Mundial* ao universo das newsmagazines internacionais a 27 de dezembro de 1968.

Fonte: Reprodução do original.

A partir de 1969 as capas da *Vida Mundial* complexificam-se ao mesmo tempo que ganham modernidade. Dentro da revista, as páginas a cores e os anúncios vão aumentando progressivamente. Aos poucos passa a haver lugar para mais do que um tema na capa. A primeira vez acontece a 17 de janeiro de 1969. O tema de capa é o poeta José Gomes Ferreira, correspondendo a um perfil na habitual secção “Um perfil e uma obra”, mas o canto superior direito é rasgado por uma barra negra, que se sobrepõe ao logótipo da revista, com o título, em maiúsculas brancas, “As fotos da Apolo 8”. Este tema secundário surge inserido a meio da revista (páginas 33 a 36), numa secção autónoma especial intitulada “As fotos (a cores) da Apolo-8”. E o prometido no sumário é, de facto, o oferecido aos leitores: quatro páginas em papel couché, com fotografias de ótima qualidade recolhidas pelos astronautas americanos que realizaram o primeiro voo circunlunar a bordo da nave espacial Apolo-8.

Ao longo de seis dias, Frank Borman, James Lovell e William Anders fizeram registos inéditos quer da Terra vista da Lua quer do solo lunar, do qual chegaram a estar a uma distância de apenas 111 quilómetros. Depois do já referido número de 29 de novembro de 1968, a conquista espacial tinha sido novamente capa duas semanas antes, a 3 de janeiro de 1969, com uma reportagem sobre o regresso bem-sucedido dos astronautas da Apolo 8 à Terra no dia 27 de dezembro de 1968. A proximidade entre as revistas de 3 e 17 de janeiro é provavelmente a explicação para as fotografias recolhidas durante a viagem circunlunar da Apolo 8 terem sido apenas chamada secundária. Neste período, o tema “espaço” torna-se recorrente nas capas da *Vida Mundial*, acompanhando a atualidade.



Figuras 77 e 78

A conquista espacial faz capa no final de 1968 (a 29 de novembro, com uma capa do tipo poster), e no início de 1969 (3 de janeiro).

Fonte: Reproduções dos originais.

Um mês mais tarde, a 14 de fevereiro, a *Vida Mundial* constrói uma capa que parece antecipar as infografias, titulando em maiúsculas brancas “O computador ao alcance de todos”. Uma capa que se traduz na secção “Estudo da Semana”, com um dossier de dez páginas (31-40), assinado por Jorge Branco, sobre a importância dos computadores e as relações homem-máquina.

Três meses mais tarde, a 16 de maio de 1969, a *Vida Mundial* n.º 1562 assinala os 30 anos de existência do título, os dois últimos em formato de newsmagazine, dedicando duas páginas (4 e 5) ao tema. No texto, não assinado, titulado precisamente como “30 anos de existência”, afirma-se que a nova vida da revista em formato newsmagazine “tem conhecido um êxito sem precedentes em publicações similares do nosso País”. E o êxito justifica-se pela promessa cumprida, dizem, de não “cristalizar”, traduzida nas “melhorias que conseguimos introduzir na «Vida Mundial»” que “são de tal monta que estamos convencidos de que não há para elas paralelo na Imprensa portuguesa deste século”. De seguida são enumeradas (1969, p. 5) as inovações e mais valias introduzidas nos dois primeiros anos da revista:

- “Aspecto e fatura material” (presume-se que este primeiro ponto diga respeito às inovações gráficas);
- Colaboração variada e completa;
- Rigor na fidelidade à ética jornalística;
- Criação de uma rede de correspondentes que enriquecem os conteúdos publicados;
- Melhoria da redação, composta por jornalistas profissionais e especialistas.

De acordo com o texto de balanço, “as sempre crescentes importância e expansão de «Vida Mundial» foram para além das previsões mais optimistas” e, para além “de um incessante aumento de tiragem”, a revista destaca “uma irradiação cada vez maior da população, cujo interesse resulta da diversidade dos assuntos versados nas suas páginas”, sublinhando o “crédito junto de todas as camadas da população, sobretudo junto dos jovens”. Este interesse dos mais novos parece ter especial importância para a *Vida Mundial*, provavelmente por ser um público novo, habitualmente afastado de publicações informativas, tal como tinha acontecido durante os tempos de semanário da *Vida Mundial*. A aproximação destes leitores após a transformação em newsmagazine tinha sido logo destacada a 29 de dezembro de 1967, aquando do balanço dos primeiros meses do novo formato como newsmagazine, e volta agora a ser reafirmada.

A 23 de maio de 1969 surge a primeira capa que se aproxima da classificação de tipográfica, uma vez que o conjunto textual, maioritariamente vermelho, ocupa espaço superior ao da imagem a preto e branco¹⁷. A *Vida Mundial* faz capa com o II Congresso Republicano, organizado em Aveiro a 15, 16 e 17 de maio, e usa uma fotografia em grande plano do perfil de Mário Sacramento, opositor convicto de Salazar, que foi o secretário-geral do primeiro congresso, em 1957, e o mentor do segundo, ao qual já não assistiu, por ter morrido aos 48 anos de derrame cerebral, a 27 de março de 1969. No interior, sete páginas de reportagem, não assinada, inserida na secção Nacional (8-14).

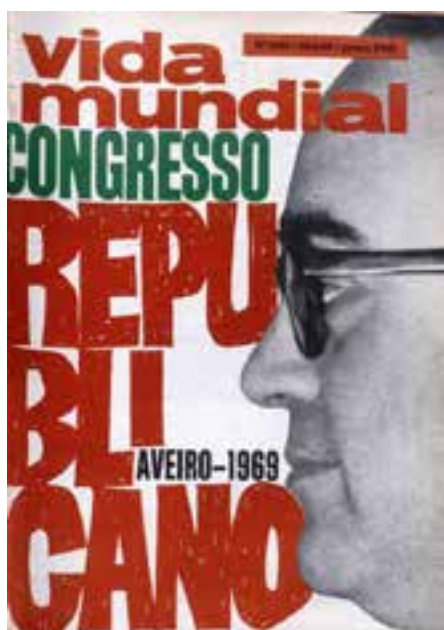


Figura 79

A 23 de maio de 1968 surge a primeira capa em que o texto se impõe à imagem e a temática parece ter passado despercebida à censura.

Fonte: Reprodução do original.

¹⁷ A mistura do verde no logótipo com as letras vermelhas, a fotografia a preto e branco, a construção do título e o tema de capa, convidam a uma análise tanto histórica como semiótica que não cabe aqui, mas fica referenciada para o caso de despertar a curiosidade de algum investigador interessado. Também seria profícuo investigar a forma como a *Vida Mundial* conseguiu que uma capa destas passasse nas malhas da censura.

Sem razão aparente ou explicações aos leitores, a 3 de outubro de 1969, a ficha técnica da *Vida Mundial* passa a resumir-se ao nome do diretor e aos dados da empresa proprietária, morada, data de publicação e preços, ou seja, volta a assemelhar-se à existente no antepassado semanário, encerrando uma prática com mais de dois anos, iniciada com a transformação em newsmagazine, em 5 de maio de 1967. Este facto fez-nos recuar à revista imediatamente anterior, n.º 1580, de 26 de setembro, para analisar a última ficha técnica e o tema de capa. A um mês das eleições legislativas de 26 de outubro, as primeiras realizadas após a saída de António de Oliveira Salazar da Presidência do Conselho, que decorreram num clima de aparente abertura política, enquadradas na designada Primavera Marcelista, a *Vida Mundial* chama o tema a capa. A imagem de fundo divide-se em verde e vermelho, as cores da bandeira portuguesa, na qual se vislumbram imagens de pessoas, tendo em baixo o que parece ser uma estrada. Em cima deste fundo, uma mão segura um retângulo branco que simboliza o boletim de voto. A revista elabora um caderno extra, com capa e numeração própria, de 16 páginas, com vários artigos — todos não assinados — em que aborda as eleições dos mais variados prismas.

Na página 2 da revista, este trabalho é apresentado em dois curtos parágrafos inseridos no canto superior direito, por cima da ficha técnica e ao lado do sumário. O primeiro descreve os conteúdos do dossier, o segundo explica a razão de ser do trabalho: “«Vida Mundial» procura deste modo, dentro das suas possibilidades — e, ainda, com a objectividade e isenção que lhe são peculiares — manter os seus milhares e milhares de leitores ao corrente de tão importante problema da vida portuguesa”. Na capa do caderno especial, que titula a maiúsculas vermelhas “Eleições 1969”, a *Vida Mundial* enumera os 14 temas que são abordados:

- O governo e a oposição em vésperas de eleições;
- Leiria — a oposição reuniu-se;
- Cisão dos oposicionistas;
- O que é a «unidade»;
- As profissões dos candidatos;
- O equívoco da liberalização;
- Marcello Caetano — Um ano de actividade;
- Evolução do número de eleitores desde 1938;
- Regresso de Rolão Preto;
- Cinco de Outubro;
- Inquéritos da oposição e da U.N.;
- Calendário eleitoral;
- Novas listas de candidatos;
- A morte do presidente da Assembleia Nacional.

Regressando à página 2, no que diz respeito à ficha técnica, a riqueza é digna de qualquer newsmagazine moderna. Começa com o “director e editor”, Francisco Eugénio Martins, e continua com o “corpo redactorial” encimado por Carlos Ferrão, seguindo-se mais onze jornalistas, entre os quais António Valdemar, Afonso Cautela, Diana Andringa e José João Louro. De seguida, surge o “corpo de colaboradores” com mais onze nomes, seguindo-se “outros colaboradores”, cada um dos nomes com o tema da sua responsabilidade associado entre parêntesis — tão variados como “estatística”, “direito”, “xadrez” ou “sociologia”. Assinala-se, depois, uma “colaboração especial neste número”, referenciada como “AÇORES por Luís Rosa Duarte”. Surgem de seguida “tradutores”, nove ao todo, seguidos dos “«Cartoonistas» portugueses”, com sete nomes, e doze “correspondentes”, sendo sete internacionais, em locais tão díspares como Paris e São Paulo, e cinco nacionais, nas cidades de Lourenço Marques, Leiria, Viseu (dois) e Coimbra.

O último espaço que também desaparece da ficha técnica é verdadeiramente impressionante. Corresponde aos “Serviços exclusivos em Portugal combinados com:” e a seguir surgem dez das publicações internacionais mais relevantes, entre as quais se encontram duas newsmagazines, a *Newsweek* e a *Der Spiegel*, referindo ainda o noticiário fotográfico fornecido pela Associated Press. É difícil não relacionar o desaparecimento da ficha técnica a 3 de outubro com o tema de capa sobre as eleições de 1969 de 26 de setembro. Diana Andringa, num contacto telefónico informal, refere ter havido uma demissão coletiva de redatores e colaboradores na *Vida Mundial* por essa altura, o que explicaria o desaparecimento repentino da ficha técnica.

A *Vida Mundial* assinala os 31 anos do título, o terceiro da era newsmagazine, na edição n.º 1614, de 15 de maio de 1970, com uma pequena caixa de texto, não assinado, colocada no canto superior esquerdo da página 2, acima da ficha técnica e ao lado do sumário. Intitulado “«Vida Mundial» completou 31 anos”, o título lembra a decisão de transformar o semanário em revista como fruto do “desejo de aperfeiçoamento constante e de fornecer ao público informação pormenorizada dos principais acontecimentos de interesse nacional e internacional”. Garante que a “mudança suscitou o maior agrado” entre os “milhares de leitores” que têm “aumentado consideravelmente, também devido ao facto de mantermos uma posição de permanente imparcialidade e independência”.

Um mês mais tarde, a 19 de junho de 1970, Francisco Eugénio Martins escreve na página 3 um texto não assinado, intitulado «Do Director aos leitores da “vida mundial”». Neste, anuncia a saída do cargo que ocupava desde 11 de março de 1966 e faz um balanço na primeira pessoa da transformação do jornal semanário *Vida Mundial* em newsmagazine. “Foram duros e difíceis os primeiros tempos de arranque da «Vida Mundial» na sua nova apresentação”, afirma. E, sem especificar, diz “houve muita coisa contra a sua saída, foi necessário muito trabalho, muito esforço para vencer as dificuldades e os problemas que surgiram a cada passo”, valeu “o entusiasmo duma equipa nova e dinâmica”. Diz o diretor que, até o projeto

se ter tornado real, havia quem considerasse “quase impossível uma revista séria, à base de leitura, com um mínimo de fotos, ter grande tiragem”, mas “o milagre deu-se, pois, apesar de o preço passar de 1\$50¹⁸ para 5\$00, a tiragem não deixou de crescer até atingir um máximo de cerca de 45 000 exemplares, o que é sensacional no nosso meio” (Martins, 1970, p. 3). Alegando razões pessoais que o impedem de ter o tempo necessário para dirigir a revista, abandona a direção “com a consciência descansada do dever cumprido”, embora reconheça “desgosto” por se afastar do projeto. A razão de ser da paz de espírito na hora da saída justifica-se também pela confiança no substituto, “sr. Carlos Ferrão, tão conhecido dos leitores que a sua apresentação é perfeitamente inútil”.

A 26 de junho de 1970, Carlos Ferrão assina, na página 3, com a designação de Editorial, o espaço que ocupava semanalmente com o “Comentário da Semana”. Na primeira frase, afirma: “esta revista tem especiais responsabilidades de informação e formação”. E explica que a *Vida Mundial* “é lida e consultada por milhares de pessoas que nela confiam”, existindo entre a revista e os leitores “um desvanecedor clima de confiança recíproca”. As frases seguintes apresentam o novo diretor. Os destinos da revista ficam nas mãos de um “jornalista profissional, que se conservou inalteravelmente fiel às ideias com que se formou o seu espírito e se afervorou o seu civismo”. Lembra que é “colaborador da «Vida Mundial» desde o início da sua publicação” e que “essa colaboração acentuou-se ao longo do tempo, conferindo-lhe o lisonjeiro título que justificou a sua escolha”. Voltando ao trabalho na revista, Carlos Ferrão alerta que quem faz a *Vida Mundial* e quem a lê “precisam de ter a noção das realidades que os cercam, os primeiros para excluírem da sua tarefa as fantasias irrealizáveis, os últimos para moderarem a severidade das suas críticas”. E clarifica: “a vida da nossa Imprensa não é cómoda, especialmente a daquele sector a que pertencemos, nem isenta de embaraços”. Aparentemente, sem o referenciar explicitamente, subjaz a este discurso a denúncia dos constrangimentos à liberdade de expressão e, ao mesmo tempo, uma afirmação de inevitabilidade que deve obrigar a algum conformismo com o contexto político. Carlos Ferrão diz que “nem sempre conseguimos o que pretendemos, não por culpa ou carência próprias, mas em virtude de condicionalismos a que ninguém pode furtar-se”. No último parágrafo o discurso muda e reafirmam-se os princípios editoriais da revista. A *Vida Mundial*, afirma Carlos Ferrão, “tem a missão de esclarecer ideias, divulgar princípios e interpretar factos, norteadas pelos ditames relevantes da verdade e da justiça”. O objetivo é “dar uma contribuição válida para melhorar a sociedade a que pertencemos” (Ferrão, 1970, p. 3).

Um ano mais tarde, a 14 de maio de 1971, o n.º 1666 assinala os 32 anos de publicação,

18 Não sendo possível usar o símbolo do escudo, por inexistência no processador de texto, recorre-se ao símbolo do dólar, muito próximo graficamente, uma vez que a redação não numérica dos preços nem sempre permite a mesma clareza de leitura.

com um texto não assinado, a uma coluna, na página 2, à direita do sumário, em tudo semelhante ao publicado em 1970. Cerca de três meses mais cedo, a 19 de fevereiro, tinha sido lançada a segunda newsmagazine portuguesa, a *Observador*. Mas não há qualquer sinal de inquietação em relação à concorrente — nem aqui, nem ao longo da existência do título, que finda três anos depois, a 22 de fevereiro de 1974.

A 12 de maio de 1972, a newsmagazine inclui novamente uma coluna à direita do sumário, na página 2, não assinada e titula apenas “Vida Mundial”, mas vai um pouco mais longe no balanço dos 33 anos da publicação, cinco dos quais como revista semanal de informação geral. Sobre a fase mais recente, afirma que “a transformação de “Vida Mundial” em revista de excelente aspecto gráfico e mais largas possibilidades para corresponder ao interesse dos seus leitores foi, na sua caminhada, um passo relevante cuja importância se confirmou em cada um dos cinco anos decorridos”. A revista sintetiza o que tem oferecido aos leitores, sempre com “objectividade e imparcialidade”: “relatos de acontecimentos e factos, comentários que os completam e esclarecem, secções especializadas sobre os mais diversos assuntos”.

Após o balanço de cinco anos de *Vida Mundial*, Carlos Ferrão permanece menos de quatro meses à frente dos destinos da revista, fechando um ciclo como diretor “oficial” (já que desempenhava essa função de forma executiva desde 1967) que pouco ultrapassou os dois anos. A 1 de setembro de 1972 é a última vez que o seu nome surge na ficha técnica como “director e editor”. Tinha 74 anos. Na página 1 da edição, um curto texto, de pouco mais de três linhas dava conta do facto. Entre dois filetes azuis, encimado pelo título “Vida Mundial”, lê-se: “A seu pedido, deixa de exercer as funções de director da “Vida Mundial” o nosso camarada Carlos Ferrão”. E, num segundo parágrafo, acrescenta-se “O seu nome aparece, hoje, pela última vez, nesta revista”. Não há mais explicações. Na semana anterior, o texto “Comentário da Semana”¹⁹, assinado na página 2 pelo diretor, nada indiciava sobre a saída de Carlos Ferrão. O espaço desaparece na semana em que é comunicada a saída do diretor, a 1 de setembro.

Na semana seguinte, a 8 de setembro de 1972, inserido exatamente na mesma página (1), com a mesma estrutura e apresentação gráfica, surge novo comunicado, num único parágrafo de quatro linhas: “O Conselho de Administração da Sociedade Nacional de Tipografia, proprietária da “VIDA MUNDIAL”, nomeou para dirigir interinamente esta publicação o sr. dr. Guilherme Pereira da Rosa”. A diferença de designação — “camarada” e “sr. dr.” — permite perceber de imediato que quem passa a dirigir os destinos da revista não é um jornalista. Guilherme Pereira da Rosa, filho do homem que fez capa da primeira *Vida Mundial* em versão newsmagazine, era o administrador da Sociedade Nacional de Tipografia, desde a morte do pai, em 1963. Com esta nomeação, passa a ocupar o lugar que o irmão, Carlos Pereira da Rosa, ocupara de 1950 a 1966, mas no então jornal semanário *Vida Mundial*.

19 Designação a que o espaço de características editoriais retomara.

Com o novo diretor mantém-se a ausência de ficha técnica e desaparece o espaço “Comentário da Semana”. A revista abre com o sumário, encimado pela curta ficha técnica (página 1) e as peças jornalísticas começam logo na página 2. O espaço de opinião regressará a 13 de outubro, para começar a ser assinado rotativamente por A. Ferreira Marques, Afonso Praça, Fernando Antunes, Fernando Dil, Pedro Rafael dos Santos, entre outros. A direção de Guilherme Pereira da Rosa não chega aos dois meses. A 3 de novembro de 1972, novo comunicado, publicado na p. 2 do n.º 1743, acompanhado de uma fotografia de Pereira da Rosa, anuncia a saída do diretor, não só da revista, mas como de “todas as funções que desempenhava na Sociedade Nacional de Tipografia”²⁰. Acrescenta o curto texto que “interinamente, fica a desempenhar as funções de director da “Vida Mundial” o jornalista Manuel Figueira”. O jornalista, que apoiava e favorecia o regime marcelista (Baptista, 2012, p. 301), acumula o cargo com o de diretor do jornal *O Século*, também pertença da Sociedade Nacional de Tipografia.

Apesar de o espaço “Comentário da Semana” ter regressado ainda com Pereira da Rosa, este mantém-se sob responsabilidade rotativa de vários nomes. Manuel Figueira não assina espaços de opinião, seja o editorial ou outros. Apesar disso, um curto conjunto de linhas não assinado, na p. 1, à direita do sumário, começa por ser uma apresentação sintética dos principais assuntos tratados na revista, para aos poucos começar a ganhar tom de editorial, transformação acompanhada de um alongamento do texto. A partir de 9 de fevereiro de 1973, o espaço ocupado era três vezes maior do que o inicial e o facto de não ser assinado, associado ao local em que é publicado, sugere a autoria do diretor interino Manuel Figueira, embora não tenha sido possível confirmar este dado.

No n.º 1770, de 11 de maio de 1973, a newsmagazine completa seis anos, 34 de existência do título. Numa larga coluna que ocupa a metade direita da página 1, ao lado do sumário, o texto de análise do aniversário “Vida Mundial”, não assinado, recorda o jornalista fundador da publicação, José Cândido Godinho, que mesmo após a venda do título à Sociedade Nacional de Tipografia, se manteve à frente dos destinos da revista até à sua morte. Faz, para além disso, autoelogios semelhantes aos dos anos anteriores, acrescentando, como compromisso de qualidade, a “intenção de não repetirmos hoje os erros de ontem e no desejo de fazermos amanhã melhor do que hoje”.

Ao longo da sua existência, a *Vida Mundial* teve sempre um mínimo de 68 páginas (contabilizando capa e contracapa), à exceção de um período de seis meses, que mediou entre 4 de janeiro e 28 junho de 1974, em que baixou para 52 páginas (48 numeradas). A razão é

20 O Arquivo Nacional da Torre de Tombo tem disponível online uma ficha que sintetiza o fundo identificado como “Empresa Pública Jornal O Século”. Nessa ficha, refere que em setembro de 1972, Guilherme Pereira da Rosa aceitou uma proposta do grupo económico de Jorge Brito, proprietário do Banco Intercontinental Português, e vendeu a sua posição na Sociedade Nacional de Tipografia. A saída anunciada na *Vida Mundial* deve coincidir com a finalização do negócio.

anunciada no n.º 1804, que corresponde à primeira revista reduzida. Lê-se na página 1, dentro de um quadrado desenhado a azul: “À semelhança do que já está a passar-se com órgãos da Informação estrangeiros, também “Vida Mundial” se vê obrigada a reduzir o seu número de páginas”, devido à “crise mundial que afecta a disponibilidade de papel de Imprensa”. A publicação apela à compreensão dos leitores (o preço da revista mantém-se o mesmo) e promete todos os esforços para manter uma “informação condensada e objectiva”.

A impossibilidade de cobrir a novidade por parte das newsmagazines torna-se emblemática no caso da *Vida Mundial* com o eclodir da Revolução do 25 de Abril. Com data de fecho de pelo menos dois a três dias de antecedência em relação à data de capa, a revista publicada a 26 de abril de 1974, dois dias após a queda do Antigo Regime, não faz qualquer referência à revolução, numa altura em que todos os jornais diários, rádio e televisão já a tinham noticiado. É preciso esperar mais uma semana, até 3 de maio, para a mudança chegar à newsmagazine que faz capa com as manifestações do 1º de Maio, Dia do Trabalhador.

Com o regime democrático, inicia-se um período de instabilidade na *Vida Mundial*, transversal a todos os meios de comunicação social da época. A revista é publicada a 3 e a 10 de maio de 1974. Faz um intervalo de duas semanas e regressa a 24 de maio, já sob nova direção. Agora, é o escritor e jornalista Augusto Abelaira que assume os destinos da newsmagazine. A *Vida Mundial* anuncia-o num curto texto, sem assinatura, na página 1, tendo o sumário à esquerda, redigido num tom editorial de reapresentação da publicação. Além da indicação do novo diretor, o texto, intitulado «Augusto Abelaira director da “Vida Mundial”», elogia o anterior diretor interino, que ocupara o cargo durante ano e meio: “não seria justo esquecer quem nos acompanhou em momentos por vezes bem difíceis: Manuel Figueira (...) um camarada e amigo”, a quem se fica a dever “a possibilidade de continuar a trilhar uma linha de independência que nos dispensa de viragens súbitas, facilmente confundíveis com oportunismos de ocasião”. No texto afirma-se que “numa fase de Imprensa livre”, a *Vida Mundial* é chamada a “uma missão de inequívoca responsabilidade, norteadas por uma noção de independência”, que representa uma continuidade do trabalho desenvolvido pelo título que uns dias antes (13 de maio) completara 35 anos de existência. Da censura, “procurámos nunca ser cúmplices, só não transmitindo aquilo que a ‘inteligência’ da eufemisticamente chamada Comissão de Exame Prévio nos impedia” (1974, p. 1).

A nova direção promete, assim, dinamização, responsabilidade e independência aos seus leitores. Numa caixa em rodapé, que ocupa cerca de um terço da página e é assinado pelas iniciais M.S.P., o texto “Os acontecimentos na S. N. T” explica a razão da interrupção da publicação semanal da revista, motivada pelas negociações entre trabalhadores e administração da Sociedade Nacional de Tipografia, tendo em vista melhores condições de trabalho. Como seria fácil de prever, os temas abordados na revista e sintetizados no sumário passam a ser maioritariamente nacionais, reduzindo-se a secção Internacional a oito das 48 páginas.

Um mês mais tarde, a 28 de junho de 1974, a *Vida Mundial* anuncia no editorial intitulado “A obrigação de renovar” a suspensão por três meses do título, para o “reestruturar, dinamizar, fazer de novo”, de forma a adaptá-lo aos desafios da nova realidade democrática do país. Aos leitores, a revista promete regressar em outubro “com um semanário idêntico nos propósitos, mas a praticar uma *Informação* de hoje para um País que, cremos, todos pretendemos diferente” (1974, p. 1). Este tom otimista contrasta com um texto mais extenso, assinado por Augusto Abelaira, nas páginas 2 e 3, e intitulado «Este número será visado pela Comissão “Ad Hoc”». Quase num tom de crónica, o diretor expressa a sua preocupação com a criação, por decreto-lei²¹, assinado a 20 de junho, da Comissão «Ad Hoc» para a Comunicação Social²². Considera Abelaira que o decreto-lei foi redigido “em linguagem extremamente vaga, susceptível de múltiplas interpretações”, o que o torna uma “ameaça terrível que pesa sobre todos nós”. Para o jornalista, o trabalho desta comissão funcionará como uma censura *a posteriori*, com consequências que se traduziam em multas até 500 contos e à suspensão imediata da publicação. Esta situação é analisada como “muito grave” e Augusto Abelaira dirige-se diretamente aos leitores, dizendo-lhe que “a partir deste momento entramos em terreno movediço, provavelmente mais resvaladiço, mais desconfortável do que aquele que pisávamos quando havia a censura prévia de Salazar e de Marcelo Caetano” (Abelaira, 1974a, pp. 2,3).

Apesar das contingências, a promessa cumpre-se e a *Vida Mundial* regressa a 3 de outubro de 1974, alterando pela primeira e única vez o dia da semana em que sai para as bancas — de sexta antecipa-se para quinta-feira, sem dar justificação aos leitores. Regressam também as 68 páginas habituais, reduzidas durante a crise mundial do papel, o design é renovado e o preço de capa duplica, de 5 para 10 escudos.

21 Decreto-Lei n.º 281/74, de 25 de junho.

22 Que vigorou até 10 de outubro de 1975, data em que uma Resolução do Conselho da Revolução a extingue, decisão publicada a 29 de outubro de 1975 no então “Diário do Governo”, designação que antecede a de “Diário da República”.



Figuras 80 e 81

À esquerda, a capa de 28 de junho de 1974, antes da suspensão de três meses, e à direita, a de 3 de outubro de 1974, já com o novo projeto gráfico.

Fonte: Reproduções dos originais.

O logótipo mantém-se a duas linhas e alinhado à esquerda, a preto, mas reduz as dimensões, dando mais espaço à imagem. O filete em U invertido passa a moldura a três cores — de dentro para fora surge um filete branco, seguido de um preto (que cairia alguns números mais tarde, dando lugar a um único, que variava de cor), ambos com dois milímetros, passando para a moldura final, colorida, com um centímetro de largura, que varia de cor ao longo das semanas. No rescaldo do golpe falhado de 25 de setembro, que pretendia um regresso a um regime não democrático, é esse o tema de capa, com uma fotografia de reportagem onde se veem soldados e cidadãos, com o título abaixo, a três linhas: “Vigilância/Popular:/ A reacção não passa”. A capa inclui ainda uma chamada secundária que remete para uma entrevista ao general Costa Gomes.

A estrutura da revista altera-se e passa a abrir com o suplemento “Tempo Livre”, seis páginas em papel amarelo dedicadas a uma agenda cultural, que inclui cinema, teatro, televisão, artes plásticas e livros — uma opção estrutural pouco comum numa newsmagazine. Nas páginas 8 e 9, a revista tradicional tem início. Na página par, o poeta e escritor José Gomes Ferreira passa a assinar o espaço de crónica “O passado e o presente”, enquanto a página 9 se divide pelo sumário, que passa a chamar-se “Página por Página” e, acima, em jeito de editorial, um texto assinado por Augusto Abelaira intitulado “Aos Leitores”. Neste, o diretor

diz: “embora a “nova” “Vida Mundial” ainda não corresponda ao que desejaríamos apresentar aos nossos leitores, verificaram-se alterações que esperamos sejam do vosso agrado, no sentido de uma cobertura mais ampla dos acontecimentos”. No que diz respeito a princípios, Abelaira garante que a *Vida Mundial* continuará a ser isenta, qualidade que “os nossos leitores sempre apreciaram devidamente” e apostada “numa linha de objectividade, de crítica e de análise”. O diretor apela à colaboração dos leitores, na deteção de erros e propostas de assuntos a cobrir, anunciando um espaço de publicação das opiniões e ideias que chegarem à redação (Abelaira, 1974b, p. 9).

A reestruturação da revista é notória quando se olha para o sumário, apelidado de “Página por Página” — não é só o design que muda, nota-se uma preocupação em criar nomes de secções mais atrativos. Para além da indicação dos espaços “Tempo Livre” e “O Passado e o Presente”, já referenciados, surgem as secções “Vida Nacional”; “Vida Internacional”; “Esta semana convidámos”; “Em Foco”; “Vocabulário Crítico”, “Entrevista”, “Vida Económica”, “Panorama”, “Volta ao mundo em sete dias”, “Pontos de interrogação”; “Recortes”; “Para um «Dossier»...” (seguido do tema em questão — no primeiro número foi Religião, no segundo Brasil²³); e “Palavras Cruzadas”. Na semana seguinte, inauguram-se as secções “Estudo” e “Depoimento”.

Outra novidade desta nova fase da *Vida Mundial* é a ficha técnica da revista, que passa a estar inserida na última página, regressando precisamente no dia em que se assinalavam cinco anos sobre o seu desaparecimento, a 3 de outubro de 1969. Para além do diretor, a ficha técnica inclui um chefe de redação, Pedro Rafael dos Santos, e um subchefe de redação, António Ferreira Marques, clarificando pela primeira vez a estrutura que sempre funcionou informalmente. A redação inclui sete jornalistas, todos do sexo masculino (como em 1967), entre os quais Adelino Cardoso, Afonso Praça e Miguel Serras Pereira. O título conta ainda com dez colaboradores permanentes e duas pessoas na direção gráfica da revista.

O espaço de editorial assinado por Augusto Abelaira desaparece logo na semana seguinte e a página 9 passa a ser totalmente ocupada pelo sumário, dividido num espaço de destaques, na metade superior, encimado pelo título “Neste número pode ler...” e uma metade inferior com um índice mais detalhado, que já surgia na nova “primeira” revista, o “Página por Página”. O diretor volta novamente a assinar um texto de editorial, na mesma página, no n.º 1852, de 12 de março de 1975, para comentar e repudiar a tentativa de Golpe Militar de 11 de março. O espaço desaparece, uma vez mais, na semana seguinte. Reaparece menos de um mês mais tarde, a 3 de abril de 1975, remetendo novamente o sumário para a metade inferior da página 9, e torna-se regular, assinado ou pelo diretor ou pelo chefe de redação, que passara

23 Retomando uma designação usada no primeiro número como newsmagazine, de 5 de maio de 1967, que incluía a indicação no sumário de uma peça identificada como “Para um «dossier» Kennedy”.

a ser Alexandre Manuel, tendo desaparecido o cargo de subchefe de redação. Nove jornalistas integram agora a redação, entre os quais duas mulheres: Maria Antónia Palla e Maria Júlia Fernandes. Quase sete meses mais tarde, a 30 de outubro de 1975, Augusto Abelaira assina o último editorial, intitulado “Paciência”. No texto, comenta as dificuldades do VI Governo constitucional em dirigir o país e alcançar consensos (Abelaira, 1975, p. 9). Nada indicia que este seja um número diferente dos outros, mas a publicação da revista é interrompida.

A *Vida Mundial* só regressa seis meses mais tarde, a 6 de maio de 1976, nove anos após a transformação em newsmagazine, com a escritora Natália Correia na direção. Nesta nova fase, que será também a derradeira, a revista apresenta-se com novos conteúdos e novo design. Na capa, a grande alteração está nas dimensões do título, que volta a crescer, passando a ocupar um quarto do espaço disponível, e a variar a cor, sempre com as letras delineadas a branco. O espaço da imagem reduz-se, surge enquadrada por um filete branco, variando a cor de fundo e a cor da moldura de número para número. A dimensão do enquadramento da imagem também passa a variar e as chamadas de capa secundárias tanto surgem sobre a imagem, como arrumadas em rodapé. Assiste-se nas semanas seguintes a um abandono da fotografia, passando a ilustração e o cartoon a dominarem como imagem principal a capa da *Vida Mundial*, fruto do momento político controverso vivido e, provavelmente, influência da forte aposta na ilustração e na sátira por parte da revista semanal de informação geral *Opção*, que acabara de ser lançada (Cf. 4.2.1).

Cruzando a ficha técnica com a da direção anterior, verifica-se que ninguém acompanha esta nova fase da *Vida Mundial*. Natália Correia tem Paulo Figueira como chefe de redação, Carlos Plantier como subchefe de redação e oito redatores, entre os quais Afonso Manta, Feliciano Ferreira, João de Almeida e Tomás Ribas. Da equipa fazem também parte cinco colaboradores, dois dedicados às Artes Plásticas, um à Economia, outro à secção Livros, e o último surge como correspondente em Paris. O preço sobe 50%, de 10 para 15 escudos. Mantêm-se as 68 páginas, mas desaparece a secção inicial “Tempo Livre”, passando a revista a abrir de uma forma enquadrada no que é habitual numa newsmagazine, com a ficha técnica numa coluna à esquerda, acompanhada à direita pelo editorial, que inclui uma fotografia e a identificação de Natália Correia.

A diretora afirma na primeira frase do editorial: “Vida Mundial ressurgue com a intenção declarada de ser uma revista de opinião”. Um caminho que, para além das razões políticas, históricas e sociais da época, pode ser interpretado como estratégico, uma vez que duas semanas antes, a 22 de abril de 1976, Artur Portela prometia no n.º 0 da *Opção*, um “jornalismo renovador, analítico e claro” (Portela Filho, 1976, p. 15) numa nova newsmagazine que se assumia como semanário político (Cf. 4.2.1). Pela segunda vez na sua existência, e finda a *Observador*, *Vida Mundial* dividia o setor das revistas semanais de informação geral como uma concorrente.

Natália Correia situa a publicação “num quadrante democrático” e explica que, nesse contexto, afirmar-se como uma revista de opinião significa “assumir a defesa dos princípios consagrados nessa escolha”. Uma das missões da nova *Vida Mundial* é “a análise da situação do país” e a denúncia dos ataques às raízes da cultura portuguesa. A diretora promete fazer jus ao título da newsmagazine, registando semana após semana “o ritmo dos acontecimentos internacionais”. A poetisa considera que *Vida Mundial* “é o título certo para uma publicação que, estando atenta ao que se passa lá fora, vela pelos interesses nacionais”. A última frase do editorial salvaguarda a componente noticiosa à qual uma newsmagazine não pode fugir e afirma a revista como “uma publicação solidária com a grande opção democrática dos portugueses que promete honradamente informar” (Correia, 1976, p. 1).

Na página 2 surge o sumário, que revela a nova estrutura da *Vida Mundial*. Divide-se por uma coluna à direita indicando as secções e as peças, deixando o lado esquerdo ao destaque de dois dos temas, ilustrados com fotografias. A revista abre com a secção “Vida Nacional”, com sete páginas. Segue-se um espaço de entrevista, que passa a surgir ou nesta posição ou fixando-se como secção de abertura, consoante a importância dos entrevistados. Por razões conjeturas, autonomiza-se uma secção “Eleições”, com 13 páginas dedicadas às legislativas de 1976. Das páginas 25 à 40, a *Vida Mundial* inaugura a “Separata”, um caderno especial destacável, de páginas azuis, coordenado por Tomás Ribas, que traz memórias do “Estudo da Semana”. O objetivo da Separata, indica a revista no sumário, é tratar semanalmente “grandes temas da história e da cultura portuguesas”, recorrendo a antologias de textos e gravuras. Após o destacável, surge a secção “Vida Artística”, sete páginas sobre teatro, cinema e televisão, seguida da “Livros”, com três páginas. “Ciência e Técnica” ocupa uma breve coluna, mas autonomiza-se como secção no sumário. Neste primeiro número da *Vida Mundial* dirigida por Natália Correia, o sumário inclui ainda uma secção designada por “Economia”, que corresponde a uma única página de banda desenhada satírica, assinada por Jacques Faisant, três páginas de “Vida Internacional” e, a fechar, uma secção “Sondagem” que se desdobra em sete páginas, um trabalho exclusivo da revista.

A nova *Vida Mundial* tem uma originalidade que a diferencia das outras newsmagazines portuguesas analisadas e a aproxima do universo dos jornais. Ao longo da publicação, determinadas peças não terminam, surgindo uma indicação que remete o final para as últimas páginas da revista, onde se aglomeram retalhos de peças das mais variadas secções, uma estrutura que vai desaparecendo ao longo das semanas seguintes. Outra mutação regista-se logo no segundo número dirigido por Natália Correia — as secções Vida Nacional e Vida Internacional passam a designar-se “Nacional” e “Internacional”, respetivamente.

A escritora permanece quase dez meses à frente dos destinos da *Vida Mundial*, vivendo uma fase em que vários títulos de imprensa são nacionalizados. A revista passa a ser propriedade, em julho de 1976, da Empresa Pública dos Jornais “Século” e “Popular”, que nasce da fusão da Sociedade Nacional de Tipografia com a Sociedade Nacional de Imprensa, por

imposição estatal. A 20 de janeiro de 1977, Natália Correia assina o último editorial, intitulado “Uma despedida que não um adeus”, que ocupa a totalidade da página 1. Classifica a sua passagem pela direção da revista como “uma experiência inesquecível”, destaca a relação de companheirismo entre a equipa da *Vida Mundial*, assim como as contribuições e os estímulos dos leitores que reforçaram a “convicção de nos acharmos no caminho que à Imprensa cabe trilhar num país onde se ergue a democracia”.

Mas nem só alegrias trouxe a direção da revista a Natália Correia. A escritora conta que “aqui aprendi que estar à frente de uma publicação independente neste passo confuso da nossa história, projecta-nos num mundo em que o joio, por inseparado do trigo, tem a força do descaramento, da calúnia e da imoralidade informativa que tudo fazem para devorar o cereal democrático”. A poetisa denuncia, assim, as pressões e os ataques ao carácter que sofreu enquanto dirigiu a newsmagazine. Confessa-se cansada e decidida a voltar a centrar-se na sua atividade literária. Sobre o futuro da revista, sente-se confiante — “ao afastar-me faço-o com a consciência de que a minha ausência em nada afectará a vida da “VM””. E explica porquê: “a orientação adoptada sob a minha direcção foi fruto do espírito da equipa de que saudosamente me aparto, o qual tudo me leva a crer que aqui permanece” (Correia, 1977, p. 1).

Tomás Ribas, que em 22 de julho de 1976 se tinha tornado chefe de redação²⁴ da *Vida Mundial*, adota a grafia original do seu primeiro nome (passa de Tomás a Tomaz), e acumula a direção interina, iniciando funções a 27 de janeiro de 1977. Assim, o nome Tomaz Ribas surge na ficha técnica como Director Interino e, logo abaixo, como chefe de redação. Toda a equipa da revista permanece. Num editorial escrito na primeira pessoa do plural, de título “A nossa carta de marear”, o também escritor elogia o trabalho de Natália Correia, de quem se reconhece amigo, e relembra os princípios editoriais da *Vida Mundial*. O título pretende continuar a ser “um independente, objectivo, imparcial e apartidário órgão de Imprensa” que prime por quatro princípios: “exigir a verdade de informação; respeitar democraticamente a livre vontade do povo português; respeitar intransigentemente a liberdade de opinião e pensamento; obstar tenazmente a todas as tentativas de força, coacção da liberdade, de supressão da Democracia” (Ribas, 1977a, p.1).

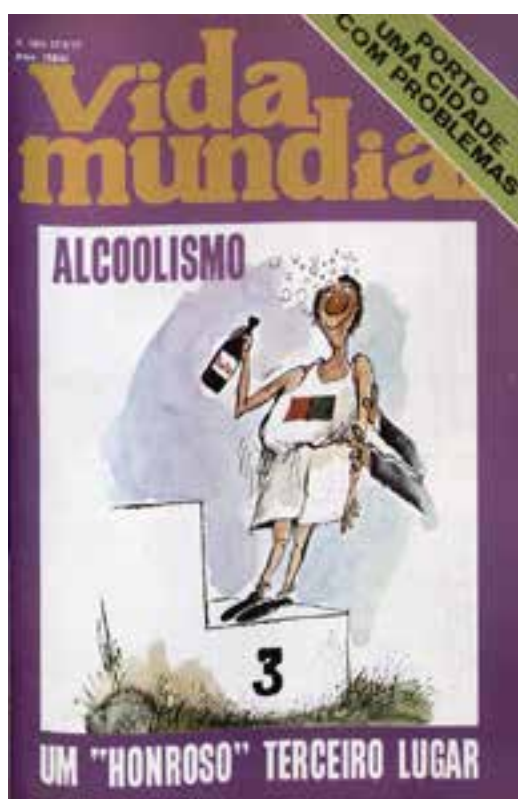
O primeiro editorial de Tomaz Ribas denuncia o momento difícil vivido pela publicação — estando nacionalizada, o futuro da newsmagazine dependia das decisões do governo. Apesar disso, o novo diretor reafirma a isenção da redação e a recusa de cedência a pressões de quaisquer tipos. A direção interina de Tomaz Ribas duraria apenas três semanas. A 10 de fevereiro de 1977, com uma tiragem de 16 mil exemplares, é publicado o último número

24 A saída do cargo de Paulo Figueira parece ter sido repentina e pode ter envolvido alguma polémica. O nome dele surge pela última vez como chefe de redação a 8 de julho de 1976. Na semana seguinte a ficha técnica não é publicada, surgindo o nome de Tomás Ribas a 22 de julho, data em que Natália Correia não publica o editorial. Carlos Plantier mantém-se subchefe de redação. É neste período que a *Vida Mundial* é nacionalizada.

da *Vida Mundial*. Por falta de viabilidade económica, o Conselho de Ministros suspende o título por 90 dias, tal como os restantes pertencentes à ex-Sociedade Nacional de Tipografia (jornal *O Século* e as revistas *O Século Ilustrado* e *Modas e Bordados*), para reestruturação. No último editorial, intitulado “Uma medida que tardava ou um fim que se adia?”, o chefe de redação e diretor interino, escreve acerca do anúncio de Manuel Alegre, secretário de Estado da Comunicação Social: “uma suspensão para reestruturação não é — não pode ser — um assassinato ou uma morte inevitável” (Ribas, 1977b, p. 2). Facto é que, seis meses mais tarde, em agosto de 1977, nova resolução do Conselho de Ministros determina a cessação definitiva das publicações, mantendo a empresa editora, que só é extinta a 29 de dezembro de 1979.

Cerca de dez anos após a transformação em newsmagazine e agora em liberdade de imprensa, a *Vida Mundial* que desaparece a 10 de fevereiro de 1977 é muito diferente da publicada a 5 de maio de 1967. No último número, a secção “Internacional” reduzia-se a nove páginas, enquanto o “Nacional” ocupava 20²⁵, com a particularidade de iniciar a revista (páginas 4 a 23) e de a fechar (páginas 60 a 66). Para além destas duas grandes secções, havia outras mais pequenas: “O Contradicionista” (banda desenhada); “Música”, “Cinema”; “TV”; “Livros”; “Mímica”; “Discos”; “Artes Plásticas” e “Bailado”. A tentativa de adaptação à nova realidade do país não foi, contudo, suficiente para resistir à turbulência política e económica que ditaram o seu fim. Na página seguinte, reproduzem-se algumas das capas da etapa final da *Vida Mundial*, incluindo a última.

25 Não se contabilizam as páginas de publicidade e crónica.



Figuras 82, 83, 84 e 85

Na última etapa de *Vida Mundial* o cartoon tornou-se um recurso comum na capa como são exemplos estes quatro números publicados entre 6 de janeiro e 10 de fevereiro de 1977 (o último número da primeira newsmagazine portuguesa).

Fontes: Reproduções dos originais.

3.2.2. *Observador*

No clima de esperança resultante da Primavera Marcelista nasce, a 19 de fevereiro de 1971, a *Observador*, uma newsmagazine de design moderno, semelhante ao trabalhado pelas congéneres americanas e europeias, dirigida pelo jornalista Artur Anselmo, à época com 30 anos. Uma revista com um título masculino, repetidamente utilizado ao longo da história da imprensa portuguesa: o catálogo da Biblioteca Nacional regista mais de duas dezenas desde o início do século XIX, em várias cidades do país²⁶. A *Observador* é a primeira newsmagazine portuguesa pensada e criada de raiz, uma vez que a *Vida Mundial*, conforme se verificou, resulta da transformação de um jornal semanário.

Propriedade da Verbo, grupo editorial lançado em 1958, a newsmagazine de 22X29 centímetros, tem 88 páginas, custa 7\$50 e distribui algumas fotografias a cores pelo interior maioritariamente a preto e branco. A capa é enquadrada por um filete semelhante a um U, encimado pelo logótipo que usa um lettering pouco formal sobre um fundo branco que se mantém constante, embora tanto o título da revista como o filete variem de cor ao longo das semanas. A capa aposta no tipo um tema, uma imagem, centrando todas as atenções numa única referência imagética e num único título, conjunto que ocupa a totalidade do espaço útil, ou seja, o retângulo abaixo do logótipo, enquadrado por um fino fundo branco, limitado pelo filete colorido em U final.

A *Observador* lança em 1970 três ensaios da publicação, semelhantes ao que é habitual designar como “números zero” e um quarto a 29 de janeiro de 1971. Todos mencionam o preço de 7\$50, uma situação pouco habitual neste tipo de revistas, por norma de distribuição gratuita. O primeiro dos quatro ensaios data de 13 de novembro de 1970, uma sexta-feira, e tem apenas 18 páginas, todas a preto e branco, sem editorial. Na página 1 surge à direita um breve sumário que remete para temas concretos, tendo numa coluna à esquerda a ficha técnica. Nesta surge o nome de Artur Anselmo duas vezes, como “Director da Publicação” e como membro do “Conselho Redactorial”, que inclui mais três elementos — Licínio de Melo, Fernando Teixeira e Vasco Teles.

Logo abaixo encontra-se António Colaço, como “Chefe de Redacção”, seguindo-se cinco “Redactores”: José Valle de Figueiredo, Carlos Dugos Baptista, F. Magalhães Monteiro, Armando Marques de Carvalho e Luis Freitas da Costa. De seguida, Adriano Cerqueira, João Bigote Chorão e Manuel Gama aparecem designados como colaboradores. João Ribeiro e José Antunes são os nomes dos fotógrafos, enquanto o cargo de “director gráfico” é ocupado

26 Título que, pelos vistos, também interessa ao universo digital. Os jornalistas José Manuel Fernandes e Daniel Dinis lançaram, a 19 de maio de 2014, o *Observador*, um jornal digital. Em 2019, surge a Rádio Observador e os dois meios integram agora o grupo de media Observador On Time SA.

por José Rego. Como “chefe de fabrico” temos António Jorge e consta ainda o “director de promoção”, Carlos Martinho, e um “director comercial”, F. Santos Machado. A ficha técnica completa-se com as moradas dos vários serviços, duas referências, na abertura e no fecho, ao proprietário (Verbo) e já depois do final da coluna onde se inserem todos os dados, a frase entre filetes e em maiúsculas, “Visado pela censura”.

A capa do primeiro número zero é ocupada por uma imagem única da sede das Nações Unidas, em Nova Iorque. O laranja é a cor escolhida para preencher o filete em formato de U que contrasta com o azul que preenche o logótipo. No rodapé colorido, em caracteres muito diminutos, pode ler-se algo entre a legenda e o comentário: “Para este organismo internacional se dirigiram as esperanças de convívio pacífico entre os homens”. Um design que bebe influências nas newsmagazines francesas e americanas, uma vez que este tipo de comentário final em rodapé foi inventado por Malcom Muir, em 1937, para integrar a capa da *Newsweek* e adotado pela *L’Express*, em 1964. Neste primeiro ensaio da *Observador*, o tema de capa não é desenvolvido no interior da publicação.

Quase duas semanas depois, a 26 de novembro, uma quinta-feira, surge mais uma *Observador* não numerada, desta vez com uma fotografia de uma Assembleia Geral das Nações Unidas a fazer a capa, que usa novamente o azul no logótipo, mas num tom mais escuro, e opta por um tom esverdeado para a moldura em U. Em rodapé encontra-se a mesma frase usada no primeiro número zero, num corpo de letra mais visível. Este elemento em associação com a imagem criam uma continuidade com o primeiro número zero. A estrutura do segundo ensaio já se encontra muito próxima da lançada no ano seguinte. Com 80 páginas, o sumário organiza agora os conteúdos por sete secções: “O País”, “O Estrangeiro”, “Temas em Debate”, “Perspectivas”, “Literatura e Artes”, “Espectáculos” e “De Tudo um Pouco”. O tema de capa, sob o título “ONU — 25 anos”, abre a secção “O Estrangeiro”.

Partilhando o lado esquerdo da página 3, em que se insere o sumário, Artur Anselmo assina um editorial intitulado “Que revista?”, estruturado num formato de diálogo da newsmagazine consigo própria, sublinhado pelo uso dos travessões e do itálico (estilo de formatação que será sempre o utilizado). As ambições da nova publicação surgem na primeira declaração de resposta à pergunta do título: “*uma revista que se leia. (...) uma revista que faça pensar (...) uma revista que, pelo seu estilo próprio e pela actualidade das matérias abordadas, tenha um lugar bem determinado no panorama nacional e internacional*” (Anselmo, 1970, p. 3). Explicações que vão ao encontro da definição de uma revista semanal de informação geral — linguagem acessível, jornalismo interpretativo, cobertura da atualidade nacional e internacional.

As declarações seguintes do editorial vão para a denúncia das dificuldades que uma newsmagazine enfrentava nas condições políticas vividas em 1970. Lançar a *Observador* não é “*fácil nem cómodo. Porque, se é verdade que os meios de informação existem, o mesmo não pode dizer-se quanto à viabilidade de colocar esses meios ao serviço de uma crítica objectiva*”. E Anselmo vai mais longe, afirmando que “*sendo a informação comandada por forças de pressão*

(económicas, políticas biológicas...), é difícil despojar as fontes informativas do carácter que geralmente ostentam”. A frase seguinte explana as dificuldades resultantes da ausência de tradição em Portugal do jornalismo característico das newsmagazines, (apesar dos 47 anos decorridos sobre o lançamento da *Time* e três anos e meio após a conversão da *Vida Mundial* em revista), e do enraizamento do jornalismo ideológico: “*não está entranhado o hábito de situar os acontecimentos na dimensão exacta das suas causas e na fisionomia dos seus efeitos. A tentação de tomar partido, de distorcer factos, de confundir ideias, espreita a cada esquina*” (Anselmo, 1970, p. 3).

Sobre o projeto da *Observador*, Artur Anselmo revela que a revista não pretende ser “*um relógio-de-repetição de lugares comuns*”, por isso promete peças com “*um cunho original, se não nos temas, ao menos na linguagem e na forma plástica de transmitir ideias*”. Assumindo a atualidade como “*preocupação dominante*”, a *Observador* compromete-se a ir para além do dia a dia noticiado pelos diários, definindo uma agenda própria de investigação (Anselmo, 1970, p. 3).

A ficha técnica da publicação transita para a página 2 e sofre algumas alterações. A primeira é de pormenor: o último elemento do “Conselho Redactorial” surge grafado como Vasco Teves em vez de Vasco Teles. Por outro lado, o título de Artur Anselmo reduz-se para “director”, enquanto a designação “redactores” passa a “redacção” e o número de jornalistas sobe de cinco para seis. Sai Armando Marques de Carvalho e entram Armando Luiz e Mário Dias Ramos. Os nomes dos colaboradores desaparecem e os fotografos mudam, surgindo agora os nomes de Carlos Antunes e Mafaldo Ribeiro. As designações dos quatro cargos finais alteram-se, embora sem mudança de pessoas — “director gráfico” passa a “orientação gráfica”; “Chefe de fabrico” dá lugar a “Fabrico”; “Director de Promoção” passa a “Promoção Publicitária”; e “Director Comercial” a “Difusão Comercial”. As últimas novidades dizem respeito ao aparecimento de referências às agências internacionais que apoiam a *Observador*, a France Press, a Keystone e a United Press e, por fim, à identificação da “foto da capa”, neste caso da autoria da agência noticiosa francesa.

A 31 de dezembro de 1970, novamente uma quinta-feira, é publicado o terceiro número de ensaio da *Observador*. Em tudo se assemelha a um número qualquer de uma newsmagazine em circulação. Tem 88 páginas, publicidade, notícias atualizadas e um editorial sem qualquer referência à experimentalidade da revista em causa. A partir deste número, o editorial passa a designar-se “Carta Aberta” e inclui à esquerda do título o desenho de um envelope aberto, recorrendo a uma assinatura em formato manuscrito e sublinhada, que passa a ser a adotada, em detrimento das maiúsculas de imprensa usadas no segundo número zero. Artur Anselmo faz uma retrospectiva do ano de 1970, intitulado “Tempo de análise”, como seria normal numa newsmagazine publicada a 31 de dezembro.

A ficha técnica mantém-se exatamente no mesmo lugar, mas muda radicalmente. Excecionalmente o de Artur Anselmo, todos os nomes desaparecem, tal como os cargos a que estavam associados. Restam indicações de dados técnicos, como morada, preços de assinaturas, serviços de agência e indicação da empresa de impressão. No que diz respeito às secções,

quase duplicam, passando de sete para 12, maioritariamente muito curtas: “Lugar para...” [já surgia na revista anterior, mas sem o estatuto de secção]; “O País”; “Ela”, “Museu em sua casa” [não jornalística, diz respeito à oferta semanal da reprodução de uma iluminara para colecionar]; “Estrangeiro”; “Dossier Cor” [12 páginas em papel melhorado totalmente a cores, profusamente ilustrado]; “Perspectivas”; “Economia e Finanças”; “Literatura e Artes”; “Inquérito”; “Cartoon”; e “Panorama”.

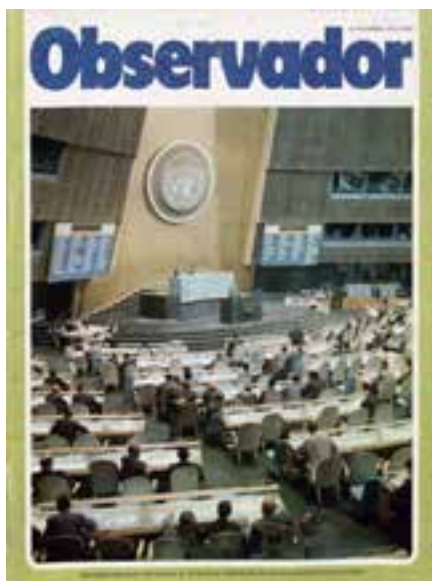
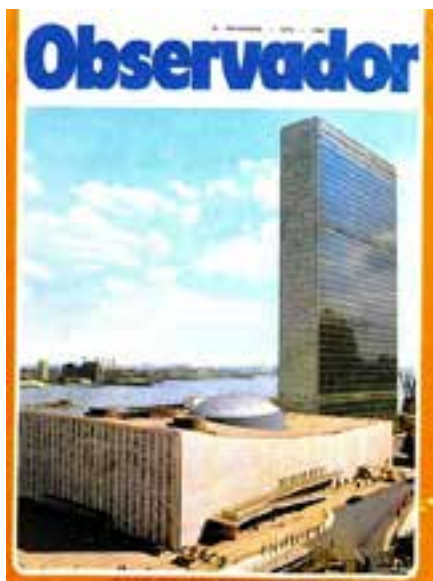
A capa do último número zero de 1970 é uma vez mais do tipo um tema, uma imagem, com uma fotografia de reportagem, emoldurada a amarelo, um plano geral em picado que faz o leitor visualizar de um ponto de vista elevado uma manifestação que mostra milhares de chineses, sorridentes, ostentando flores e bandeiras vermelhas. O título, a quatro linhas de caracteres em maiúsculas brancas é interrogativo, “China:/Vermelho/ou/Amarelo?”. Corresponde a um dossier integrado na secção “Estrangeiro” (o artigo definido masculino do número zero anterior, cai), de oito páginas, ilustrado com fotografias de grande dimensão, em equilíbrio com as manchas de texto, num arranjo gráfico moderno e de fácil leitura. A frase/comentário inserido em rodapé na parte inferior da moldura em U desaparece.

Um mês mais tarde surge o quarto e último número zero, a 29 de janeiro de 1971, apostando agora numa sexta-feira. Tem novamente 88 páginas e a indicação de um preço de 7\$50. Tal como na edição anterior, todas as características apontam para uma newsmagazine em publicação. Contudo, pela primeira e única vez, no canto inferior esquerdo, entre dois finos filetes brancos, surge a indicação em maiúsculas também brancas de reduzida dimensão, “Número/ de/ ensaio”, seguindo-se, abaixo do filete, na mesma cor, “Não pode ser vendido”. Presume-se, assim, que os números anteriores também não tenham estado à venda. A capa obedece novamente à estrutura um tema, uma imagem, com uma fotografia da France Presse a ocupá-la por completo, acompanhada no canto superior direito do título, a duas linhas de maiúsculas brancas: “Trunfo/é rapto”. A moldura em U é de tom amarelo escuro, num tom muito próximo da do número zero anterior.

O tema de capa remete para uma reportagem de três páginas de novo inserida na secção “Estrangeiro”, sobre o aumento de raptos políticos, em particular, de diplomatas, com enfoque no desvio de aviões. Para o ilustrar, a *Observador* usa na capa um plano de conjunto que mostra um aeroporto e seis pessoas perto de um avião, duas delas em primeiro plano, fardadas (as boinas permitem avançar a hipótese de que serão militares), a subirem as escadas de acesso à aeronave, transportando um baú, no qual se veem desenhados o que parecem ser caracteres árabes. Não há referências no sumário à peça que faz capa, é preciso procurá-la virando página após página. Para além disso, mesmo lendo e analisando a peça na íntegra, não se chega a perceber a que acontecimento diz respeito a fotografia escolhida para capa.

O espaço de editorial “Carta Aberta” muda-se de uma página ímpar (3) para uma par (2). No texto, Artur Anselmo volta a redigir um artigo de opinião, desta vez sobre reformas educativas em França e a despersonalização da política, sem fazer qualquer reapresentação

da revista. Ficha técnica e sumário mantêm-se no mesmo lugar, mas as secções voltam a aumentar, passando de 12 para 14. Em relação ao número zero anterior, desaparece a secção “Ela” e “Dossier Cor” passa a designar-se “Reportagem Cor”. Os novos espaços são “Artes Plásticas”, “Quadrinhos” e “S. Bento”, percebendo-se que a *Observador* irá apostar em secções fixas e em pontuais. À esquerda do Sumário, a revista inaugura o espaço “O **Observador**²⁷ observado”, dedicado à publicação de cartas dos leitores.



Figuras 86, 87, 88 e 89

As capas dos quatro números zero da *Observador*, publicados entre 13 de novembro de 1970 e 29 de janeiro de 1971.

Fontes: Reproduções dos originais.

27 Em negrito no original.

A publicação do n.º 1 da *Observador* a 19 de fevereiro de 1971 assinala a escolha da sexta-feira como dia de publicação, optando pela concorrência direta nas bancas com a *Vida Mundial*. O editorial regressa à página 3, mantendo a designação “Carta Aberta” e demais características gráficas, mas retoma o texto publicado a 26 de novembro de 1970, no segundo número zero. A diferença está no facto de que Artur Anselmo o prolonga, acrescentando-lhe novos dados. O primeiro é a resposta a uma interrogação sobre o grafismo da publicação, que o diretor situa na fronteira entre a “*revista de informação*” e a “*revista ilustrada*”²⁸, uma vez que “*palavras e imagens correspondem-se*”. A última questão é direta: “*Qual é a feição política da revista?*”. A resposta marca o distanciamento que a *Observador* promete adotar em relação aos poderes instituídos: “*Apenas a do interesse do povo português*” (Anselmo, 1971, p. 3).

Na página um da publicação, no início da secção “O **Observador** observado”, surge um parágrafo não assinado que referencia a distribuição de dois números de ensaio (os dois últimos, presume-se), confirmado a gratuitidade das revistas zero. Ainda nesta página, surge no canto inferior direito um retângulo, na horizontal, dividido a meio por um filete. Nesse espaço, do lado esquerdo, quatro curtos parágrafos em itálico destacam alguns dos temas tratados na revista, à direita encontra-se uma muito reduzida ficha técnica que, de uma coluna vertical a ocupar cerca de um terço de página, passa a ocupar um pequeno canto inferior direito, referindo o diretor (Artur Anselmo), o editor (José Martins, nome que surge pela primeira vez), os dados de contacto e os serviços de agências noticiosas internacionais. Comum a todas as fichas técnicas, a partir daqui, é também a indicação da origem da imagem da capa e a referência “Visado pela censura”. O modelo de ficha técnica deste primeiro número, adotado nos números seguintes, deixa uma interrogação: o que terá motivado uma mudança tão grande em relação ao destaque e pormenor que caracterizaram este espaço nos primeiros dois números zeros?

O sumário do n.º 1 da *Observador* divide-se novamente por 13 secções bastante díspares, que confirmam a aposta em secções fixas acompanhadas de pontuais: “Lugar para...”, “O País”, “Estrangeiro”, “Reportagem Cor”, “Reportagem Internacional”, “Curta Metragem”, “Perspectivas”, “Inquérito”, “Juventude”, “Álbum”, “Pausa para um conto”, “Ela” e “Pano-rama”. Refira-se que a secção promocional “Museu em sua casa” cai por terra. Na capa, com logótipo em vermelho e filete em U azul claro, a *Observador* insere o título partido em três linhas — “Petróleo:/ as forças/ ocultas”. Recorre a caracteres brancos inseridos na zona inferior esquerda da capa, sobre um fundo escuro onde se vislumbra o que parece ser um incêndio numa plataforma petrolífera. Um tema que surge no interior enquadrado em “Reportagem

28 Apesar desta indicação, a *Observador* nunca incorreu no modelo da revista ilustrada de informação, uma vez que tanto os conteúdos como as imagens se relacionavam maioritariamente com política nacional e internacional, para além da extensão das imagens não ultrapassar a do texto.

Internacional” e analisa a crispação no setor petrolífero que culminaria na crise de 1973, um dos fatores que contribuíram para a crise económica mundial da década de 70 do século XX. Curiosamente, *Vida Mundial* tinha feito capa duas semanas mais cedo com a falta de acordo entre companhias petrolíferas e países exportadores de petróleo e desenvolvera o tema ao longo de seis páginas com o título “Para um «dossier» petróleo”.



Figuras 90 e 91

A capa da N° 1 da *Observador*, de 19 fevereiro de 1971, trabalha o tema escolhido duas semanas mais cedo pela *Vida Mundial*.

Fontes: Reproduções dos originais

Tal como nos dois primeiros números zeros, opta-se na capa N° 1 por uma fotografia, (assinada por Manuel Varella e pertença da Verbo), sem protagonistas humanos, estrutura que a revista volta a repetir várias vezes, embora também escolha pessoas, à semelhança do que já tinha sido feito no último número experimental. Analisando as capas dos nove primeiros números da revista (12 com os pré-numerados), verifica-se que quando as pessoas surgem, na maior parte dos casos enquadram-se em fotografias de reportagem e não estabelecem contacto visual com o leitor, marcando o distanciamento das problemáticas abordadas. Neste contexto, importa destacar uma capa que se afasta do habitual, a do número 5, publicada a 5 de março de 1971. Mostra um grande plano de um homem de óculos e idade avançada — cabelo, bigode e barba quase totalmente brancos, muitas rugas, desdentado, e com algo a meio da testa, esbranquiçado, que pode ser tinta ou uma ferida — que fita o leitor, olhos nos olhos. A fotografia é da agência Keystone, surge acompanhada no canto inferior esquerdo pelo título azul a três linhas União/Indiana:/ A CHAGA. Só a última linha contém apenas maiúsculas.

Apesar da utilização do feminino a que recorremos (a revista/newsmagazine *Observador*), as referências ao título no interior da publicação são sempre no masculino. Esta tendência é histórica e já foi referida nas conclusões do capítulo inicial deste livro (Cf. final do Capítulo I), mas surpreende numa revista criada de raiz, isto é, sem ter origem num jornal prévio. Isto apesar de, na ficha técnica, a *Observador* surgir com o subtítulo “Revista Semanal de Informação”, o que sublinha ainda mais a estranheza desta duplicidade. É sempre o *Observador*, embora seja sempre a revista, sem referências ao universo dos jornais, sejam diários ou semanários.

Apesar de na ficha técnica não haver indicações de nomes para além do diretor e do editor, o escritor Vitorino Nemésio, Luís de Pina, António Quadros, Natércia Freire, João Gaspar Simões e João Coito são referidos como colaboradores por Richard C. Ramer, livreiro especializado em publicações luso-brasileiras antigas. Ramer, na publicitação da coleção com todos os números da *Observador*, define-a como “talvez a mais importante revista semanal dos últimos anos do ‘antigo regime’”²⁹. Em 1974, com a chancela da Verbo, Vitorino Nemésio viria a reunir em livro as crónicas publicadas semanalmente na revista, sob o título *Jornal do Observador*.

No projeto “Direita Radical em Portugal”, que se apresenta como “um projecto de divulgação científica, com base na investigação sobre o nacionalismo radical português do Século XX”³⁰, coordenado por Riccardo Marchi, investigador do Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, a *Observador* surgia listada entre as revistas que pertencem a este movimento³¹. É a única newsmagazine incluída e acompanha os títulos *A Jovem Europa*, *Tempo Presente*, *Découvertes*, *Resistência*, *Política* e *Futuro Presente*³². Por seu turno, Artur Anselmo é um dos nomes referenciados pelo académico espanhol Joseph Sanchez Cervelló, da Universidad Rovira y Virgili, como membro da direção da Associação de Estudos para o Progresso Nacional. Uma organização constituída em setembro de 1973, que Cervelló afirma ter sido formada por “tecnocratas de extrema direita” e “quadros salazaristas conservadores”³³ (Cervelló, 1984, p. 1).

O que se pode observar através da pesquisa documental, é que a revista dirigida por Artur Anselmo, em relação à *Vida Mundial* (tradicionalmente alinhada contra o regime, mais à esquerda — dentro do possível, dadas as circunstâncias), tem uma dimensão superior (22X29

29 Caracterização encontrada em <http://livroraro.com/SpecialList139/SpecialList139.html> — este link, entretanto, deixou de estar ativo.

30 Definição recolhida em <http://www.direitasradicais.ics.ul.pt/>, negritos no original.

31 No link <http://www.direitasradicais.ics.ul.pt/?p=1099> — tanto este link como o referido na nota de rodapé anterior encontram-se inativados, o que mostra a necessidade de a investigação académica fixar os seus resultados em suportes mais perenes. Tal como acontece na nota de rodapé n.º 28, mantêm-se as referências, por não terem sido encontradas fontes alternativas para as informações em causa.

32 A página na Internet apenas enumerava os títulos, não apresentava as razões que justificavam a classificação.

33 Os outros nomes de membros da direção da Associação de Estudos para o Progresso Nacional indicados são: Luís Sequeiros, Gomes de Pinho, Francisco Lucas Pires e José Vale de Figueiredo.

cm vs 20X26,5 cm), tem mais 20 páginas semanais (88 contra 68) e usa no interior folhas brancas, mais encorpadas, de maior qualidade, nas quais se destacam a “Reportagem Cor”. Custa mais 50% do que a *Vida Mundial* (7\$50 vs 5\$00), reunindo um conjunto de características que parece indiciar que a revista pretendia ser mais elitista, dirigida a leitores com recursos económicos mais elevados. Uma análise comparativa dos públicos a que os anúncios publicitários das duas revistas se dirigem poderá, eventualmente, ser uma pista de investigação que ajude a explorar esta hipótese.

O primeiro aniversário da *Observador* assinala-se no n.º 53, de 18 de fevereiro de 1972, e tem honras de capa. Nesta, um plano de conjunto mostra uma jovem mulher, de longos cabelos loiros e olhos azuis que sorri para o leitor, usando um vestido azul escuro ajustado, salpicado de pequenas flores claras, de generoso decote e, que pelo facto de se encontrar sentada, ligeiramente de lado, lhe deixa as pernas quase totalmente à mostra. Segura na mão esquerda um castiçal com uma vela azul escura acesa e na mão direita uma caneca de cerveja. Aparenta estar num ambiente familiar. O título surge no canto inferior direito a duas linhas de maiúsculas brancas, “Parabéns/ Leitor!”, com um antetítulo de dimensões mais reduzidas e sublinhado, também a branco, mas em minúsculas, “1º aniversário”.

A capa desdobra-se no interior num caderno de quatro páginas a cores, com “capa” própria, em que a mesma protagonista do rosto da revista é retratada agora em plano médio, de camisola de malha amarela até ao pescoço e mangas compridas que terminam em desenho de flor. A caneca de cerveja transitou para a mão esquerda e a direita segura agora o que parece ser um cocktail que a jovem fita e bebe através de uma palhinha, não havendo contacto ocular com o leitor. A postura corporal, o cabelo para trás do ombro, os lábios entreabertos, a camisola que se cola ao corpo, e o espaço de fundo, que aparenta ser um bar, torna a representação desta mulher mais sedutora do que a que surge na capa da revista. Os títulos são os mesmos, arrumados agora em cabeçalho a uma linha em maiúscula vermelhas delineadas a preto (“Parabéns, Leitor!”) e centrado em cabeçalho, mantendo as minúsculas brancas (“1º aniversário”).

O texto do dossier de aniversário acompanha o título e centra-se em comentários a quem lê a *Observador*. A revista diz congratular-se por ter leitores “assíduos, atentos, exigentes e inteligentes” (1972, p. 18), referindo a qualidade das cartas dos leitores semanalmente publicadas na secção “Observador Observado”. A newsmagazine revela de seguida os resultados dos inquéritos que diz ter vindo a realizar:

afinal, o público português é um bom público, tão bom como os melhores do mundo; afinal, contamos com gente culta em abundância, contamos com uma multidão que gosta de entender os problemas como eles devem ser entendidos, contamos com pessoas para pensar (1972, pp. 18, 20).

Sublinhe-se o “afinal” repetido, que parece evidenciar as dúvidas sobre a viabilidade de uma revista como a *Observador* e que talvez ajudem a explicar o longo período de preparação e os quatro números zero lançados. A seguir a um parágrafo em que o título dá os parabéns a cada tipo de leitor (“que nos louva”; “que nos critica”; “que quer melhor”; “que nos escreve”; “que nos pergunta”; “que nos manda parabéns”; “que não nos manda parabéns”), as últimas frases explicam as fotografias que ilustram o dossier, explicando que oferecem aos leitores “velas para todos, de todos os tamanhos e feitios, de todas as cores do arco-íris e até uma mais agressiva, para quem achar que a merecemos” (1972, p. 20). Todas as fotografias, à exceção de uma [de pequenas dimensões em que se veem duas mulheres e uma criança comprando velas], têm a protagonista da capa, alternando as duas indumentárias já descritas, em cada uma ostentando velas diferentes, algumas com o formato de mãos com pavios acesos nas pontas de cada dedo. Na fotografia interior de maior dimensão, que ocupa a totalidade da página 19, a jovem olha com um espanto sorridente para a mão esquerda que segura uma vela redonda, preta, com a inscrição “Bomb” a branco, enquanto a mão direita segura quatro velas amarradas de uma forma que remetem para as barras de dinamite do universo cinematográfico. Duas representações de “velas explosivas” (e não uma), nas quais a palavra em inglês “bomb” indica que as fotografias terão sido compradas e não produzidas pela revista, o que também explica as características físicas da protagonista não correspondentes às da mulher portuguesa tipo (olhos e cabelos castanhos).



Figuras 92 e 93

A 18 de fevereiro de 1972, a *Observador* faz capa com o seu primeiro aniversário (imagem da esquerda) e, no interior, inclui um dossier de quatro páginas, com capa própria (imagem da direita).

Fontes: Reproduções dos originais.

No editorial, intitulado “Olhos no futuro”, Artur Anselmo justifica o título, dizendo que “*semana após semana, o que nos preocupa não é nunca o que fizemos, mas sim o que vamos fazer*”. Sobre o trabalho realizado, o diretor diz que “o Observador *procurou constantemente ser uma revista do leitor, e não apenas uma revista para uns hipotéticos leitores que tanto poderiam adquirir esta como outra qualquer*³⁴” (Anselmo, 1972, p. 5).

Diz também que “com fundamento nas mais recentes sondagens de opinião” apurou-se que a newsmagazine já tem:

um público certo, composto, na sua esmagadora maioria, por leitores que querem ver tratados na revista (como viram neste primeiro ano) os grandes problemas do homem contemporâneo: os problemas do país real, debatidos com isenção e com lisura, sem os espinhos da maledicência e sem as coroas do serafismo (Anselmo, 1972, p. 5).

Caracterizando o que a revista tem sido, Artur Anselmo diz que a *Observador* “*é gráficamente das obras mais asseadas* [interpreta-se este adjetivo como uma referência à clareza da paginação, por vezes, a roçar o geométrico] *que se têm feito em Portugal, e que é literariamente correcta, desafectada, simples mas não simplista, fácil mas não piroso, austera mas não tumular, alegre mas não desmiolada*”. Em suma, resume, não é “*um produto comum*”, palavras que traduzem, associada ao autoelogio, uma crítica direta aos outros títulos publicados à época. O diretor explica de seguida os elevados custos de produção da revista e anuncia que “*para que o produto mantenha esta qualidade, este nível — esta força, digamos —, torna-se indispensável um pequeno aumento no preço da revista (de 7\$50 para 10\$00)*” (Anselmo, 1972, p. 5). Apesar do adjetivo “pequeno”, o acréscimo corresponde a mais 25%. A *Vida Mundial* mantinha-se nos 5\$00, agora metade do preço da *Observador*.

Na página 1 do número de aniversário, a *Observador* publicita o *Diário do Ano*, que demonstra as vantagens de ter uma empresa com a capacidade financeira e de produção como a editora Verbo como proprietária. Uma publicação em formato de livro, de capa rígida, que “já está à venda em toda a parte e custa só 30\$00”. O *Diário do Ano* faz uma retrospectiva dos principais acontecimentos de 1971 e inclui no final um índice temático que remete para as páginas das *Observador* publicadas ao longo do ano. Permite assim saber, por exemplo, que o conto “Coração Revelador”, de Edgar Poe, foi publicado na página 76 da *Observador* n.º 5. Este tipo de publicação, semelhante ao *Diário do Ano*, foi uma promessa em 1967 da *Vida Mundial*, aquando da transformação do título em revista, que nunca foi cumprida³⁵. Para

34 “Observador”; “do”; e “para”, ao contrário do restante texto, não surgem em itálico no original.

35 Lembramos as palavras da *Vida Mundial* (Cf. 3.2.1) no primeiro número da era newsmagazine: incluir “um índice classificado relativo aos artigos e acontecimentos de cada número, de forma a que os leitores possam guardar e encadernar «Vida Mundial» como repositório de fácil consulta para cada assunto de seu interesse”.

além do *Diário do Ano*, a *Observador* publica dois números especiais ainda em 1972, numerados com a data da revista da semana em causa, o primeiro a 7 de janeiro (n.º 47), com 176 páginas e um preço de capa de 15\$00, intitulado “Linhas de Força da Economia Portuguesa” (com a indicação “1. Metrópole”). Um segundo a 1 de dezembro (n.º 94), com 160 páginas e um custo de 20\$00, com o título “Saúde em Portugal”.

O segundo aniversário da *Observador* é assinalado de forma muito mais modesta. Na capa do n.º 106 de 23 de fevereiro de 1973, quase em jeito de carimbo, há uma alusão no canto inferior direito, inserida numa fina moldura sem fundo que não perturba a fotografia de capa. “Segundo/ Aniversário” lê-se em letras maiúsculas brancas, mas diminutas. No interior não há dossiers especiais e Artur Anselmo explica no “Carta Aberta”, intitulado “Claramente amanhã”, que tem novamente um título que olha para o futuro e porquê. De acordo com o diretor, apesar de felizes com os dois anos da revista, as celebrações têm de ficar para outra altura, uma vez que está a ser preparado “o número especial de Economia que tencionamos publicar na Primavera”. Trata-se da continuação do publicado a 7 de janeiro de 1972, dedicado à “metrópole”. Agora, o objetivo é olhar para lá do continente e, para isso, “uma equipa seguiu para Cabo Verde e Guiné, outra ainda para Moçambique, outra chegou há pouco a Angola e em breve estará em S. Tomé, enquanto outra demandará as terras de Macau e Timor dentro de alguns dias”. A *Observador* pretendia reunir “o maior número de elementos de reportagem e análise, para o levantamento das coordenadas essenciais da actividade económica do Mundo Português” (Anselmo, 1973, p. 3). Nem uma palavra sobre a guerra colonial que se arrastava há 12 anos em Angola, Guiné-Bissau e Moçambique.

Artur Anselmo faz um balanço dos dois anos de vida da newsmagazine destacando os números especiais que o título tem desenvolvido e apresentando o *Diário do Ano* referente a 1973, colocado à venda na semana de aniversário. Mas para o diretor, o mais importante é o trabalho que se vai desenvolvendo todos os dias, “na luta que semanalmente travamos contra a rotina”. Anselmo diz que se vive uma “época em que a imprensa tem de superar-se constantemente, a fim de provar a si mesma que é útil, e indispensável, e vital para a opinião pública”, uma vez que “o mínimo sinal de enquistamento, de “não-te-rales”, de “deixa-correr”, toma logo proporções catastróficas”. E é por isso, diz o diretor, que só faz sentido fazer uma revista a pensar no amanhã (Anselmo, 1973, p. 3).

A prometida edição especial da *Observador* dedicada à economia no “Mundo Português” é publicada a 11 de maio de 1973, com o n.º 117, custa 20\$00, tem novamente 176 páginas e repete o título de 1972, *Linhas de Força da Economia Portuguesa*. No final do ano, a 21 de dezembro de 1973, a *Observador* constrói uma capa que remete para a americana *Time* de forma evidente, uma vez que usa uma fotografia em grande plano de Henry Kissinger, o secretário de Estado dos Estados Unidos, e titula “O Homem do Ano”. A newsmagazine fundada por Hadden e Luce também selecionara Kissinger, acompanhado do presidente Richard Nixon, mas no ano anterior como “Homens do Ano” 1972. Tanto num ano como outro, as escolhas

são justificadas pela atividade diplomática desenvolvida por Kissinger nas negociações com Rússia, China e com as autoridades vietnamitas que marcaram o início do fim de uma guerra em que os Estados Unidos estavam envolvidos desde 1955.



Figuras 94 e 95

Henry Kissinger como “Homem do Ano” na *Time* (1 de janeiro de 1973) e na *Observador* (21 de dezembro de 1973).

Fontes: Site online de consulta pública da *Time*³⁶ e reprodução própria.

Com o título de Artur Anselmo, Portugal contou pela primeira vez na história da imprensa com duas newsmagazines em circulação em simultâneo: *Vida Mundial* e *Observador*. As capas de ambas refletem as filosofias das publicações e são bastante diferentes. As da *Vida Mundial*, como verificado neste capítulo, no ponto anterior, apresentam uma diversidade gráfica de construção muito assinalável. Já as da *Observador* optaram, talvez como fator de diferenciação, por um design de capa que, embora jogue com alternâncias cromáticas, é rígido o suficiente para que qualquer um dos seus rostos seja de imediato associada à segunda newsmagazine portuguesa. Outra característica foi a forte aposta em dois tipos de imagem, a de reportagem e a conceptual, quase sempre de base fotográfica.

36 Disponível aqui: <https://time.com/vault/subject/person-of-the-year/>.

Durante os três anos em que saíram para as bancas lado a lado, *Observador* e *Vida Mundial* trabalharam quase sempre temas de capa diferenciados. Mas em determinados momentos, fosse exatamente na mesma semana ou com alguma distância, os dispositivos coincidiram nos destaques, motivados por acontecimentos internacionais de dimensão incontornável para revistas semanais de informação geral. Assinalam-se três exemplos:

— Reunião da Nato em Lisboa, a 3 de junho de 1971. O tema faz capa da *Vida Mundial* n.º 1668, de 28 de maio de 1971, antecipando o encontro. A *Observador* usa-o na semana seguinte, no n.º 16, de 4 de junho de 1971.

— Reunião na ilha Terceira, Açores, dos presidentes americano e francês, Richard Nixon e Georges Pompidou, a 13 e 14 de dezembro de 1971. Tinha por objetivo encontrar soluções para a crise económica mundial. Desta vez é a *Observador* que se antecipa e faz capa com o assunto no n.º 43, de 10 de dezembro. Na semana seguinte, a 17 de dezembro, é a vez da *Vida Mundial* n.º 1697 retratar o encontro entre os líderes.

— Visita inédita de um presidente norte-americano à China a 21 de fevereiro de 1972, na sequência da resposta afirmativa de Richard Nixon ao convite do primeiro-ministro chinês Chu En-Lai. É precisamente Chu En-Lai que tanto *Observador* como *Vida Mundial* escolhem como protagonistas de capa. A *Vida Mundial* volta a antecipar-se, no n.º 1706, de 18 de fevereiro, enquanto a *Observador* faz capa no n.º 54, de 25 de fevereiro³⁷.

A 8 de fevereiro de 1974, ou seja, a dez dias do título completar três anos, Artur Anselmo assina o espaço “Carta Aberta” com um texto intitulado “Aos leitores e amigos”. Neste, expõe as dificuldades económicas vividas pela publicação, fruto da subida do preço das matérias-primas e consequente aumento dos custos de produção da revista. Uma situação de rutura total com o desafoço financeiro que apenas um ano antes permitira deslocar quatro equipas de reportagem a todas as antigas colónias portuguesas espalhadas pelo mundo, apenas para produzir um número especial. O texto do diretor permite também saber que os leitores do *Observador* são “*uns largos milhares de pessoas*”, que Artur Anselmo caracteriza como “*um público evoluído e exigente*”, dividido entre a metrópole e Angola. Outro facto revelado é que 30% das vendas da revista provêm das assinaturas, duas mil dos quais de leitores fiéis ao título desde o primeiro número.

Anselmo afirma ainda que a *Observador* foi, desde o início, “*o semanário português a inserir maior valor de publicidade*” nas suas páginas, o que lhe permitiu resistir ao início da crise económica mundial. Contudo, em fevereiro de 1974 os custos eram de tal forma elevados — o diretor demonstra-o pormenorizadamente —, que o título apenas seria rentável se conseguisse ser vendido “*a um preço exorbitante para a bolsa média dos portugueses*”. Neste contexto

37 Podem ser consultadas reproduções das seis capas (originais consultados na Biblioteca Nacional), acompanhadas de pequenas notas analíticas em Cardoso, 2015, pp. 287-289.

económico, Artur Anselmo anuncia que a Verbo vai cessar a publicação da revista a partir de 22 de fevereiro de 1974 e que “*o conjunto de pessoas que faz o Observador todas as semanas*” vai encetar negociações com os proprietários de forma a poderem manter o título vivo, apostando num formato gráfico menos dispendioso, sem prescindir da “*dignidade intelectual a que os leitores se habituaram*” (Anselmo, 1974a, p. 3).

Na semana seguinte, 15 de fevereiro de 1974, Anselmo desmente no “Carta Aberta” intitulado “O Nosso Trabalho”, em letras maiúsculas, as notícias publicadas em dois diários sobre o fim da revista. O diretor reafirma o decurso de conversações entre redatores e administração da empresa tendo em vista a constituição de “*uma empresa estruturada em moldes participativos*” (Anselmo, 1974b, p. 3). Uma semana mais tarde, “A Nossa Posição”, título do último editorial da *Observador*, também chega em maiúsculas, a 22 de fevereiro de 1974, mas não se atém ao “Carta Aberta” — é o título que faz a capa, inserido a letras azuis claras a duas linhas, delimitadas a preto, no rodapé de uma fotografia da France Presse, que mostra uma imagem geométrica e colorida, onde predomina o branco e preto, que lembra as bancadas vazias de um estádio. O diretor explica que os redatores constituíram uma sociedade por quotas e definiram uma estratégia comercial para uma publicação mais económica. Contudo, “*decidiu a empresa proprietária do Observador guardar os direitos sobre o título, prevendo a eventualidade de vir a retomar a publicação em ocasião mais favorável*” (Anselmo, 1974c, p. 3).

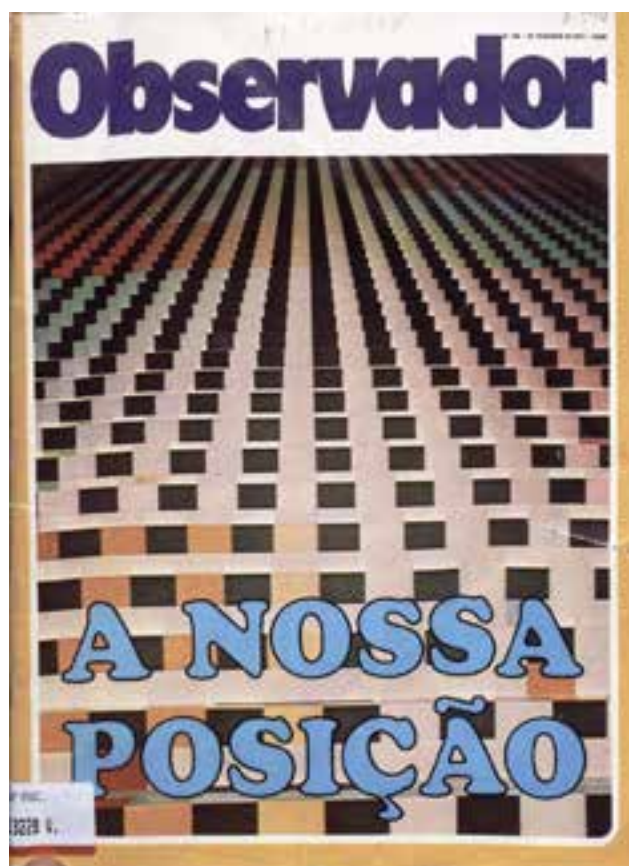


Figura 96
A crise da revista faz a última capa da *Observador*, publicada a 22 de fevereiro de 1974.
Fonte: Reprodução do Original.

Apesar das circunstâncias, o último número da newsmagazine estrutura-se como se fosse apenas mais uma semana normal. Divide-se em 14 secções: “Crítica”, “Como e Quando”, “Exclusivo”, “Livro dos Animais”, “Nosso Tempo”, “Panorama”, “Ela”, “Inquérito”, “Economia e Finanças”, “Estrangeiro”, “Curta Metragem”, “Ar Livre”, “Mercado” e “Pas-satempo”. Para além do editorial, é a secção “*Observador* Observado”, que contém as cartas dos leitores, que também denuncia a situação vivida, com a publicação de mais de uma dezena de textos de apoio à continuidade da revista, de homens e mulheres, assinantes e simpatizantes, de norte a sul do país e uma de Luanda. Em condições normais este seria o número em que se assinalaria o início do quarto ano da *Observador* e a saída para as bancas do *Diário do Ano* referente a 1973.

Com 158 números, a newsmagazine *Observador* chega ao fim, três anos após o seu lançamento e dois meses antes da revolução de 25 de Abril, que poria termo a uma ditadura de 48 anos. No último número, só o nome de Artur Anselmo, como diretor, constava. Enquanto foi publicada, as capas do título mantiveram-se fiéis à construção do tipo “um tema, uma imagem”. Uma opção arriscada e confiante, que concentra estratégias num caminho único, sem apresentar alternativas ao leitor. Em termos de imagem, destacaram-se maioritariamente as fotografias de agências noticiosas, os planos de conjunto ou o retrato de pessoas envolvidas nos acontecimentos selecionados, mas que não fitam o leitor — em suma, capas que se pretendem neutras, imparciais, distanciadas. Artur Anselmo de Oliveira Soares, que seguiu a vida académica, tornando-se professor associado com agregação no Departamento de Estudos Portugueses da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, encerra com o fim da revista a sua atividade como jornalista, que iniciara em 1962. Não se encontraram registos de outra newsmagazine lançada nos meses seguintes pela mesma equipa da *Observador*.

Conclusões

Fica claro no final deste capítulo, conforme defendido em investigações anteriores, (Cardoso, 2012; Cardoso, 2015), que *Flama* e *O Século Ilustrado* se diferenciam das newsmagazines. Os dois títulos têm, de facto, proximidades com o modelo de imprensa fundado com a *Time*, a partir do momento em que passam de jornais a revistas semanais. Contudo, ambas adotam claramente o modelo da revista semanal ilustrada, inaugurado, no seu formato mais moderno, em 1928, com a francesa *Vu* e desenvolvido pela também francesa *Paris-Match*, a partir de 1949. Uma das revistas desta natureza mais famosa nasce nos Estados Unidos pela mão de Henry Luce, um dos fundadores da *Time*, em 1936. A revista ilustrada de informação diferencia-se da newsmagazine por ser menos densa, apresentar um claro predomínio da fotografia e abordar temas que a aproximam das atuais revistas de social.

No artigo “A pioneira Flama”, de 2007, a jornalista Patrícia Fonseca coloca a par *Flama*, *O Século Ilustrado* e *Vida Mundial* como precursoras das newsmagazines modernas. Também Carla Baptista, no livro *Apogeu, Morte e Ressurreição da Política nos Jornais Portugueses*, em 2012, aborda no mesmo capítulo as revistas *Flama*, *Vida Mundial* e *O Século Ilustrado* (Baptista, 2012, pp. 267-336). Embora a académica refira em nota de rodapé que *O Século Ilustrado* “tinha um estilo mais solto e popular do que a *Flama* e a *Vida Mundial*” (Baptista, 2012: 275), não hesita em referir-se às duas últimas como newsmagazines (Baptista, 2012: 280).

Mas no que diz respeito à *Vida Mundial*, existe um argumento relacionado com a empresa proprietária que sustenta a diferenciação de modelos, e que é exatamente o mesmo que se aplica à *Life* e à *Time*. *O Século Ilustrado* e a *Vida Mundial* pertenceram durante vários anos aos mesmos proprietários, primeiro à Sociedade Nacional de Tipografia, depois à Empresa Pública dos Jornais “Século” e “Popular”. Não seria sensato do ponto de vista económico o mesmo grupo de comunicação viabilizar duas revistas concorrentes, de matriz idêntica. Na reta final da existência dos dois títulos, Tomaz Ribas, o último diretor da *Vida Mundial*, escrevia, a propósito da hipótese de fusão entre *Vida Mundial*, *Século Ilustrado* e a terceira do grupo, *Modas e Bordados*, que “cada uma delas tem, também, o seu passado, o seu espaço, o seu público, a sua liberdade de existência independente” (Ribas, 1977b: 3) — declarações que reforçam as diferenças de conceitos por trás das duas revistas semanais de informação.

No que diz respeito à *Flama*, a proximidade deste título com a revista ilustrada de informação acaba por ser reconhecida por Patrícia Fonseca, nas últimas páginas do artigo de 2007, quando afirma que “em 1965, capas como a que desvenda o lado íntimo de Amália, numa entrevista à jornalista Edite Soeiro, igualavam em qualidade e beleza estética, publicações como a norte-americana *Life* ou a francesa *Paris-Match*” (Fonseca, 2007, p. 62). No mesmo sentido vão as considerações de Joaquim Letria³⁸. Segundo o jornalista, “a *Flama* era, como nós dizíamos, por graça, o *Paris-Match* da Rua de Santa Marta. E essa era uma revista ilustrada. *O Século Ilustrado* era mais no estilo *Life*. Isto é muito curioso, porque sentia-se e pressentia-se mais ou menos as cópias ou as influências dos modelos das grandes revistas internacionais”.

Apesar de ser taxativo e afirmar que “a *Flama* era uma revista declaradamente ilustrada”, Joaquim Letria admite que no período final, entre o 25 de Abril de 1974 e 2 de setembro de 1976, quando encerra, “há uma evolução na *Flama* que a deixa mais próxima da newsmagazine do que das revistas ilustradas”. Para Letria, essa mudança teve razões mais contextuais do que de vontade de mudar o projeto. Em primeiro lugar, as dificuldades económicas da época que não permitiam apostar na fotografia e nas páginas a cores com a mesma frequência.

38 Entrevista concedida a 9 de abril de 2010. A transcrição pode ser consultada na íntegra nos anexos de Cardoso, 2015 (pp. 25-44).

Depois, o momento histórico vivido que levava a imprensa em geral a considerar que “era preciso dizer coisas às pessoas e falar mais do que propriamente mostrar fotografias”.

Nas décadas de 1950 e 1960, a *Flama* organizou a eleição das “rainhas da rádio e da televisão”, concurso demonstrativo da filosofia e natureza desta publicação até à revolução de 25 de Abril de 1974. Na última fase apontada por Joaquim Letria, a revista manteve inalteráveis algumas características distintivas, nomeadamente o formato de 24X30 cm, superior ao da newsmagazine, e a clara aposta na fotografia, por oposição ao equilíbrio texto/imagem da revista semanal de informação geral.

Desta forma, as características específicas descritas neste capítulo tornam *Flama* e *O Século Ilustrado* como as últimas representantes da longa tradição de revistas de informação ilustrada que se desenvolveram em Portugal desde a Monarquia. Sendo possível argumentar que na sua fase final, a *Flama* acaba por estabelecer a ponte entre as revistas semanais ilustradas de informação e as newsmagazines.

Iniciada com a *Vida Mundial*, na tradição europeia de transformação de jornais em revistas, na senda do modelo inaugurado pela americana *Time*, continuada com a *Observador*, uma aposta da Verbo que acaba por falhar por razões económicas a dois meses da Revolução do 25 de Abril, as newsmagazines modernas vão florescer e desenvolver-se em Portugal com a adoção da Democracia, como veremos no Capítulo IV que encerra este livro.

Bibliografia

- 30 anos de existência. (1969, Maio 16). *Vida Mundial*, 1562, 4-5.
- A obrigação de renovar. (1974, Junho 28). *Vida Mundial*, 1828, 1.
- Abelaira, A. (1974a, Junho 28). Este número será visado pela Comissão «Ad Hoc». *Vida Mundial*, 1828, 2,3.
- Abelaira, A. (1974b, Outubro 2). Aos Leitores. *Vida Mundial*, 1829, 9.
- Abelaira, A. (1975, Outubro 30). Paciência. *Vida Mundial*, 1885, 9.
- Anselmo, A. (1970, Novembro 26). Que revista? *Observador*, 3.
- Anselmo, A. (1971, Fevereiro 19). Que revista? *Observador*, 1, 3.
- Anselmo, A. (1972, Fevereiro 18). Olhos no futuro. *Observador*, 53, 5.
- Anselmo, A. (1973, Fevereiro 23). Claramente amanhã. *Observador*, 106, 3.
- Anselmo, A. (1974a, Fevereiro 8). Aos leitores e amigos. *Observador*, 156, 3.
- Anselmo, A. (1974b, Fevereiro 15). O Nosso Trabalho. *Observador*, 157, 3.
- Anselmo, A. (1974c, Fevereiro 22). A Nossa Posição. *Observador*, 158, 3.
- Aos nossos leitores. (1967a, Abril 21). *Vida Mundial*, 1,7.
- Aos nossos leitores. (1967b, Abril 28). *Vida Mundial*, 1,5.
- Augusto Abelaira director da «Vida Mundial». (1974, Maio 24). *Vida Mundial*, 1823, 1.
- Baptista, C. (2012). *Apogeu, Morte e Ressurreição da Política nos Jornais Portugueses—Do século XIX ao Marcelismo*. Escritório.
- Cabrera, A. (2006). *Marcello Caetano: Poder e Imprensa*. Livros Horizonte.
- Cardoso, C. R. (2012). *Seduzir ou Informar? — A Capa de Newsmagazine como Dispositivo de Comunicação*. MinervaCoimbra.
- Cardoso, C. R. (2015). *A newsmagazine em Portugal: 70 anos até à consolidação do conceito* [Tese de Doutoramento, Universidade Nova de Lisboa]. <http://hdl.handle.net/10362/20009>
- Cardoso, C. R. (2019a). A newsmagazine em Portugal: 70 anos até à consolidação do modelo. *Libro de Atas XVI Congreso AsHisCom*, 224-234. https://docs.wixstatic.com/ugd/a4d920_912d3c9e2a7a417ca1bab672f8e50183.pdf
- Cardoso, C. R. (2019b, Outubro 4). *Observador: A newsmagazine da Primavera Marcelista* [Apresentação de Comunicação]. I Congresso Internacional História do Jornalismo em Portugal, Universidade Nova de Lisboa.
- Cervelló, J. S. (1994). *Cronologia das Organizações de Direita (1973-1976)*. Universidade de Coimbra. <http://www1.ci.uc.pt/cd25a/media/Images/thCervello.pdf>
- Correia, F., & Baptista, C. (2007). *Jornalistas: Do ofício à profissão*. Caminho.
- Correia, N. (1976, Maio 6). Editorial. *Vida Mundial*, 1886, 1.
- Correia, N. (1977, Janeiro 20). Uma despedida que não um adeus. *Vida Mundial*, 1923, 1.
- Costa de Matos, Á. (2006). Revistas Políticas no Estado Novo: Uma primeira aproximação histórica ao problema. *Média & Jornalismo*, 9, 41-56.
- Dr. Guilherme Pereira da Rosa. (1972, Novembro 3). *Vida Mundial*, 1743, 2.
- Ferrão, C. (1970, Junho 25). Editorial — *Vida Mundial*. *Vida Mundial*, 1620, 3.
- Fonseca, P. (2007, Setembro). A pioneira Flama. *JJ — Jornalismo e Jornalistas*, 31, 54-65.
- John F. Kennedy. (1967, Julho 21). *Vida Mundial*, 1467, 36-40.
- Letria, J. (2010, Abril 9). *Entrevista a Joaquim Letria* [realizada por Carla Rodrigues Cardoso].
- Martins, F. E. (1970, Junho 19). Do Director aos leitores de «vida mundial». *Vida Mundial*, 1619, 3.
- M.S.P. (1974, Maio 24). Os acontecimentos na S.N.T. *Vida Mundial*, 1823, 1.
- O que será a nova «Vida Mundial». (1967, Maio 5). *Vida Mundial*, 1456, 5.
- O que tem sido a vida da «Vida Mundial». (1967, Maio 5). *Vida Mundial*, 1456, 2-4.
- Observando... (1978, Novembro 2). *Novo Observador*, 1, 1.
- Parabéns, Leitor! (1972, Fevereiro 18). *Observador*, 53, 17-20.
- Portela Filho, A. (1976, Abril 22). Opção qual, por quem, como? *Opção*, 0, 15.
- Ribas, T. (1977a, Janeiro 27). A nossa carta de marear. *Vida Mundial*, 1924, 1.
- Ribas, T. (1977b, Fevereiro 10). Uma medida que tardava ou um fim que se adia? *Vida Mundial*, 1926, 2,3.
- Rosas, F. (2012). *Salazar e o Poder. A Arte de Saber Durar*. Tinta da China.
- Santamaría Suárez, L., & Casals Carro, M. J. (2000). *La Opinión Periodística — Argumentos y Géneros para la Persuasión*. Fragua.
- Departamento de Património Cultural da Câmara Municipal de Lisboa. (2013). *Toponímia de Lisboa*. João Pereira da Rosa a correr para O Século.
- Ferreira, P. R. (2009). *Culturas de protesto em Portugal na imprensa periódica (1968-1970)*. Universidade de Lisboa.
- Gomes, P. M. (2018). “Por onde vamos Portugal?” A agitação revolucionária de 1975 nos semanários Expresso, O Jornal e Tempo. In J. P. Sousa (Org.), *Notícias em Portugal — Estudos sobre a imprensa informativa (Séculos XVI-XX)* (p. 331-353). ICNOVA.
- Liliana Machado. (2010). *30 Anos de Reportagem na Imprensa Escrita do Porto*. Universidade Fernando Pessoa.
- Madureira, N. L. (1998). O Estado, o patronato e a indústria portuguesa (1922-1957). *Análise Social*, 33(148), 777-822.
- Soares, D. (2008). A (re) definição da identidade da juventude escolar católica (jec) no final da década de 60 *. *Lusitania Sacra*, 483-490.
- Sterling, C. H. (2009). Newsweekly Magazines. Em *Encyclopedia of Journalism* (pp. 1006-1011). Sage. <http://www.sage-ereference.com/view/journalism/n275.xml>
- Sumner, D. E. (2003). Magazines: News. Em *Encyclopedia of International Media and Communications* (pp. 87-99). Elsevier.
- Departamento de Património Cultural da Câmara Municipal de Lisboa. (2013). *Toponímia de Lisboa*. João Pereira da Rosa a correr para O Século.
- Ferreira, P. R. (2009). *Culturas de protesto em Portugal na imprensa periódica (1968-1970)*. Universidade de Lisboa.
- Gomes, P. M. (2018). “Por onde vamos Portugal?” A agitação revolucionária de 1975 nos semanários Expresso, O Jornal e Tempo. In J. P. Sousa (Org.), *Notícias em Portugal — Estudos sobre a imprensa informativa (Séculos XVI-XX)* (p. 331-353). ICNOVA.
- Liliana Machado. (2010). *30 Anos de Reportagem na Imprensa Escrita do Porto*. Universidade Fernando Pessoa.

Madureira, N. L. (1998). O Estado, o patronato e a indústria portuguesa (1922-1957). *Análise Social*, 33(148), 777-822.

Traquina, N. (2005). *Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são*. Insular.

Um ano da nova «V.M.» (1968, Maio 10). *Vida Mundial*, 1509, 3.

Vida Mundial. (1967, Dezembro 29). *Vida Mundial*, 1490, 3.

Vida Mundial. (1972a, Maio 12). *Vida Mundial*, 1718, 2.

Vida Mundial. (1972b, Setembro 1). *Vida Mundial*, 1734, 1.

Vida Mundial. (1972c, Setembro 8). *Vida Mundial*, 1735, 1.

Vida Mundial. (1973, Maio 11). *Vida Mundial*, 1770.

«Vida Mundial» completou 31 anos. (1970, Maio 15). *Vida Mundial*, 1614, 2.

Capítulo IV

As revistas durante a Democracia (1974-...)

*Magazines during Democracy
(1974-...)*

Carla Rodrigues Cardoso

Universidade Lusófona de Humanidades
e Tecnologias — CICANT

carla.cardoso@ulusofona.pt

ORCID ID: 0000-0003-0790-6924

CIÊNCIA ID: 7D10-6290-4765

Resumo: A história das revistas no Portugal democrático, ou seja, depois da Revolução do 25 de Abril de 1974, que assinala o fim do Estado Novo, confunde-se com a história da newsmagazine portuguesa. Como se verificou no Capítulo III, o modelo atual da revista semanal de informação geral, moldado pela americana *Time*, em 1923, inaugura-se em Portugal com a *Vida Mundial*, e continua com a revista *Observador*, em 1971. Em democracia é este modelo de revista informativa que vinga e se torna hegemónico. Assim, a história da revista de informação geral em Portugal a partir de abril de 1974 torna-se a história da luta pela implantação no mercado português da newsmagazine. Um percurso que se revela difícil, com vários títulos a abrirem portas apenas por semanas e com apenas três a ultrapassarem a barreira da primeira década (*Focus*, *Visão* e *Sábado* — II Série). Por ser o período histórico mais recente e que culmina na atualidade, neste último capítulo procurou-se ser exaustivo, efetuando-se o levantamento de todos os títulos que foi possível identificar, incluindo os de menor duração. Optou-se também por incluir após a Introdução, uma cronologia, em vez do quadro síntese. Esta cronologia inclui as duas revistas lançados durante o Estado Novo, e assinala datas de lançamento, encerramento e as principais mudanças, o que permite visualizar a convivência no mercado de títulos diferentes. Às duas newsmagazines iniciais lançadas durante o Estado Novo, somam-se, de 1974 a 2010, 13 novos títulos: *Opção* (1976-1978); *Novo Observador* (1978); *Mais* (1982-1985); *Grande Reportagem* (1984-1985); *Sábado* — I Série (1988-1993); *Face* (1989); *Época* (1992); *Visão* (1993-...); *Factos* — I Série (1997-1998); *Factos* — II Série (1998); *Focus* (1999-2012); *Tempo* (2003-2005); e *Sábado* — II Série (2004-...). No final da cronologia é possível visualizar as capas dos n.º1 de todas as newsmagazines portuguesas (15) identificadas neste livro. Terminamos a historiografia do período democrático em 2010¹, conforme determinado no projeto de investigação em que esta obra se integra. Contudo, de 2010 a 2022, nenhuma nova newsmagazine foi lançada, tendo-se consolidado a partilha do mercado por parte da *Visão* e da *Sábado*, ao longo de 12 anos de profundas alterações, especialmente no caso da primeira, que pertencem a uma investigação futura.

Palavras-chave: história da imprensa; história das revistas; newsmagazine; Portugal; Democracia.

Abstract: The history of magazines in the democratic Portugal, in other words, after the 25 April 1974 Revolution, which marks the end of the *Estado Novo*, is intertwined with the history of the Portuguese newsmagazine. As discussed in Chapter 3, the present model of the weekly general-interest magazine, shaped by the American *Time*, launched in 1923, begins in Portugal with *Vida Mundial*, and continues with *Observador*, in 1971. In democracy, it is this format of information-based magazine that took root and became hegemonic. Thus, the history of general-interest magazines in Portugal after April 1974 became the history of the struggle to implement the newsmagazine in the Portuguese market, a path which could be difficult, with several publications staying in business for just some weeks and only three having been able to surpass the barrier of the first decade (*Focus*, *Visão* and *Sábado* — 2nd series). Since this is the more recent period, culminating in the present time, we strove to be thorough, making an inventory of all the publications we could identify, including the least-lasting ones. We also opted for an initial chronology after the Introduction, instead of the summary table, including the two magazines launched during the *Estado Novo*, and incorporating dates of launch and discontinuation, as well as the main changes, thus enabling the reader to visualise the coexistence of different publications. This chronology ends with the visualization of the covers of the first issues of all the Portuguese newsmagazines identified in this book (15). To the two initial newsmagazines launched during the *Estado Novo*, thirteen new publications were added between 1974 and 2010: *Opção* (1976-1978); *Novo Observador* (1978); *Mais* (1982-1985); *Grande Reportagem* (1984-1985); *Sábado* — 1st series (1988-1993); *Face* (1989); *Época* (1992); *Visão* (1993-...); *Factos* — 1st series (1997); *Factos* — 2nd series (1998); *Focus* (1999-2012); *Tempo* (2003-2005); and *Sábado* — 2nd series (2004-...). We conclude the historiography of the democratic period in 2010², as determined in the research project this volume integrates. Still, from 2010 to 2022, no new newsmagazines have been launched, while the market sharing by *Visão* and *Sábado* has been consolidated, throughout 12 years of deep changes, especially for the former, to be the object of future research.

Keywords: history of the press; history of magazines; newsmagazine; Portugal; Democracy.

1 Abrindo apenas exceção para a finalização da história da revista *Focus*, que encerrou portas em 2012.

2 The only exception is the end of the history of *Focus*, a magazine which was discontinued in 2012.

Introdução

A newsmagazine portuguesa em circulação ininterrupta mais antiga é a *Visão*, fundada em 1993, 70 anos após o aparecimento da *Time*. Isto significa que foram necessárias sete décadas para se encontrar uma forma de implantar com êxito duradouro o conceito de newsmagazine moderna em Portugal. A ausência de democracia quer durante o período de Ditadura Militar quer durante o Estado Novo, (1926-1974), não favoreceu durante quase meio século o desenvolvimento do jornalismo interpretativo que caracteriza este tipo de revista (Cf. Capítulo III). Foi o derrube da ditadura que ditou “o fim da censura prévia e a possibilidade de os jornalistas passarem a escrever em liberdade” o que significou “uma alteração fundamental no exercício da profissão.” (Cardoso & Gomes, 2021, p. 38). Facto é que, mesmo em liberdade, foram necessários quase 20 anos para lançar uma newsmagazine sólida que resistisse ao desgaste do tempo.

Neste capítulo final identificam-se 13 revistas semanais de informação que acrescem às duas identificadas no capítulo anterior (*Vida Mundial* e *Observador*). Tendo em atenção os pontos de contacto entre as newsmagazines, resultantes do contexto político, económico e social vivido à época em que o n.º 1 saiu para as bancas, dividem-se as revistas publicadas em Democracia em três grandes fases:

- Pré-modernidade;
- Modernidade;
- Apogeu, queda e resistência.

A etapa definida como Pré-modernidade compreende quatro revistas e começa em 1976, com o lançamento da *Opção*. Continua com a *Novo Observador*, de 1978, a revista *Mais*, de 1982, e a *Grande Reportagem*, de 1984. Inclui dois intervalos que totalizam cerca de seis anos em que este segmento da imprensa esteve ausente das bancas portuguesas (outubro de 1978 a maio de 1982; setembro de 1985 a junho de 1988).

A fase da Modernidade inicia-se em 1988, é a mais curta, com apenas cinco anos, e também integra quatro títulos. Corresponde a um desenvolvimento acelerado de revistas que se assumem como newsmagazines e procuram um modelo de negócio viável. Tem como motor inicial o lançamento da revista *Sábado* (I Série) e termina em 1993 com o nascimento da *Visão*, que inicia a consolidação do modelo de newsmagazine na imprensa portuguesa.

A terceira e última fase, Apogeu, queda e resistência, começa em 1997 e decorre até à atualidade, com cinco newsmagazines lançadas num intervalo de sete anos: *Factos* — I Série (1997); *Factos* — II Série (1998); *Focus* (1999); *Tempo* (2003); e *Sábado* — II Série (2004). Todos os títulos têm em comum o facto de quererem disputar o mercado das newsmagazines com a *Visão*, que durante cerca de quatro anos não teve concorrentes. Nesta última fase assiste-se

a um curto “período de ouro” da newsmagazine em Portugal, com quatro títulos em circulação simultânea no mercado português durante um ano, de maio de 2004 a maio de 2005. É preciso recuar mais de 30 anos para encontrar outro período com quatro revistas semanais informativas, (duas ilustradas e duas newsmagazines), em circulação (1971 a 1974, Cf. Capítulo III). A partir de 2012, o mercado português regressou apenas a duas concorrentes — *Visão* e *Sábado* — e até 2022 não assistiu ao nascimento de novas newsmagazines.

Pré-modernidade

As quatro revistas que habitam a primeira etapa de vida das revistas semanais de informação geral em democracia — Pré-modernidade — são muito díspares e correspondem a um período de experimentação, à procura de uma fórmula vencedora. Entre a *Opção* (1976) e a *Grande Reportagem* (1984) distam oito anos intensos, de grandes transformações na sociedade portuguesa.

O lançamento da revista *Opção* acontece num período-chave da transição democrática em Portugal, do ponto de vista das instituições políticas, dos princípios que regulam a atividade da imprensa e da compreensão do seu papel no novo regime. Os primeiros meses de 1976 correspondem a uma fase de estabilização em torno de instituições centrais do sistema político democrático, num processo que culmina um intenso confronto que, após o 25 de Abril de 1974, envolveu partidos, militares e organizações cívicas, constituindo a imprensa um campo de intervenção privilegiado de discussão sobre a configuração de modelos políticos.

A nova lei de imprensa, aprovada a 26 de fevereiro de 1975, abolira formalmente a censura e consagrara os princípios necessários ao desenvolvimento de um jornalismo livre. Na sequência do Golpe Militar de 25 de Novembro, a revisão do pacto MFA-partidos, em Fevereiro de 1976, permite um compromisso entre os principais atores políticos em torno da arquitetura institucional da democracia portuguesa, posteriormente fixada na Constituição de 1976, aprovada a 2 de abril. Ao longo de 1976, registam-se eleições para os principais órgãos políticos: Assembleia da República; Presidente da República; Assembleias Legislativas Regionais; e Autarquias.

A economia do país reflete os efeitos do período pós-revolucionário. De acordo com António Sousa Franco, que ocupou o cargo de secretário de Estado das Finanças, em 1976, “a «explosão social» desintegrou a rígida e ordenada pirâmide social do salazarismo, devolvendo de repente mais poder social e político (...) aos estratos mais pobres dos meios urbanos” (Sousa Franco, 1994, p. 189). Contudo, essa “explosão social”, associada às nacionalizações que se sucederam no período pós-25 de Abril, acabaram por tornar “a economia portuguesa bem menos preparada para a competição numa Europa de grandes grupos económicos, cerrada competição e exigente progresso tecnológico” (Sousa Franco, 1994, p. 190).

Sousa Franco aponta os anos de 1975 e 1976 como o período em que se fizeram sentir “os custos principais e imediatos da descolonização”, entre os quais estão, por exemplo, a perda de bens e ativos financeiros, a herança das dívidas coloniais, perda de volume de negócios e de influência política, inviabilização de projetos de investimento e o fim da zona escudo. (Sousa Franco, 1994, pp. 190, 191). A *Opção* nasce, assim, em plena crise económica nacional, agravada pelas repercussões da Crise do Petróleo, que se iniciara em 1973. Uma conjuntura que motiva as dificuldades financeiras que teve de enfrentar e também ajuda a perceber a solidão da aposta e a natureza contracorrente da newsmagazine.

Para além de políticas e económicas, as alterações sociais em 1976, dois anos passados sobre o fim do Estado Novo, eram profundas. Os interesses dos mais novos, por exemplo, estavam em profunda mutação. De acordo com Cecília Barreira, uma sondagem realizada a jovens entre os 15 e os 21 anos conduzida em 1977, alguns meses após o lançamento da *Opção*, revelou que a política, o convívio e a literatura eram os interesses mais marcantes do adolescente pós-25 de Abril (Barreira, 1994, p. 492). Para a professora da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, esta evolução foi natural, uma vez que “a sociedade portuguesa iniciou um diálogo com a esfera política, até aí um dos maiores tabus do regime salazarista” (Barreira, 1994, p. 492).

Conta a académica que “as manifestações sucedem-se a um ritmo avassalador e a sociedade civil habitua-se a verbalizar a revolta, o inconformismo, a repulsa ou a adesão a causas, experienciando emoções nunca antes vividas. Há um lado pulsional e emocional no modo como se vive a esfera política e social que marca profundamente o 25 de Abril”. A revolução, conclui, “faz emergir a fala como processo catártico face a um silêncio de decénios, onde a vida privada e a esfera pública eram mantidas em secretismo” (Barreira, 1994, p. 492).

Em resumo, é no ano de 1976 que a democracia portuguesa se institui e se conquista alguma estabilidade política e governativa. Paralelamente, luta-se por equilibrar uma economia muito fragilizada, enquanto a sociedade consolida a vivência em liberdade. Nesta conjuntura única, a *Opção* torna-se a primeira newsmagazine a nascer sob os auspícios de um regime democrático e apresenta, por isso mesmo, características singulares, (e talvez ir-repetíveis), assumindo-se de forma aberta e clara como uma revista engajada, ideológica, militante (Cardoso, 2021).

No caso da efémera *Novo Observador*, publicada apenas durante seis semanas, de novembro a dezembro de 1978, as diferenças da *Opção*, que encerrara apenas há um mês, são mais que notórias. Não existe qualquer semelhança entre o discurso profundamente ideológico da primeira e o tom neutral e descritivo da segunda. A *Mais* é autocentrada na apresentação do projeto e despreocupada da realidade política que a cerca, nunca ultrapassando por completo o passado híbrido, bastante mais longo (quase três anos) do que os cerca de cinco meses em que adota o modelo newsmagazine. Com estas duas publicações, inicia-se uma fase em que este tipo de revista passa a ser um produto económico a viabilizar, ficando para

trás a configuração como espaço de crítica marcadamente política. A *Novo Observador*, apesar da sua muito curta duração, merece referência precisamente por ser a primeira das três apostas de Jacques Rodrigues, fundador do grupo Impala, no território das newsmagazines.

A *Grande Reportagem* nasce em dezembro de 1984, dois meses após o fecho da *Mais*. É a última newsmagazine incluída na fase da Pré-Modernidade e tem uma matriz diferente das três anteriores e de qualquer outra newsmagazine portuguesa — a sua antepassada é um programa televisivo da RTP de título homónimo. Apostada, como o título o denuncia, em reportagens de investigação de grande fôlego, trabalha maioritariamente este género jornalístico. Prepara o futuro e faz ponte com o passado, ao reclamar a defesa da democracia, o direito à dissidência e a luta contra o esquecimento da importância da revolução do 25 de Abril de 1974. Sem nada ter a ver com o discurso revolucionário da *Opção*, preocupa-se em estar à altura da maturidade jornalística exigida após a primeira década de liberdade de imprensa em Portugal.

Entre 1978 e 1984, os seis anos que veem nascer as três últimas newsmagazines desta primeira fase, o sistema político português atravessou uma fase extremamente instável. Várias fórmulas governativas são experimentadas e, nesses seis anos, oito executivos tomam posse. Depois do governo minoritário liderado por Mário Soares, em 1976/77, durante o qual se formaliza o pedido de adesão de Portugal à Comunidade Económica Europeia (CEE), segue-se no poder, em janeiro de 1978, uma coligação PS-CDS, por acordo entre Mário Soares e Freitas do Amaral, aceite pelo presidente Ramalho Eanes. A grave crise económica nacional, agravada pela internacional, leva o governo a negociar com o Fundo Monetário Internacional (FMI) um elevado empréstimo e implica uma política económica e financeira muito restritiva. Divergências entre PS e CDS sobre políticas sociais que o primeiro-ministro Mário Soares queria implementar acabam por ditar o fim da coligação e Eanes demite, a 27 de julho, o II Governo Constitucional empossado seis meses antes.

Face às divisões entre os partidos políticos, o Presidente da República decide nomear um executivo, chefiado por Alfredo Nobre da Costa, que tinha sido ministro de Mário Soares. O III Governo Constitucional inicia funções a 29 de agosto de 1978, mas cai duas semanas mais tarde, a 14 de setembro, através dos votos de PS, CDS e PCP. Ramalho Eanes nomeia novo governo de iniciativa presidencial a 25 de outubro, desta vez chefiado por Mota Pinto, que também fora ministro de Mário Soares. O IV Governo Constitucional dura pouco mais de seis meses, até Mota Pinto apresentar a demissão por alegada obstrução da Assembleia da República à ação governativa. O presidente ainda nomeia um terceiro executivo, liderado por Maria de Lourdes Pintasilgo, que chefia o V Governo Constitucional a partir de 14 de agosto de 1979. O parlamento é dissolvido a 11 de setembro e Eanes marca eleições intercalares para 2 de dezembro, sendo missão de Pintasilgo assegurar o governo de gestão (Reis, 1994, pp. 78-80).

A Aliança Democrática, constituída por PSD, CDS e PPM, liderada por Francisco Sá Carneiro, alcança nas eleições intercalares uma maioria absoluta, atingindo os 42,2% dos votos. O VI Governo Constitucional toma posse a 3 de janeiro de 1980 e vê o poder reforçado com o

resultado de 45% dos votos nas eleições legislativas ordinárias de 5 de outubro. A conjuntura parecia correr de feição a Sá Carneiro que aspirava a uma vitória de Soares Carneiro nas presidenciais, de forma a assegurar uma conformidade partidária entre a maioria da Assembleia da República, o Governo e o Presidente da República. Mas tudo muda com o acidente que vitima Sá Carneiro em Camarate a 4 de dezembro de 1980, com a queda do bimotor que o conduzia ao Porto para um último comício. Três dias depois, Ramalho Eanes é reeleito Presidente da República com 56% dos votos contra os 40% arrecadados por Soares Carneiro (Reis, 1994, p. 82).

O conselho nacional do PSD escolhe Francisco Pinto Balsemão para ocupar o cargo de primeiro-ministro, sucedendo a Sá Carneiro, e o VII Governo Constitucional toma posse a 5 de janeiro de 1981. Explica António Reis, que “sete meses depois [Balsemão] demite-se, para forçar uma clarificação de apoios que o levam a constituir novo governo”, em resposta à forte contestação da sua liderança, dentro e fora do PSD (Reis, 1994, p. 83). O novo executivo inicia funções a 4 de setembro de 1981.

A revisão constitucional de 1982 acaba por ser o facto político mais relevante que marca o VIII Governo Constitucional, o segundo chefiado por Pinto Balsemão. O conjunto de alterações introduzidas “procurou diminuir a carga ideológica da Constituição, flexibilizar o sistema económico e redefinir as estruturas do exercício do poder político, sendo extinto o Conselho da Revolução e criado o Tribunal Constitucional³”. O objetivo de PSD e PS era reduzir os poderes do Presidente, fortalecendo os poderes do Governo e da Assembleia da República. As opiniões dos constitucionalistas sobre se o resultado alcançado foi esse dividem-se, mas o regime democrático entra em “velocidade de cruzeiro, com um significativo abrandamento das tensões conflituais”, ficando ultrapassada a fase “de maior instabilidade e mesmo indefinição de rumos” (Reis, 1994, pp. 82, 83).

Apesar de concretizada a tão desejada revisão constitucional que uniu PS e PSD, a estabilidade económica manteve-se difícil de alcançar. O Governo não conseguiu “evitar a derrapagem dos vários índices económicos e financeiros” (Reis, 1994, p. 83), e os resultados fizeram-se sentir nas autárquicas de 12 de dezembro de 1982, em que o PS sobe para os 32%, e a APU (Aliança Povo Unido, onde se encontrava o PCP) para os 20%. Em consequência, Balsemão apresenta a demissão a 18 de dezembro e, embora o PSD tenha nomeado Vítor Crespo para o substituir, o VIII Governo Constitucional findaria com a dissolução da Assembleia da República por Ramalho Eanes, a 4 de fevereiro de 1983.

As eleições antecipadas seriam ganhas pelo PS. Mário Soares, que já experimentara um governo minoritário, alcança um entendimento com o líder do PSD, Mota Pinto, destinado a suportar uma solução governativa que preparasse a adesão à CEE, permitindo ainda um novo acordo com o FMI. Logo no início de 1985, Mota Pinto não resiste a mais uma crise no

3 Recolhido em <http://www.parlamento.pt/RevisoesConstitucionais/Paginas/default.aspx>.

seu partido e apresenta a demissão, morrendo, subitamente, pouco depois. O IX Governo Constitucional, também conhecido como Governo do Bloco Central, ficava “ferido de morte” e a sua queda foi adiada até à assinatura do acordo de adesão à CEE, em junho.

No intervalo que medeia entre o lançamento da *Novo Observador* e da *Grande Reportagem* (1978-1984) a contestação social esteve sempre patente, em paralelo com a instabilidade política. Em 1978 a inflação estava acima dos 20% e em 1984 alcançou os 29%, enquanto os salários reais apresentavam quebras que, no período de 1982-1984, representaram 14%. Com um descontentamento social generalizado e prolongado, ocorre em 12 de fevereiro de 1982 a primeira greve-geral, convocada pela CGTP em protesto contra as medidas laborais do segundo governo dirigido por Balsemão (Telo, 2007, pp. 230, 281-297).

Na imprensa, assiste-se ao encerramento, em 1979, do *Jornal Novo* e do *Luta*, dois diários que surgiram durante o processo revolucionário. *O Século* e o *Jornal do Comércio* também terminariam, em definitivo, os longos percursos por decisão governamental (Arons de Carvalho *et al.*, 2005, p. 32). Para Mário Mesquita, no período 1974-1985, “a polémica entre o público e o privado esteve sempre presente” e constituiu-se como problema fundamental no campo da comunicação social “sob as mais variadas formas, desde as guerrilhas interpartidárias às pressões com vista à privatização da totalidade da Imprensa ou à abertura da televisão a operadores privados” (Mesquita, 1994, p. 383, 384). Mas é também em 1979 que surge nas bancas o *Correio da Manhã*. O título de formato tabloide lançado a 19 de março viria a tornar-se o diário mais vendido em Portugal.

No que diz respeito às newsmagazines, tanto *Novo Observador*, em 1978, como a *Mais*, em 1985, mantêm-se alheadas das polémicas políticas e económicas. No caso da *Mais*, o percurso da newsmagazine pontuou-se, conforme referido, por algum hibridismo, oscilando entre um formato próximo da tradição das revistas ilustradas de informação e as atuais revistas de social, passando a newsmagazine clássica (após o lançamento da *Grande Reportagem*), e regressando a um formato mais *light* na última fase. Diz Cecília Barreira que “os anos 80 vão arrastando a sociedade portuguesa para um amolecimento dos ideais revolucionários e das grandes frentes de ideologização políticas e partidárias” (Barreira, 1994, p. 492), e a evolução da *Mais* parece demonstrá-lo.

O caso da *Grande Reportagem* é diferente e representa, como se verá, a primeira revista portuguesa que faz questão de se afirmar, de forma clara, como herdeira das newsmagazines internacionais. Apesar de ter estado em circulação apenas durante seis meses, fechando portas a 14 de junho de 1985, foca-se, como prometido no primeiro número, na investigação. Denuncia os mais variados conflitos nacionais e internacionais, não se escusando à análise de problemas políticos complexos e melindrosos, como a situação vivida em Timor-Leste, por exemplo. Fá-lo maioritariamente sem opinar formalmente, mas quando o título considera que os acontecimentos o justificam, surge um editorial assinado “G.R.” em que o posicionamento assumido é claro e inequívoco. É, a par da *Opção*, uma newsmagazine de

características únicas no contexto das publicações portuguesas, que contraria o seu tempo e resiste ao “amolecimento dos ideais” referido por Cecília Barreira.

Modernidade

A fase da Modernidade integra também quatro newsmagazines, mas lançadas num intervalo de cinco anos: *Sábado* (I Série), em 1988, *Face*, em 1989, *Época*, em 1992, e *Visão*, em 1993. Na história da revista semanal de informação geral em Portugal, tudo muda a 18 de junho de 1988, com o lançamento da *Sábado*. A nova revista assume por inteiro o conceito de newsmagazine, no sentido mais consensual do termo, investido da herança da *Time* de Briton Hadden e Henry Luce. A partir desse momento, o mercado português apreendeu o modelo e afeiçoou-se. Não voltaria a registar-se um dia sem pelo menos uma newsmagazine à venda semanalmente. *Face*, em 1989, e *Época*, três anos mais tarde, concorreram sem êxito com a *Sábado*. Seria a *Visão*, nascida em 1993, que iria destronar aquela que foi a primeira newsmagazine de sucesso em Portugal no pós-25 de Abril.

O lançamento da *Sábado* (1988) coincide com um período de estabilidade governativa em Portugal e com uma conjuntura económica internacional muito favorável ao desenvolvimento, onde os fundos estruturais da Comunidade Económica Europeia (CEE), de que Portugal era membro efetivo desde 1985, ocuparam lugar central. O ciclo de crescimento iniciado com a adesão plena à CEE, terminaria em 1992/1993. *Época* e *Visão* são lançadas já com a crise económica à porta.

Entre o final da década de 80 e os primeiros anos da década de 90, do século XX, um conjunto de acontecimentos provoca mudanças profundas nos alinhamentos internacionais. A começar pela queda do Muro de Berlim, a 9 de novembro de 1989, um ato revestido de simbologia e emoção que marca o início do fim da Guerra Fria, que opunha Estados Unidos e a então União Soviética⁴ desde o fim da II Guerra Mundial, em 1945. A reunificação alemã, em 1990, 45 anos após a divisão pós II Guerra Mundial, antecipa a desagregação a Leste, que acaba por atingir a URSS em 1991. O mapa geopolítico redesenha-se.

Ainda na Europa, e em consequência das mudanças nos regimes políticos dos países do Leste, inicia-se a Guerra da Bósnia em abril de 1992, que se prolongaria por três anos e meio, tornando-se o mais longo conflito armado pós-II Guerra Mundial, que faria mais de

⁴ União das Repúblicas Socialistas Soviéticas, designada pela sigla URSS ou pela fórmula abreviada de União Soviética. Fundada em 1922, era o maior país do mundo, que abarcava parte de dois continentes (Europa e Ásia), numa área superior a 22 milhões de quilómetros quadrados. A dissolução da União Soviética, em 1991, deu lugar a 15 Estados independentes: Arménia; Azerbaijão; Bielorrússia; Cazaquistão; Estónia; Geórgia; Letónia; Lituânia; Moldávia; Quirguistão; Rússia; Tadjiquistão; Turquemenistão; Ucrânia; e Uzbequistão.

200 mil mortos. Esta foi a mais sangrenta guerra das que abalaram o território das Balcãs, entre 1991 e 2001, e que envolveram não só Bósnia e Sérvia, mas também Eslovénia e Croácia, Kosovo e Montenegro.

Fora da Europa, a primeira Guerra do Golfo nasce da invasão do Kuwait pelo Iraque, a 2 de agosto de 1990. A ofensiva militar tem início a 17 de janeiro de 1991, depois dos esforços diplomáticos terem falhado. Contra o Iraque reúne-se um conjunto alargado de países, entre as quais Estados Unidos, Reino Unido, França, Arábia Saudita, Síria e Egipto. O conflito gera um clima de incerteza que faz subir o preço do petróleo e perturba a economia mundial durante o início da década de 90. A destruição de poços de petróleo pelo Iraque, durante a retirada do exército comandado por Saddam Hussein, agrava a crise e provoca graves danos ambientais.

Em Portugal, a maioria absoluta obtida pelo PSD, liderado por Aníbal Cavaco Silva, em 1987, permitiu que pela primeira vez depois do 25 de Abril se completasse um ciclo governativo. A situação repete-se em 1991, abarcando, assim, os anos de lançamento das três primeiras newsmagazines da fase da Modernidade. Outra constante deste período é a presidência de Mário Soares. Eleito Presidente da República em 1986, foi o primeiro civil a ocupar o cargo, tendo sido reeleito, em 1991, com dois terços dos votos (Telo, 2008, pp. 44-85).

Também em 1988, o ano em que a *Sábado* surge no mercado, é aprovado um conjunto de leis que transformam a economia portuguesa, em corte com o passado, abrangendo a imprensa e repercutindo-se sobre ela. Desde logo a delimitação entre sectores público e privado, abrindo, a este último, áreas estratégicas como a refinação de petróleo, a siderurgia, a produção e distribuição de gás ou os serviços de telecomunicações. Banca e seguros já constituíam setores abertos à iniciativa privada (Telo, 2008, pp. 273-297). Também a possibilidade de privatização dos órgãos de imprensa pertencentes ao Estado foi consignada na lei, entre 1986 e 1988, sendo ainda aprovada uma nova lei da rádio que autoriza, a partir de 6 de março de 1989, “314 estações a emitir, na sequência do concurso público aberto em 4 de Novembro de 1988” (Nunes & Reis, 1994, p. 400). Entre as até então “rádios-piratas”, encontrava-se a TSF, que se tornou uma influente rádio de informação. A televisão por satélite e por cabo foram regulamentadas em 1988 e 1991.

A Constituição é revista em 1989, ano de lançamento da *Face*, e desaparecem as últimas fórmulas classificadas como marcas ideológicas da revolução que persistiam na componente económica. É eliminado o princípio da irreversibilidade das nacionalizações efetuadas após 1974 e da apropriação coletiva dos principais meios de produção. É prevista a Alta Autoridade para a Comunicação Social, em substituição do Conselho de Imprensa e do Conselho da Comunicação Social, e a abertura da televisão a privados. Os vencedores do concurso lançado em dezembro de 1991 para atribuição de dois canais de televisão começam a operar pouco tempo depois: a SIC em outubro de 1992, tornando-se o primeiro canal de televisão privado português, e a TVI em fevereiro de 1993 (Carvalho, 2005, pp. 33, 34 e Correia, 2005, pp. 116-122).

Este conjunto de alterações no panorama mediático tem como consequências: uma “diminuição da audiência da rádio pública”; “acentuação do fosso da audiência entre a televisão e os jornais”; “desenvolvimento de pequenas e médias empresas no sector audiovisual”; “afirmação dos primeiros grupos empresariais *multimedia*” (Reis & Nunes, 1994, p. 396). Neste período constituem-se alguns dos maiores grupos de comunicação social portugueses, como a Controljornal, em abril de 1988, que daria origem à Impresa em 1991, a Lusomundo⁵ (que está na origem do Global Media Group) e a Media Capital, em 1992.

O mercado dos diários generalistas agita-se com o nascimento do jornal de referência *Público*, em 1990, enquanto outros títulos como *O Diário*, *Diário de Lisboa* e *Diário Popular* encerram entre 1990 e 1991. Entre os vespertinos, apenas *A Capital*, reprivatizada em 1988, persistia. Em concorrência com o *Expresso*, surgem *O Independente*, em 1988, e o *Semanário*, cinco anos mais tarde (1993), enquanto, neste setor, o *Tempo* cessa a publicação em 1990 e *O Jornal* dois anos depois (1992). O mesmo aconteceria ao último vespertino, com *A Capital* a fechar portas em 2005.

A fase da modernidade reúne os quatro títulos que se constituem como as primeiras news-magazines claramente conscientes da sua identidade e das características específicas da revista semanal de informação geral, de acordo com o modelo iniciado com a *Time*. Todas foram criadas de raiz, embora no caso da *Visão* exista um projeto anterior de onde transita a equipa (o semanário *O Jornal*). Nesta etapa, a newsmagazine instala-se, em definitivo, na imprensa portuguesa. O encerramento da *Mais*, em 1985, tinha feito a revista semanal de informação geral desaparecer pela segunda vez na sua história, durante quase três anos. Mas desde o lançamento da *Sábado*, em 1988, que pelo menos um título marca presença semanal nas bancas.

Apogeu, queda e resistência

Na última etapa — Apogeu, queda e resistência — contam-se cinco newsmagazines: *Factos* — I Série (1997); *Factos* — II Série (1998); *Focus* (1999); *Tempo* (2003); e *Sábado* — II Série (2004). Todas as revistas têm em comum o desejo de captar leitores da *Visão*, que tinha conquistado uma posição confortável no segmento das newsmagazines.

Durante quatro anos, de setembro de 1993 a outubro de 1997, a *Visão* esteve sozinha no mercado das newsmagazines. Após tantos projetos falhados, parecia difícil acreditar que o público português estivesse disposto a aceitar a revista semanal de informação geral. Mas a subida consistente das vendas da *Visão* fez perceber que havia interessados em pagar para ler

⁵ O aparecimento da Lusomundo é prévio. A empresa nasce em 1953, ligada ao setor do cinema. Mas a entrada no mercado da comunicação social tem início em 1987, com a compra do *Jornal de Notícias* (Correia, 1997, pp. 78, 79).

uma newsmagazine. A partir de 1997, são vários os títulos que procuram disputar o mercado e desde 1999 que a *Visão* divide as bancas com pelo menos mais uma congénere.

Quando a *Factos* (I Série) é lançada, em 1997, o cenário político em Portugal era extremamente diferente do que se registava em 1993, ano de início de publicação da *Visão*. O PS regressara, em 1995, ao Governo, depois de uma década de governos maioritários do PSD, cujo líder, Aníbal Cavaco Silva, tinha sido derrotado nas eleições presidenciais de 1996 pelo socialista Jorge Sampaio. Ainda que minoritário, o governo socialista de António Guterres cumprirá a legislatura, algo de inédito na democracia portuguesa. No final desse período, regressa a instabilidade governativa quando António Guterres apresenta a demissão em dezembro de 2001, após os maus resultados do PS nas eleições autárquicas (Telo, 2008, pp. 86-120).

Durão Barroso ganha as eleições legislativas em 2002, pelo Partido Social Democrata, formando um Governo de maioria, através de coligação com o Partido Popular, de Paulo Portas. Mas a estabilidade política dura apenas dois anos, até Durão Barroso, em 2004, apresentar também a demissão para poder aceitar o convite para presidir à Comissão Europeia. Em substituição de Durão Barroso, o presidente da República nomeia Pedro Santana Lopes, mas cinco meses mais tarde, em dezembro de 2004, Jorge Sampaio decide dissolver a Assembleia da República e convocar eleições antecipadas, as segundas no espaço de dois anos. Com as legislativas de 2005, o Partido Socialista regressa ao Governo, sob a liderança de José Sócrates, mas agora com maioria absoluta no parlamento, consolidando assim, depois do interregno de 2002-2004, a viragem à esquerda de 1995 (Telo, 2008, pp. 120-133).

Do ponto de vista económico, quando a *Factos* é lançada, em 1997, a crise do início da década tinha sido superada. A economia internacional adaptara-se às mudanças no Leste da Europa e ultrapassara a Guerra do Golfo. Em 1994 iniciara-se um ciclo de expansão que se prolonga até 1998. Em Portugal, os primeiros anos do Governo Guterres são de otimismo, com elevado crescimento económico, inflação e desemprego muito baixos. Os critérios de convergência para a moeda única tornam-se obrigatórios em 1997 e constituem um objetivo consensual entre os dois principais partidos (Telo, 2008, pp. 297-303). Portugal efetua a adesão ao euro em 1999 e em 2002 são introduzidas as novas moedas e notas, com a consequente supressão de circulação do escudo e restantes moedas de mais onze países. Em 2004, a União Europeia alarga-se a dez novos membros, incluindo oito países que tinham pertencido ao designado “bloco de Leste”.

Em Portugal, o ano de 1998 é marcado pela realização da Exposição Mundial (Expo '98), que revitaliza a zona oriental de Lisboa e coloca o país na agenda internacional de 22 de maio a 30 de setembro, com a presença de chefes de Estado e figuras públicas internacionais dos mais variados quadrantes, entre os cerca de 11 milhões de visitantes. Seis anos depois, Portugal acolhe o Euro 2004, o Campeonato Europeu de Futebol, que agita o tecido empresarial e o setor da construção civil, com dez cidades a reformular ou a construir estádios novos. De 12 de junho a 4 de julho, o terceiro maior acontecimento desportivo do mundo traz a Portugal

um milhão de turistas, precisamente no “período de ouro” da newsmagazine, com quatro títulos em circulação (*Visão*, *Focus*, *Tempo* e *Sábado*).

Entre 1997 e 1999 é publicada uma nova lei de imprensa, substituindo a de 1975, que vigorara desde então com algumas alterações, assim como se renovam o estatuto do jornalista e o regulamento da Carteira Profissional (Correia, 2005, pp. 122-128). Ao longo da década de 90, o uso do computador pessoal e da Internet generalizam-se, ao mesmo tempo que os telemóveis passam de luxo a necessidade. Os avanços tecnológicos aceleram o dia a dia e desafiam os meios de comunicação social tradicionais a reinventarem-se para fazerem face ao desafio do admirável mundo novo em rede 24 horas por dia.

O *Jornal de Notícias* é o primeiro jornal português a ter um *site* online, em 1995. Três anos mais tarde, em 1998, é lançado o *Setúbal na Rede*, o primeiro jornal exclusivamente eletrónico. Helder Bastos, da Universidade do Porto, distingue três fases no ciberjornalismo em Portugal: “a da implementação (1995-1998), a da expansão ou *boom* (1999-2000) e a da contracção (2001-2010)” (Bastos, 2011, p 1). Isto significa que os lançamentos das quatro newsmagazines desta última fase — Apogeu, queda e resistência — atravessam todas as etapas da história do ciberjornalismo português.

Em 1999, ano de lançamento da *Focus*, os grandes grupos de comunicação social estão consolidados e acentuam a tendência de concentração. Fernando Correia identifica os quatro maiores grupos de media e respetivos proprietários, à época: Lusomundo, de Luís Silva; Impresa, de Francisco Pinto Balsemão; SOCI-Media Capital de Miguel Paes do Amaral (que em 1998 tinha iniciado o controlo da TVI); e Impala de Jacques Rodrigues (Correia, 2000, pp. 48, 49). Um quinto grupo económico de comunicação surge ainda em 1999, quando a Cofina, fundada em 1995 com interesses diversificados e cotada em bolsa desde 1998, entra no mercado dos média com a aquisição da holding de media Investec.

Em 2000, do acordo entre a Lusomundo e a Portugal Telecom em torno da Internet, resulta a integração da primeira no segundo grupo. No mesmo ano, a Impresa é admitida na Bolsa de Valores de Lisboa enquanto a SIC continua a aposta nos canais temáticos (SIC Internacional em 1997, SIC Notícias e SIC Radical em 2001, dois anos mais tarde SIC Mulher). Ainda em 2000, o Estado constitui o grupo de comunicação Portugal Global SGPS, que integra a agência de notícias Lusa, a RDP e a RTP. Uma estrutura que desaparece em 2003 com a reestruturação do setor empresarial do Estado. Em 2004, a RTP — Rádio e Televisão de Portugal passa a integrar numa única entidade os negócios estatais de rádio e televisão (Faustino, 2004, pp. 157-167). Na imprensa diária surge, em 1998, o *24horas*, depois da experiência falhada do *Manhã Popular*, um ano mais cedo, ambos com o intuito de dividir público com o *Correio da Manhã*, que prosperava. O *Manhã Popular* tinha vivido apenas dois meses, o *24horas* prolonga-se por 12 anos, encerrando em 2010. O *Correio da Manhã* mantém-se em 2022 o jornal português mais vendido.

No princípio do segundo milénio, a economia internacional entra num novo ciclo de crise, inicialmente causado pelo falhanço da aposta maciça nas empresas ligadas à Internet e às novas tecnologias da informação, conhecidas como as “dot.com”. Depois de um crescimento acelerado durante a segunda metade da década de 90, em março de 2000 os ganhos muito elevados das empresas “dot.com” caem de forma abrupta causando uma crise financeira internacional. Logo de seguida, o 11 de Setembro de 2001 cria uma tensão internacional só comparável à existente durante a Guerra Fria.

Os atos terroristas que levaram à queda do World Trade Center, em Manhattan, instalam o medo nos Estados Unidos e uma desconfiança generalizada dos países ocidentais perante as nações e a cultura islâmica. As posições radicalizam-se e culminam na segunda Guerra do Golfo, em 2003. Subterraneamente, uma crise económica ainda mais grave começa a desenvolver-se, fruto de uma crise financeira que não foi de imediato percebida e que viria a culminar, em 2007, com a designada crise do *subprime*, que provoca um longo período de recessão nos Estados Unidos e na Europa (Amaral, 2009, pp. 119-121).

Em Portugal, os resultados económicos eram residuais em 2002 e passam a valores negativos em 2003, iniciando igualmente uma trajetória de divergência relativamente à média europeia. Até 2004 não se notam sinais sensíveis de recuperação (Telo, 2008, pp. 303-311). Apesar disso, a preparação e a realização do Euro 2004, que decorre de 12 junho a 4 de julho, juntamente com a euforia que percorreu o país no apoio à Seleção Nacional, que se sagraria vice-campeã da Europa, afasta do dia a dia das pessoas a consciência clara da crise que dava os primeiros passos. Esta prosperidade aparente, também justifica, de alguma forma, o lançamento da *Tempo* em 2003 e da *Sábado* em 2004, assim como o momento alto 2004-2005 da newsmagazine. É ainda em 2004 que a imprensa gratuita se inicia em Portugal, como o lançamento do jornal *Destak*.

Quando o grupo Cofina decide lançar a *Sábado* em 2004, o título foi recebido com ceticismo. Mais uma newsmagazine? No exíguo mercado português que já contava com *Visão*, *Focus* e *Tempo* todas as semanas nas bancas? Mas contra todas as expetativas e previsões, depois do ano de ouro em que as quatro newsmagazines conviveram, só a *Visão* e, precisamente, a *Sábado* se mantêm em publicação. A *Tempo* passou a revista mensal em 2005, fechando pouco depois. A *Focus* encerrou em janeiro de 2012, ano em que completaria 13 anos de vida. Já a *Visão* completou 29 anos em 2022 — um recorde absoluto na história da newsmagazine em Portugal —, enquanto a *Sábado*, recebida como mais uma aposta falhada, festejou 18 anos, consagrando-se como a segunda newsmagazine portuguesa mais antiga em circulação.

4.1. Cronologia da newsmagazine portuguesa

Títulos precursores e pré-modernidade

1967: A 5 de maio o semanário *Vida Mundial* transforma-se em “revista-magazine”.

1971: É lançada a *Observador* a 19 de fevereiro.

1974: Encerramento da *Observador* a 22 de fevereiro.

1976: Surge, a 29 de abril, a *Opção*.

1977: A 20 de fevereiro é publicado o último número da *Vida Mundial*.

1978: *Opção* encerra a 28 de setembro.

A 2 de novembro sai para as bancas a *Novo Observador*.

Novo Observador publica último número a 6 de dezembro.

1982: É lançada a *Mais* a 16 de abril.

1984: A 7 de dezembro sai para as bancas a *Grande Reportagem*.

1985: Mudança de formato gráfico e reorganização de conteúdos a 11 de janeiro aproximam a *Mais* de uma newsmagazine “tradicional”.

A 31 de maio a *Mais* abandona o formato de newsmagazine.

Grande Reportagem encerra a 14 de junho.

Mais cessa a publicação a 30 de agosto.

Modernidade

1988: A 18 de junho é lançada a *Sábado*.

1989: Começa a ser publicada a *Face*, a 25 de maio.

A 19 de outubro, a *Face* encerra.

1992: *Época* surge a 25 de setembro.

Fim da publicação da *Época* a 27 de novembro.

1993: A 25 de março nasce a *Visão*.

Encerra a *Sábado* a 10 de setembro.

Apogeu, queda e resistência

1997: A 29 de outubro sai para as bancas a *Factos* (I Série).

1998: A 18 de março é publicado o último número da *Factos* (I Série).

Factos (II Série) sai para as bancas a 25 de março.

A 19 de agosto a *Factos* (II Série) encerra.

1999: Surge no mercado, a 25 de outubro, a *Focus*.

2003: A 28 de novembro começa a publicar-se a *Tempo*.

2004: Arranca a *Sábado* (II Série) a 7 de maio.

2005: *Tempo* passa a ser publicada mensalmente, a partir de 29 de junho, encerrando o seu percurso como newsmagazine.

2012: *Focus* termina a 11 de janeiro.

2022: Duas newsmagazines partilham o mercado: *Visão*, com 29 anos, e *Sábado* (II Série) com 18.

Figuras 1 a 15

Capas dos n.º 1 das 15 newsmagazines identificadas⁶.

Fontes: Reproduções dos originais.



⁶ Excetua-se os casos da *Vida Mundial* e da *Mais*. A primeira pelo facto de ter mantido a numeração anterior, que transitou da sua vida enquanto semanário homónimo. A segunda porque o período vivido enquanto newsmagazine acontece apenas durante cinco meses num período perto do final da existência do título. Nestes dois casos, as capas reproduzidas correspondem às primeiras pós-adoção do modelo newsmagazine.

4.2. Pré-modernidade

4.2.1. *Opção*

Duas semanas antes do regresso às bancas da *Vida Mundial* pela mão de Natália Correia, a *Opção*, dirigida pelo escritor e jornalista Artur Portela⁷, é a primeira revista semanal de informação geral a nascer depois da queda do Estado Novo. A publicação do número zero, a 22 de abril, uma quinta-feira, 20 dias após a aprovação da Constituição da República Portuguesa pela Assembleia Constituinte, coincide com a semana em que se assinala o segundo aniversário da Revolução dos Cravos e revela o carácter assumidamente político do projeto, que o título escolhido desde logo evidencia.

O maestro António Victorino d'Almeida, um dos convidados para escrever uma carta ao diretor no número zero, apenas de avaliação do projeto, antes de existir qualquer exemplar, afirma: “Uma revista que opta pelo nome de «Opção», autocondena-se antecipadamente a uma pesada responsabilidade e ao risco imediato de uma pergunta infalível: optar por quê?” (d'Almeida, 1976, p. 64). De acordo com Artur Portela⁸, “a *Opção* tinha ideologia e assumia-a. Mas não tinha partido. Embora acolhesse colaboradores de todos os sectores da esquerda, incluindo a esquerda independente. E não só da esquerda”.

Um ano mais cedo, a 17 de abril de 1975, cerca de um mês após a entrada em vigor da Lei de Imprensa (a 13 de março), tinha sido lançado o vespertino *Jornal Novo*, também dirigido por Artur Portela, tendo José Sasportes como chefe de redação. Como explica Pedro Marques Gomes, o jornal destacava-se pelas célebres fotomontagens publicadas na primeira página, muitas delas partindo de caricaturas de Rafael Bordalo Pinheiro, em que políticos e militares eram o principal alvo, os editoriais do director e os notáveis textos dos colaboradores (figuras como Eduardo Lourenço e Vitorino Magalhães Godinho, entre outros). Factos que “faziam com que o *Jornal Novo* se distinguisse claramente no panorama mediático nacional” (Gomes, 2013, p. 66).

No Editorial do primeiro número, publicado a 17 de abril de 1975, o *Jornal Novo* caracterizava-se como uma publicação “de vocação socialista”, que pretendia ser um “diário de combate para uma informação aprofundada”. Artur Portela assumia que o *Jornal Novo* iria

7 À época do lançamento do título assinava como Artur Portela Filho, como forma de diferenciação e homenagem ao pai, Artur Portela (1901-1959), que tinha sido também jornalista e escritor. A designação “Filho” cai mais cedo no espaço do Editorial, mas na ficha técnica só passa a figurar apenas “Artur Portela” a partir do n.º 66, de 28 de julho de 1977.

8 Testemunho recolhido através de um questionário enviado por e-mail durante a primeira semana de setembro de 2014. Todas as informações e declarações atribuídas a Artur Portela (que não contenham referências à publicação em que se inserem), resultam desse contributo precioso, que pode ser consultado na íntegra nos anexos (pp. 127-132) de Cardoso, 2015.

lutar “pela defesa, pela afirmação, pela criatividade da revolução portuguesa”. Afirmações que irão ecoar no estatuto editorial da *Opção*, redigido um ano depois. Enquanto Portela esteve à frente dos destinos do título, “as questões da liberdade de imprensa e do controlo dos média foram amplamente exploradas nas páginas do vespertino”, afirma Pedro Marques Gomes (2013, p. 74), com tomadas de posição muito veementes contra todas as formas de censura. Após o Golpe de Estado de 25 de Novembro de 1975, que iniciou um novo ciclo político menos à esquerda, diretor e chefe de redação acabaram por ser afastados em fevereiro de 1976 pela administração do jornal, propriedade de onze “personalidades conservadoras”, na sua maioria com “ligações à Confederação da Indústria Portuguesa (CIP), a estrutura patronal, à época, mais relevante” (Gomes, 2013, p. 66).

O fim do percurso de Artur Portela e José Sasportes no *Jornal Novo* marca o início da idealização de um novo projeto, com objetivos muito claros. “Queríamos debater Portugal. Queríamos debater Portugal no Mundo. Queríamos contribuir para a criação de um espaço de diálogo à esquerda. Queríamos aprofundar o nosso tipo de intervenção jornalística, agora com uma periodicidade que permitia outra variedade e outro alcance. Queríamos assegurar a independência de um título que era propriedade de jornalistas”, explica Artur Portela. As vontades conjugaram-se e, em tempo recorde, (cerca de dois meses após o afastamento do *Jornal Novo*), chegava às bancas a *Opção*, a 22 abril de 1976.

Com 68 páginas, desenho gráfico assinado pelos pintores Isabel Laginhas e Luiz Duran, o n.º 0 da revista tem 22X30 cm, dimensões um pouco superiores às habituais numa newsmagazine, e custa 20\$00. As páginas interiores usam um papel branco e encorpado, mas sem imagens a cores, contrastando com o papel brilhante da capa e os jogos cromáticos que nesta se encenam. O logótipo recorre a uma fonte inusitada, pouco formal, em minúsculas, inclinadas (excecionando-se o P), com o til a fugir do A, a caminho do O. O mesmo tipo de letra será usado no interior da revista para designar as secções. Nos números seguintes o logótipo da *Opção* vai variando de cor — azul, preto, amarelo, verde, são alguns dos tons que se sucedem.

O design da capa da nova newsmagazine, do tipo um tema, uma imagem, é muito semelhante ao usado, à época, pela *L'Express*, não deixando de haver reminiscências da *Time*, pelo facto de recorrer a uma moldura vermelha, que depois variará de cor, tal como acontecia no título francês. Artur Portela admite a influência da *L'Express* e acrescenta como fontes de inspiração a americana *Newsweek* e a italiana *L'Espresso*.



Figura 16

Capa do n.º 0 da revista *Opção*, 22 de abril de 1976.

Fonte: Reprodução do original.

O primeiro editorial da *Opção*, assinado por Artur Portela, é publicado na página 15 e tem um título esclarecedor: “Opção qual, por quem, como?”, estando a primeira palavra centrada em cima e as restantes, também centradas, na linha abaixo. Explica Portela que a *Opção* nasce porque “há cada vez menos semanários de Esquerda. Sobretudo, eficazes”. A revista pretende, por isso, ocupar esse espaço que considera quase vazio e ser “uma voz de Esquerda”, “que se quer criativa, e não apenas defensiva”. A *Opção* vai bater-se “por uma afirmação da capacidade política, profissional e moral da Esquerda”, de uma forma ativa, ou seja, “revelando-a, suscitando-a, desencadeando-a” (Portela, 1976b, p. 15).

Em termos ideológicos, Portela afirma a equipa da *Opção* como “socialistas independentes” que sentem ter deveres apenas para com os “interesses da maioria esmagadora do povo português — os trabalhadores”. O diretor afirma também que a revista é “um jornal de esquerda” e um “semanário político”, “não porque só falamos de política mas porque falamos politicamente das coisas”. Junta-se assim a “semanário” a autorreferenciação como “jornal”, empurrando a revista para esse campo da imprensa. Na apresentação dos conteúdos, Artur

Portela enumera as secções “Portugal”, “Mundo” e “Espectáculos”, assim como “a análise política, os colunistas, a reportagem”, uma vez que a *Opção* “quer ser um semanário de grande informação”, capaz de “falar nítido e de falar concreto” — e aqui estas características aproximam-na da newsmagazine. Em relação ao público, “interessam-nos leitores exigentes”, afirma o diretor. Em troca, promete “um jornalismo renovador, analítico e claro”, que trabalhe “por um socialismo libertador, fecundo, original” (Portela, 1976b, p. 15).

Na ficha técnica, publicada na página 16, ao diretor, que se identifica como Artur Portela Filho, segue-se José Manuel Teixeira como chefe de redação; e são os mesmos dois nomes que surgem, mais à frente, sob a designação “Gerência”. Seis jornalistas integram a redação: Alexandre Pomar, Armanda Passos, Carlos Veiga Pereira, José Sasportes, Maria Guiomar Lima e Mário Bettencourt Resendes. Como “gráficos” constam os nomes de Isabel Lajinhas e Luís Duran⁹ A ficha técnica continua com um quadro de 14 “Colaboradores Efectivos”, entre os quais, por exemplo, António Pedro de Vasconcelos¹⁰, José Augusto França, José Colaço, Maria Belo, Miguel Galvão Teles e Serras Gago. Antes dos dados mais técnicos, surgem cinco “Colunistas”: António Reis, Eduardo Lourenço, João Cravinho, Jorge Sá Borges e Remy Freire.

No canto superior esquerdo da página 60, a *Opção* n.º 0 apresenta aos leitores o Estatuto Editorial, que não voltará a republicar. Com apenas quatro pontos, importa transcrevê-lo para se perceber, ainda com mais clareza, os objetivos, natureza e ambições da revista:

1. «OPÇÃO» pretende realizar o projecto de um jornalismo analítico, crítico e independente, apertadário, mas de clara opção socialista.
2. «OPÇÃO» pretende constituir um instrumento para a definição de uma política de esquerda convergente, realista, criativa e eficaz.
3. «OPÇÃO» pretende participar no desenvolvimento das conquistas históricas da revolução, nomeadamente a democratização e a reforma agrária.
4. «OPÇÃO» beneficia da participação da redacção no estabelecimento das suas linhas de actividade, através da análise crítica de cada número e da planificação dos números seguintes.

Essa análise crítica e essa planificação são suscitadas sistematicamente pela direcção e pela chefia da redacção, responsáveis pela orientação geral do semanário.

9 Os dois nomes surgem de igual forma no n.º 1, mas no n.º 2, a grafia passa a Isabel Lajinhas e Luiz Duran. Este último voltaria à grafia inicial mais tarde.

10 Que perde o “de” no segundo número.

O quarto e último ponto do Estatuto Editorial da *Opção* diz respeito ao funcionamento da newsmagazine e não levanta grandes questionamentos, apontando-se apenas o facto de sublinhar a inter-relação próxima entre chefias e jornalistas, vincando o carácter de um trabalho conjunto. Mas atente-se na última palavra utilizada: “semanário”. Confirmando o enunciado pelo diretor no Editorial, é assim que a *Opção* oficialmente se define, afastando-se do universo das revistas e mergulhando no dos jornais.

Quando questionado sobre a natureza da *Opção*, Artur Portela classifica-a como uma revista, mas reconhece que esta não cumpria os cânones normalmente associados a este tipo de imprensa, nomeadamente “o luxo gráfico”, tal como se traduzia, exemplifica, na *Life* ou na *Paris Match*. Afirmo que “a *Opção* era, digamos, um semanário-revista”. Refletindo, acrescenta: “E vice-versa? Talvez não vice-versa. Talvez sobretudo semanário. Político, cultural, económico. Posso admitir que, então, as duas designações, semanário e revista, fossem, para nós, difusamente embora na nossa pressa, coisas quase sinónimas”. Artur Portela aponta ainda outra explicação, afirmando que “apetece-me admitir a possibilidade de que essa “hesitação” projectava um misto de dúvida e de vontade. E talvez a pulsão de uma memória-tentação, a das revistas políticas, culturais, que antecederam o salazarismo”.

No primeiro ponto do Estatuto Editorial, a revista afirma pretender fazer um “jornalismo analítico, crítico e independente, apartidário”, palavras habituais no Estatuto Editorial de qualquer publicação informativa. Mas a última parte, ainda do primeiro ponto, já marca a diferença: “mas de clara opção socialista”. Existe aqui um posicionamento ideológico à esquerda formalmente assumido na carta de princípios da publicação, em consonância com a apresentação do diretor no Editorial. Os dois pontos intermédios clarificam-no. Assim, no segundo princípio, a revista afirma querer ser “um instrumento para a definição de uma política de esquerda convergente, realista, criativa e eficaz”. No terceiro, acrescenta a vontade de “participar no desenvolvimento das conquistas históricas da revolução, nomeadamente a democratização e a reforma agrária”. Fecha-se um programa mais político que editorial.

Sem explicação, na mesma página em que o Estatuto Editorial se insere e continuando para a página seguinte (p. 61), a *Opção* publica a escritura referente à constituição da empresa editora da revista, a “Frente — Sociedade de Publicações, Ld.^a”. Pelo espírito da publicação, presume-se que terá sido uma decisão de transparência para com os leitores. Fica-se assim a saber que os proprietários são Artur Portela, José Sasportes, Carlos Veiga Pereira e José Manuel Teixeira, todos jornalistas (e todos diretamente envolvidos no projeto, Manuel Teixeira, como referido, surge na ficha técnica como chefe de redação, Veiga Pereira e Sasportes na redação). O capital social é de 160 contos, dividido, igualmente, em quatro quotas de 40 contos.

Ainda no número zero, mas recuando à página 25, até um texto não assinado, anunciam-se alguns dos conteúdos que a revista pretende apresentar semanalmente aos leitores: entrevistas; reportagens; inquéritos; os “painéis *Opção*”, reunindo “individualidades de diferentes formações políticas, e independentes” com o objetivo de encontrar “pistas para a

abordagem da realidade nacional”; sondagens «Opção», de forma a ser possível aos leitores da revista “acompanhar o evoluir da opinião de largos e significativos sectores do País sobre acontecimentos e problemas que nos afectam a todos, no campo político, económico, cultural, etc.”. Um conjunto que aponta para uma vontade de dotar os leitores de instrumentos de análise crítica da realidade complexa vivida em 1976.

Uma fotografia de Mário Soares, em plano médio, sentado numa poltrona, faz a capa da *Opção* número 1, de 29 de abril de 1976. O tema eleições repete-se, mas é uma repetição incontornável para uma revista semanal de informação geral que sai para as bancas quatro dias após um ato eleitoral nacional. A *Opção* introduz uma novidade: um pequeno comentário inserido na parte inferior da moldura da capa, centrado, estruturalmente semelhante ao usado pela *Observador*, de Artur Anselmo, nos dois primeiros números zero (Cf. 3.2.2). Contudo, o comentário introduzido pela *Opção* não é uma frase que lança pistas interpretativas do acontecimento. É uma frase irónica, umas vezes recorrendo a provérbios populares, outras ficcionalizando-as e atribuindo-as a personalidades reconhecidas. É este último o caso da primeira, na qual se lê “«Ah! Senhor vede bem o partido que tomais»”, assinado “Molière”, numa alusão à decisão que Mário Soares, líder do PS, o partido mais votado, teria de tomar para formar uma coligação que lhe permitisse governar.



Figura 2

A partir do n.º 1, a capa da *Opção* passa a inserir um comentário satírico no rodapé.
Fonte: Reprodução do original.

Artur Portela repete no primeiro número todo o conteúdo do editorial do n.º 0, que é inserido novamente na página 15. Contudo, o oitavo parágrafo é novo, acrescentado no meio do texto original para comentar o resultado das eleições legislativas de 25 de abril de 1976. O diretor destaca a importância da vitória da “Esquerda” e da derrota da “Direita”. Também diferente é a fotografia que acompanha o espaço do editorial — Portela abandona o ar sério, quase preocupado, do número zero, surgindo sorridente e confiante na nova imagem do número um.

No cabeçalho da página 13 surge o logótipo da revista, abaixo uma linha que inclui o número, a data e o preço da revista e, a seguir, surgem os nomes do diretor e da empresa proprietária. Após um fino filete, o restante espaço é ocupado pelo sumário, que se divide em cinco secções. “Portugal” abre a revista e ocupa mais de um terço do título, com 25 páginas, incluindo temas de política e economia, assim como o “Editorial” e as “Cartas ao Director”. Na secção “Colunistas”, António Reis, Eduardo Lourenço, João Cravinho, Remy Freire e Luís Jardim assinam textos distribuídos entre as páginas 21 e 36. Ao “Mundo” estão reservadas apenas quatro páginas e à “Cultura” sete, uma destas intitulada “Mulher Opção”, a pensar no público feminino, que se mistura com temas de cinema, teatro e livros. O sumário fecha com “Documento Opção”¹¹, neste caso uma entrevista a Emídio Guerreiro, apresentado como ex-guerrilheiro, ex-secretário-geral do PPD e ex-PPD, que “conta como foi aos leitores da «Opção»”. A lista de conteúdos arruma-se numa coluna vertical à direita, enquanto à esquerda, se inserem três destaques para peças concretas, acompanhados de fotografia.

Antes da página 13 onde se encontra o sumário existem, contudo, outros espaços delimitados. A revista abre com “Luneta”, na página 1, um conjunto de pequenos textos críticos, redigidos com alguma ironia, sobre temas polémicos da atualidade política. Seguem-se duas páginas de “Conde de Abranhos”, uma crónica ficcional, assinada por Artur Portela e, por fim, nove páginas de “A nossa opção” com críticas teatrais, de cinema, televisão, livros (com um *top dos best sellers*), discos e exposições. Uma estrutura que faz lembrar a secção “Tempo Livre” que abria a newsmagazine *Vida Mundial*, entre 3 de outubro de 1974 e 30 de outubro de 1975 (Cf. 3.2.1).

A ficha técnica da *Opção* cresce do n.º 0 para o primeiro número e novamente para o n.º 2, de 6 de maio de 1976, a partir do qual passa a apresentar uma estrutura mais completa. No que diz respeito a alterações, apenas quatro jornalistas integram a redação, uma vez que desaparece o nome de Carlos Veiga Pereira¹² e o de José Sasportes transita para os “Colaboradores Efectivos”, secção que cresce para vinte elementos. Existe agora uma indicação individualizada de “Fotografia”, por baixo da qual há apenas o nome de Miranda Castela. Os

11 Apesar de se terem usado maiúsculas no início das designações das secções, no sumário da *Opção*, tal como já tinha sido referido mais acima, estas surgem totalmente em minúsculas, numa estrutura derivada do logótipo.

12 Que regressaria mais tarde à ficha técnica, integrando os colaboradores.

colunistas passam a seis com a entrada de Luiz Jardim. E, por último, passa a haver a indicação de Francisco Agarez como “secretário geral”.

Artur Portela só tem elogios para a equipa que fez a revista *Opção*:

O chefe de redacção, José Manuel Teixeira, que também viera do *Jornal Novo*, é um dos jornalistas mais competentes e trabalhadores da sua geração. Só um profissional como ele podia assumir a tarefa que assumiu. Numa redacção muito pequena, lado a lado com Alexandre Pomar, Armanda Passos, Carlos Veiga Pereira, Maria Guiomar Lima e Mário Bettencourt Resendes. Todos de grande qualidade. Com carreiras prestigiadas. Num trabalho praticamente *non stop*. Uma palavra, ainda, para Francisco Agarez e Carlos Arinto¹³ que se ocupavam de aspectos decisivos do projecto, não predominantemente jornalísticos.

A 27 de maio de 1976, a *Opção* chega ao quinto número e reforça a aposta numa relação dialogante, de proximidade, com os leitores. Sob o título “Por uma «Opção» melhor”, a revista publica um questionário com três páginas que pretende tornar anual. A intenção é usá-lo como base para realizar uma sondagem sobre vários aspetos: local onde é comprada a revista; razões de compra; opiniões sobre secções, desenho gráfico e “verdade da informação”. O questionário inclui perguntas sobre clareza, imparcialidade, independência e, até, sobre hábitos de leitura. De acordo com Artur Portela, a revista “foi bem recebida. Tivemos uma ótima primeira fase, com um número impressionante de assinantes”.

O inquérito aos leitores foi elaborado com o apoio do Gabinete de Estudos Contagem, dirigido por Maria Eugénia Retorta, que realizara estudos estatísticos durante o período eleitoral que findara há um mês. *Opção* explica no texto introdutório do questionário que este é lançado para conhecer melhor os leitores, o que pensam da revista e de que forma podem melhorá-la. Não há indicação da data limite para o envio das repostas. Numa análise distanciada, talvez fizesse mais sentido apostar pela primeira vez num instrumento destes quando a revista estivesse há mais tempo nas bancas, mas a época vivida pela *Opção* era excepcionalmente acelerada e a ânsia de fazer novo, melhor e já, estruturante das decisões. A iniciativa, contudo, associada aos concursos e passatempos promovidos, e ao espaço alargado para cartas de leitores, demonstra a vontade de estar cuidadosamente atento a quem decidia comprar semanalmente a *Opção*.

Ao longo dos meses, a escolha do tema de capa recai maioritariamente sobre a política nacional. Mas o internacional, assim como os temas de sociedade, como o comportamento e a educação, também marcam presença no rosto da *Opção*. No que diz respeito à construção da capa, logo a partir do segundo número passa a multi-tema, uma imagem, estrutura que se

13 Ausente na primeira ficha técnica, surge mais tarde no quadro de colaboradores.

torna a regra, surgindo uma segunda referência de capa inserida num retângulo que atravessa o canto superior direito. Apesar de acontecer o recurso à fotografia (tal como os dois primeiros números são exemplo), e até haver uma capa tipográfica (a 12 de julho de 1976, sobre os cortes de energia), a grande aposta em termos de imagem principal na capa da *Opção* foi a ilustração. Algures nessas imagens, vislumbra-se as iniciais do autor: “ant alf”. O enigma foi resolvido com a ajuda de Artur Portela. Pertencem ao pintor António Alfredo.

A 7 de abril de 1977, perto do primeiro aniversário e menos de dois meses após o encerramento da *Vida Mundial*, Artur Portela anuncia no editorial da *Opção* n.º 50, um aumento de 5\$00 a partir da semana seguinte. O diretor explica que são “obrigados a elevar o preço de capa em consequência dos aumentos dos custos de produção em geral e do papel em especial”. A *Opção* passa, assim, a custar 25\$00 a partir de 14 de abril. Lembra Portela que a revista “não vive à custa do Estado” e não é apoiada por “nenhum grupo de empresas. Vive dos exemplares que vende e da publicidade que insere” (Portela Filho, 1977, p. 16).

Na linha habitual de inter-relação com os leitores, o diretor lembra o inquérito lançado nas duas semanas anteriores que colocara a questão do aumento do preço, acompanhado de outras perguntas sobre hábitos de leitura e características da revista, na segunda edição da sondagem “Por uma «Opção» melhor”. Artur Portela promete para breve a divulgação estruturada dos resultados, mas adianta duas tendências identificadas: a) os leitores veem a *Opção* como “um semanário independente de esquerda, não vinculado a quaisquer interesses partidários ou económicos”; b) os leitores estão dispostos a pagar mais pela revista (Portela Filho, 1977a, p. 16).

A 21 de abril de 1977, data em que a *Opção* festeja o seu primeiro aniversário, Artur Portela assina um editorial de balanço com o título “Um ano depois, um ano antes”, que procura fazer a ponte entre o passado e o futuro. O diretor destaca a excecionalidade dos últimos 12 meses: “Ano da Constituição, ano da institucionalização da democracia, ano do governo socialista. Ano do assentamento, de perplexidade e de ambiguidade. Ano de reagrupamento da direita. Ano do realinhamento de forças”. O que se adivinhava através da data escolhida para o lançamento da newsmagazine é confirmado por Portela quando afirma que “não é por acaso que surge, neste ano, a voz que é o semanário «Opção»”. Sobre as reações partidárias ao aparecimento da *Opção*, uma das palavras usadas resume-as bem, “incomodidade”. De acordo com Portela, “boa parte da esquerda instalada (...) considera este semanário hipercrítico e desajustado do concreto”, enquanto “a direita (...) considera este semanário hipercrítico e desajustado da etiqueta”. É o custo a pagar pela independência, conclui.

Para o diretor, a maior conquista da *Opção* é o diálogo com os leitores, uma vez que é deste “que obtemos autoridade para dizer o que dizemos e para seguirmos adiante”. Numa análise da situação económica da revista, Portela afirma que vendas e tiragem encontram-se em expansão, mas a publicação enfrenta problemas causados pelo aumento do preço do papel e pela sua escassez. Como solução, o diretor afirma que estão a ponderar “a possibilidade

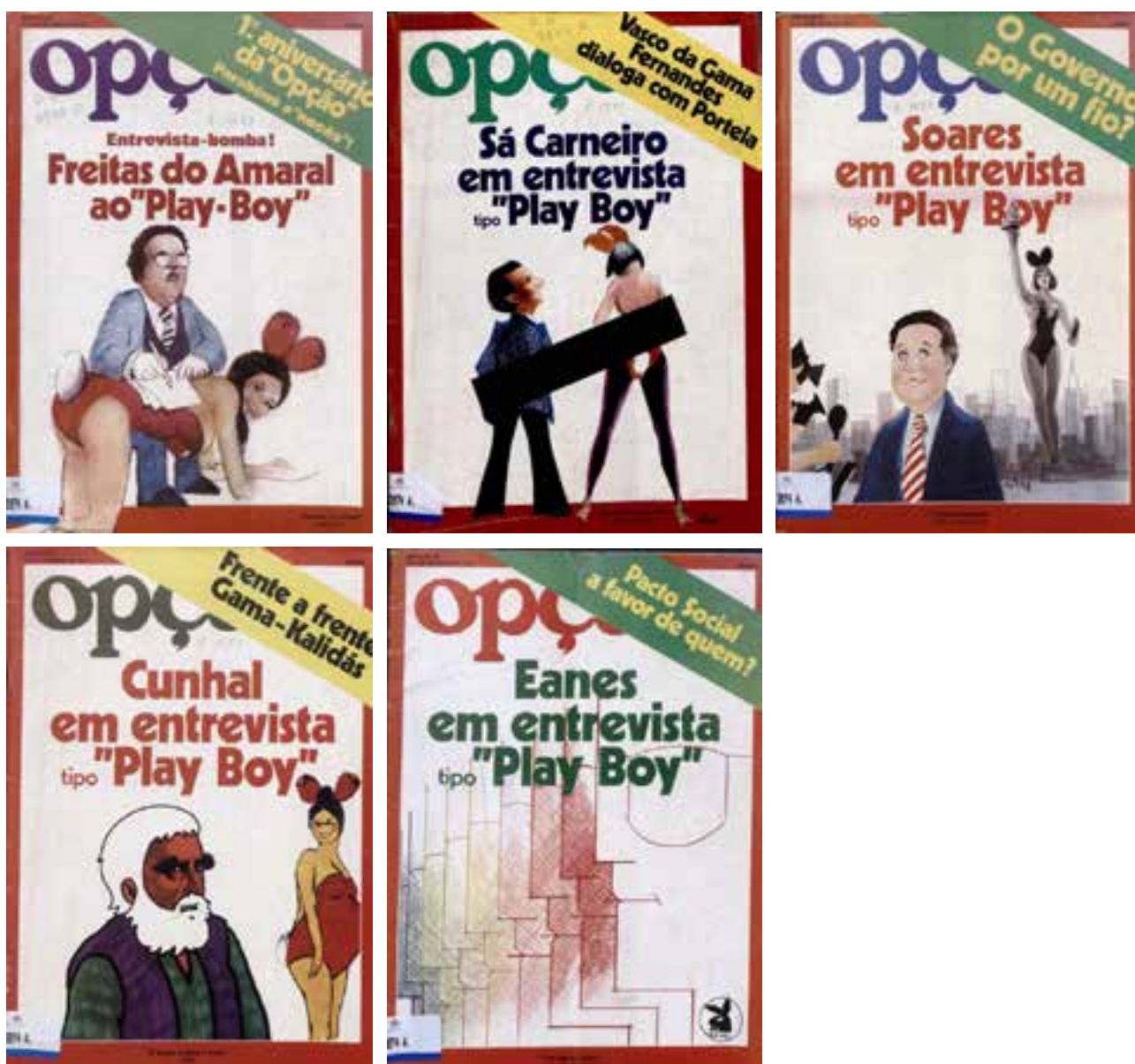
de utilização de um papel mais fácil de obter”, a partir do mês seguinte, mas garante que essa mudança, a acontecer, não terá implicações na organização e nos conteúdos da revista (Portela, 1977, pp. 18, 19).

Três semanas mais tarde, o n.º 55, de 12 de maio de 1977, é o primeiro a ser publicado num papel menos espesso e mais amarelado, semelhante ao usado pelos jornais. A capa mantém a qualidade habitual, em papel *couché*, a cores, de acabamento brilhante. A alteração só é, contudo, anunciada na semana seguinte, a 19 de maio de 1977, no espaço não assinado de diálogo com o leitor “Dois dedos de conversa”, na página 16 do n.º 56. As razões já apresentadas pelo diretor no número de aniversário reafirmam-se e a revista sublinha que as medidas que estão a tomar contam com o apoio dos leitores, que afirmam apenas se importar com a manutenção “de um semanário independente de esquerda, livre de todas as tutelas económicas, políticas, partidárias” (1977, p. 16).

A sátira, “mas também o humor e a ironia”, como Artur Portela faz questão de sublinhar, foram uma constante ao longo da vida da *Opção*, tanto dentro da revista como na capa. Mas é em abril de 1977 que atingem o expoente máximo, com as longas entrevistas ficcionais apelidadas de «tipo “Play Boy”» “realizadas” aos principais líderes políticos da época e ao Presidente da República, com perguntas e respostas hilariantes, todas com direito a capa, ao longo de cinco semanas, de 21 de abril a 19 de maio. Foi esta a forma escolhida pelo título para assinalar o terceiro aniversário do 25 de Abril e o primeiro da *Opção*.

A ordem de publicação das “entrevistas” foi a seguinte: Diogo Freitas do Amaral, a 21 de Abril (data em que a chamada de capa secundária noticia os primeiros 12 meses da *Opção*, com a indicação “Parabéns a “nocês”!”). A frase de rodapé é “Cherchez la femme!” assinada por Anónimo); Francisco Sá-Carneiro, a 28 de abril (com a frase de rodapé “Pela boca morre o peixe”, assinado provérbio popular); Mário Soares, a 5 de maio (no rodapé lê-se “A noite é americana”, assinado por João Lucas Godard [sic]); Álvaro Cunhal, a 12 de maio (em rodapé temos “O branco também é bonito!”, assinado por Heidi); e, finalmente, o General António Ramalho Eanes a 19 de maio (lendo-se em rodapé “Portugal é a razão”, assinado por J. C. Ary dos Santos).

A capa dedicada ao Presidente é a menos ousada em termos conceptuais, enquanto as mais provocadoras são as dos dois líderes dos partidos mais à direita, representados numa relação de maior proximidade com a “coelhinha” símbolo da Playboy. Em contrapartida, na última capa a figura humana feminina desaparece e apenas surge um “carimbo” da Playboy no canto inferior direito. A figura do presidente reduz-se a uma representação estilizada de perfil, e uma análise menos atenta, que não tenha em atenção o título, pode até não verificar de imediato que esta última capa ainda se insere na série de entrevistas «tipo “Play Boy”». Atente-se, ainda, na separação “play” “boy” (na capa de Freitas do Amaral estão unidas por um hífen), que impede a coincidência total com o nome da revista de Hugh Hefner, embora a relação seja evidente.



Figuras 17-21

As capas da *Opção* com as entrevistas de «tipo "Play Boy"» «realizadas» de abril a maio de 1977.

Fontes: Reproduções dos originais.

Tal como já referido, dois meses antes do início destas “entrevistas especiais”, a *Opção* tinha ficado novamente sozinha no mercado das newsmagazines portuguesas, retomando a condição solitária que usufruía durante as duas primeiras semanas de existência. A *Vida Mundial*, sob direção de Tomaz Ribas, cessara a publicação a 10 de fevereiro de 1977. Quando fechou, a revista tinha uma tiragem de 16 mil exemplares, enquanto a *Opção* registou uma média de 20 mil no mês de fevereiro, que subiu para 23 mil em março, provavelmente na sequência do desaparecimento da concorrente.

Durante nove meses (6 de maio de 1976 a 10 de fevereiro de 1977), as duas newsmagazines chegaram todas as quintas-feiras às bancas, em concorrência direta pela atenção dos leitores. Tinham ambas 68 páginas de informação nacional e internacional e assumiam-se como publicações com opinião. A *Vida Mundial* custava 25 por cento menos que a *Opção*, ou seja, 15\$00. Mas nem esse facto foi suficiente para que resistisse à turbulência já relatada (Cf. 3.2.1). Sobre a concorrente, Artur Portela afirma que a *Opção* era “mais solta. Eu diria totalmente solta. Desenquadrada da guerra que ia pelos jornais e pela RTP e pelas estações de rádio”.

No final do ano em que *Vida Mundial* encerra, a *Opção*, no n.º 86 de 15 de dezembro de 1977, sobe novamente o preço cinco escudos, atingindo os 30\$00, sem aviso prévio ou explicações no primeiro número de valor mais elevado. Um contraste absoluto como as preocupações e os cuidados que, em abril, o título tivera quando procedera ao primeiro aumento, e em contradição com a tradição de diálogo com os leitores. Com o novo preço surge também uma pequena reforma gráfica que traz o sumário para a página 1. O índice passa a ocupar a largura do terço final da página que usa os dois primeiros terços para dar destaque a três peças, acompanhadas de fotografia.

A 27 de abril de 1978, o n.º 105 da *Opção* assinala o segundo aniversário ou, melhor, o início do terceiro ano de publicação. A ficha técnica refere uma tiragem de 20.500 exemplares. Na capa, lê-se a vermelho, inserido num quarto de círculo amarelo no canto superior direito, “Opção entra no 3º ano”. É a única informação secundária, uma vez que o tema que faz a capa é um dossier especial sobre o quarto aniversário da Revolução dos Cravos. Desta vez, no interior da revista, a conquista da *Opção* não é referida no Editorial, é guardada para o espaço de diálogo, não assinado, “Dois dedos de conversa com o leitor”, na página 16.

Intitulado “Entramos no 3º ano”, o texto escrito em itálico, é, essencialmente, um balanço dos primeiros dois anos da *Opção*, mais do que o anúncio do que será o terceiro. Lembra-se a “experiência da luta pela continuação e desenvolvimento de um semanário que nasceu absolutamente independente, quer no plano político, quer no plano económico, e que assim se mantém”. Comenta-se abertamente a crise da imprensa, referindo a subida dos preços e consequente crescimento dos custos de produção. Afirma a *Opção* que “a crise económica retrai o público e os anunciantes. Os jornais são em número excessivo”. O texto termina com agradecimentos a todos os que têm apoiado a revista, mas antes lembra que “o projecto OPÇÃO, o de uma sociedade libertada, e renovada, esclarecida, informada, aberta, dialogante,

pacífica, é um projecto muito maior do que um semanário” e a razão que torna a newsmagazine indispensável.

Cinco meses mais tarde, a 21 de setembro de 1978, no espaço “Opção e os seus leitores”, a nova designação do “Dois dedos de conversa”, a revista n.º 126 debate os resultados da terceira edição da sondagem “Por uma «Opção» melhor”, que pretendia avaliar o interesse que os leitores teriam “em participar no capital social de uma nova empresa proprietária desde semanário”. A pergunta nasce da necessidade de conversão da empresa proprietária numa sociedade anónima, para conseguir “enfrentar a crise generalizada da imprensa, consequência da crise económica”. A revista dá conta da vontade dos leitores em participarem na viabilização da empresa e informa que já reuniu até ao momento um montante “superior às três centenas de contos”. Contudo, existem dúvidas sobre a forma como a futura empresa pode ser controlada e operacionalizada, ao mesmo tempo que as dificuldades financeiras se agudizam (1978b, p. 21).

Na semana seguinte, o espaço não assinado “Opção e os leitores” faz novo ponto da situação que nada acrescenta ao enunciado sete dias antes. Na capa, uma ilustração a preto e branco, de base fotográfica, mostra o presidente da República, Ramalho Eanes, sentado, provavelmente num momento formal, mas de perna cruzada, numa pose descontraída, olhando para a margem direita da moldura encarnada. No título expressivo formal¹⁴, em maiúsculas vermelhas, inserido numa coluna de seis linhas, à direita da imagem, lê-se “Hipóteses: (sublinhado)/ quatro/ foi/ a conta/ que Deus/ fez”. Jogando com o provérbio “Três foi a conta que Deus fez”, a *Opção* identifica o General Ramalho Eanes com “Deus”, já que o presidente tinha nas suas mãos o poder de decidir que governo nomear — precisamente o quarto depois de instituído o sistema legislativo democrático. “Será que é desta que acerta, não à terceira, mas à quarta?”, é uma mensagem em formato de questão possível de descodificar nas entrelinhas do título construído.

Esta capa do n.º 127, de 28 de setembro de 1978, parece ter sido desenhada sob condições anormais, uma vez que no cabeçalho inserem-se duas datas diferentes e tanto a da esquerda (29 de setembro) como a da direita (14 de setembro) estão erradas, tal como a numeração da direita (que refere n.º 125). A maior pista nasce na habitual frase inserida em rodapé: “Não pedimos desculpa por esta interrupção”, assinada “Anónimo”. Nada nas páginas interiores da revista o deixa adivinhar, mas a *Opção* não volta a publicar-se.

14 Classificam-se os títulos recorrendo a Mário Mesquita (texto por publicar), na senda de trabalhos anteriores. A tipologia do autor atravessa os eixos das funções da linguagem; do enunciadador; e da intencionalidade. Uma síntese dessa tipologia consta em Cardoso, 2012, pp. 66, 67.



Figura 22
A última capa da *Opção*, a 28 de setembro de 1978.
Fonte: Reprodução do original.

Na ficha técnica deste último número, a designação “redação” tinha desaparecido, havendo apenas um quadro de 19 “colaboradores”, muitos deles nomes novos, como Eduardo Nobre, José Rebelo, Lauro António ou Margarida Marante. O número de colunistas disparara para 11, enquanto na fotografia Mafalda Mendes de Almeida e João Freire acompanhavam agora Miranda Castela. Uma nova designação, “Ilustradores” contava também com três pessoas, António Alfredo, João Machado e Vítor Mesquita. Os dados referentes à tiragem tinham desaparecido.

Artur Portela considera que os problemas financeiros que ditaram o fim da revista “poderiam, talvez, ter sido superados, com outros apoios”, mas caso estes se concretizassem, poderiam “pôr em causa a independência da *Opção*”. O balanço de quase dois anos e meio de muita adrenalina é “globalmente positivo”, “embora esgotante”. O escritor conta que “o fim da *Opção* foi traumatizante para alguns de nós”. E para Artur Portela em particular. Ver “o fim, forçado, financeiro, do projecto de um semanário de jornalistas, pelo qual lutámos arduamente, só podia ser, para mim, uma grande perda e um fortíssimo trauma”.

Dos 15 títulos identificados como newsmagazines portuguesas, a *Opção* é aquele que levanta mais dúvidas em relação ao enquadramento na classificação. Apesar do formato

físico de revista, a capa ilustrada e o ecletismo das secções, há na publicação uma natureza assumidamente de “jornal”, referenciada logo no estatuto editorial, e reforçada em todos os editoriais e espaços de diálogo com o leitor, assim como pelo grafismo interior e a ausência de cor. Apesar do nome feminino escolhido, a *Opção* é sempre “o semanário”. Existe, depois, uma clareza de posicionamento ideológico que começa logo no título e a afasta do universo das revistas. Para uma newsmagazine é um caminho arriscado, já que o objetivo deste tipo de revista é atingir a generalidade das pessoas. Mas como primeira revista de iniciativa privada pós-25 de Abril, seria difícil, se não impossível, a natureza da *Opção* ser diferente. Assim, Portugal contou com uma “newsmagazine militante”, de características únicas. Sob a regra da independência, escolheu, retomando o Estatuto Editorial, ser “um instrumento para a definição de uma política de esquerda convergente, realista, criativa e eficaz”.

4.2.2. *Novo Observador*

A *Opção* tinha fechado sensivelmente há um mês e o encerramento da *Observador* ia a caminho do quinto aniversário quando é lançada, a 2 de novembro de 1978, a *Novo Observador* pela mão de Jacques Rodrigues, que surge na ficha técnica como diretor para além de proprietário. Esta é a primeira das três incursões que o empresário português empreende no território das newsmagazines. Depois de fundar o Grupo Impala em 1983 e publicar várias revistas temáticas com sucesso, Jacques Rodrigues irá lançar a *Época* em 1992 e a *Focus* em 1999.

A tentativa de recuperação do capital da *Observador* de Artur Anselmo está patente a vários níveis na *Novo Observador*¹⁵. Em primeiro lugar, porque o design gráfico da capa é em tudo idêntico, tal como o formato de 22X29 centímetros. O logótipo usa o mesmo tipo de fonte, em cima de um fundo branco, emoldurado por um estreito filete colorido em forma de U. Até as indicações de data e preço surgem em lugar idêntico, no cabeçalho, à direita. Tanto as cores do logótipo como da moldura em U da capa variam de número para número, outra semelhança. A menção “Novo” em finas letras de diminuta dimensão, inseridas num retângulo transparente por cima das letras b e s do logótipo, passa quase totalmente despercebida numa capa que tal como no caso da *Observador* é do tipo um tema, uma imagem. No interior, a ficha técnica menciona apenas *Observador* como título e como subtítulo surge “revista semanal de informação”, exatamente as mesmas palavras utilizadas na publicação de 1971. O editorial é assinado por “Observador”.

15 Na ficha da publicação na Biblioteca Nacional existe um campo chamado “notas de ligação” onde se indica “continua Observador” com a indicação da cota respetiva. Da mesma forma, a ficha da *Observador* indica “continuado por Novo Observador”, o que sugere que Jacques Rodrigues terá mesmo comprado o título embora a revista não o indique.



Figuras 23 e 24

A continuidade do projeto gráfico da *Observador* de 1971, (imagem à esquerda), na *Novo Observador*, em 1978, (imagem à direita), é evidente, como se constata pela comparação das capas dos primeiros números das duas newsmagazines.

Fonte: Reproduções dos originais.

O primeiro número da *Novo Observador* tem 64 páginas, custa 30 escudos, o mesmo valor que se pagava pela *Opção*, e não inclui estatuto editorial, obrigatório desde a promulgação da Lei da Imprensa, em 1975. Maioritariamente a preto e branco (apenas quatro páginas a cores no interior), a revista apresenta um papel de fraca qualidade e problemas de paginação — há casos em que as margens, por exemplo, estão quase ou totalmente ausentes. É publicada à quinta-feira (tal como a *Vida Mundial*, a partir de outubro de 1974, e a *Opção*) e não à sexta-feira como a *Observador* de 1971, e também se diferencia por indicar os nomes dos colaboradores (18, todos do sexo masculino), surgindo o de Paulo Figueira como chefe de redação. Em “Observando...”, o primeiro editorial, reconhece-se que a nova revista é “herdeiro [sublinhe-se a utilização similar do masculino] de um título prestigiado por ter estado ligado a uma publicação que se distinguiu, no passado, por elevado padrão de qualidade”. Ainda no primeiro parágrafo do editorial surgem as indicações sobre os objetivos da publicação:

procurará oferecer ao leitor a informação, a crítica, a recreação do espírito — sem obediência a outros critérios que não sejam os da objetividade e da mais absoluta independência, reflectindo com isenção o pluralismo das opiniões sobre todas as matérias que mereçam ser postas em causa (1978c, p. 1¹⁶).

Após a vaga e híbrida caracterização da natureza da publicação, que promete informação, crítica e recreação, os parágrafos restantes do editorial destacam os conteúdos do número 1 que a revista considera serem mais importantes. No que diz respeito à estrutura da publicação, divide-se em seis grandes secções: “Nacional”, “Reportagem”, “Magazine”, “Secções” (inclui 12 temáticas, que vão da música, à moda, aos pais e filhos, passando pela medicina e pela filatelia), “Internacional” e “Colunas”.

Para capa do primeiro número, o *Novo Observador* escolheu um tema que marcava a atualidade política nacional, a indicação de Mota Pinto para primeiro-ministro por iniciativa do então Presidente da República, Ramalho Eanes, (a tomada de posse de Mota Pinto registar-se-ia a 22 de novembro de 1978). Na construção do dispositivo capa, a *Novo Observador* opta pelo azul no logótipo e por um tom amarelo alaranjado no filete, criando um enquadramento em tudo semelhante ao usado pelo *Observador* no primeiro número zero de 1970 (Cf. 3.2.2). Como imagem, opta por uma ilustração fotográfica, inserindo num fundo verde um dado que mostra numa das faces o rosto de Mota Pinto acompanhado da legenda “Mota Pinto: Primeiro-Ministro indigitado”. O título de capa liga-se à construção da imagem e surge em rodapé, a uma só linha de caracteres brancos: “Os dados da questão”. O tema é desenvolvido nas primeiras páginas da publicação.

Ao longo das seis semanas de vida, a *Novo Observador* regista problemas gráficos em metade dos números. A primeira e a segunda revista estão mal cortadas, tendo várias páginas sem margem direita. O caso mais grave é a segunda, publicada a 8 de novembro. O U de enquadramento da capa não só está cortado do lado direito como está torto, resultando numa composição inédita; dentro da revista, os problemas nas margens, em particular na direita, fazem desaparecer texto das páginas 20 à 31. No número seguinte, o terceiro, estes problemas estão resolvidos e o título apresenta capa e páginas interiores bem paginadas. No editorial, nada é dito sobre as questões gráficas do número anterior, apenas se faz a apresentação, com toda a normalidade, dos temas tratados na revista da semana. No sexto e último número da *Novo Observador* os problemas regressam, mas apenas na capa, fazendo a parte inferior da moldura em U desaparecer. É neste último número que surge a única capa dedicada a um tema internacional — o início da abertura da China ao Ocidente. As restantes capas dedicam-se a temas nacionais, quatro de política e um de sociedade.

16 A numeração das páginas da revista inicia-se na primeira interior, não contabilizando capa e contracapa.

Figura 25
A capa do sexto e último número da *Novo Observador* é a única a tratar de um tema internacional.
Fonte: Reprodução do original.



O editorial do sexto e último número da *Novo Observador*, de 6 de dezembro de 1978, não fornece qualquer pista que aponte no sentido do fecho da revista, antes o apresenta como se fosse apenas mais um. Nas outras bases de dados consultadas (Porbase, Hemeroteca Digital) também não existem registos de mais números publicados, nem informação sobre o encerramento do título (ao contrário do que acontece no catálogo da Biblioteca Nacional que indica “terminado”). Fica por explicar o desaparecimento prematuro da publicação, tal como no primeiro número não é explicado de que forma Jacques Rodrigues pôde usar o título e a imagem do *Observador* — poderá ter comprado os direitos à Verbo, por exemplo, mas nada sobre o assunto é dito.

Comparar os primeiros editoriais da *Opção* e da *Novo Observador* é um exercício impossível — os discursos são completamente diferentes, apesar dos lançamentos distarem pouco mais de dois anos e meio e ser de precisamente cinco semanas o intervalo entre o fecho da primeira e o arranque da segunda. Em vez do discurso marcadamente ideológico e de uma vontade revolucionária ativa, claramente enunciada, patente na *Opção* até ao último número, surge um discurso morno, em que a tónica vai para a apresentação neutral de conteúdos, dando destaque à recreação como objetivo da revista. Um discurso que também a distancia da *Observador*, apesar das semelhanças gráficas, uma vez que a revista dirigida por Artur

Anselmo pretendia fazer jornalismo, mesmo condicionada pela ausência de liberdade de imprensa. Decorridos quatro anos e meio sobre a revolução do 25 de Abril, com as instituições democráticas consolidadas, deputados e Presidente da República frutos de eleições livres, a newsmagazine portuguesa entra na Pré-Modernidade. Um período de indefinição sobre o modelo a seguir, em busca da viabilização económica da revista semanal de informação geral como um produto de consumo e não de um instrumento ao serviço de causas.

4.2.3. *Mais*

Lançada a 16 de abril de 1982 pela editora Publigranel, a revista *Mais* foi uma publicação híbrida, com características que remetem para os universos das revistas de social, revistas femininas e newsmagazines. Dirigida por Carlos Cruz, à época mais conhecido pelo seu percurso como apresentador de rádio e televisão, (e que com este título faz a sua única incursão na imprensa), apostava em amplas fotografias a cores, misturando temas políticos complexos, como a guerra nas Malvinas, com *light news* sobre a realeza britânica, atores de Hollywood ou fatos de banho. Existe na publicação uma clara influência da natureza e filosofia das revistas ilustradas de informação, talvez com o intuito de explorar o vazio deixado pelas *O Século Ilustrado* e *Flama*. Contudo, como se verificará mais à frente, este título opta pelo modelo newsmagazine durante um período da sua relativamente curta existência, razão pela qual é aqui abordado.

Tal como no caso da *Novo Observador*, a *Mais* não publica o estatuto editorial, apesar da obrigação de o fazer consagrada na Lei da Imprensa. Com 24X30 centímetros, um formato ligeiramente superior ao habitual nas newsmagazines, a *Mais* é publicada à sexta-feira, tem 64 páginas e um preço de 50\$00. O título estrutura a capa em torno de fotografias de mulheres famosas e sorridentes retratadas em planos aproximados, como Carolina do Mónaco, Brooke Shields ou Romy Schneider, mas Mick Jagger, Jean-Paul Belmondo e o Papa João Paulo II, a propósito da sua visita a Portugal, também são exemplos de protagonistas escolhidos como rostos da publicação. O largo logótipo, de caracteres brancos (a cor mantém-se nos primeiros seis números; no sétimo o título surge a azul e, depois disso, o branco apesar de predominar, dá lugar a outros tons, pontualmente), alinha-se à esquerda, inclui a designação *Mais* e duas linhas de sublinhado, a primeira mais estreita que a segunda. O primeiro número aposta numa capa multi-tema e multi-imagem, que inclui cinco temas distintos e duas imagens.



Figura 26

A atriz Mariel Hemingway foi a capa da primeira *Mais* a 16 de abril de 1982. Fonte: Reprodução do original.

A imagem principal que faz a capa recorre a um plano aproximado de Mariel Hemingway, maquilhada e de penteado cuidado, que sorri e fita o leitor nos olhos, envergando um blazer branco, por baixo do qual apenas se visualiza pele. No título correspondente à imagem de capa lê-se Hemingway (num amarelo pálido) / a outra neta (a preto), entre dois filetes vermelhos. Na altura com 21 anos, a atriz, neta do escritor Ernest Hemingway, tinha sido capa da revista norte-americana *Playboy*, de abril de 1982, na sequência do filme *Personal Best*, estreado em fevereiro de 1982, no qual protagoniza uma atleta bissexual. O título faz alusão ao facto de ser irmã de Margaux Hemingway, (desaparecida em 1996), sete anos mais velha e também atriz. Esta escolha polémica para imagem do primeiro número contrabalança com a segunda imagem inserida na capa no canto inferior direito — um plano médio do príncipe Carlos e da princesa Diana com o título a duas linhas “Diana [a rosa]/ futura mãe [a preto]”. Para além do tema de capa e desta segunda referência, o primeiro número da *Mais* oferece outras três chamadas secundárias, todas com títulos a duas linhas, sublinhados, em maiúsculas e minúsculas, recorrendo à mistura de seis cores, entre as quais o rosa, o azul, o vermelho e o verde. As chamadas de capa sem imagem remetem para a coleção de fatos de banho para o Verão de 1982, uma reportagem sobre a cidade do Porto e uma entrevista com a irmã de Lúcia, a mais velha dos três pastorinhos de Fátima.

A ficha técnica indica o jornalista António Macedo como coordenador da redação e inclui também Alexandre Manuel, Cristina Arvelos, João Grego Esteves e Maria Elvira Bento. Mais sete nomes surgem por baixo da designação “Colaboraram neste número”, entre os quais os de Fernando Assis Pacheco e dos fotojornalistas Fernando Ricardo e Joaquim Lobo. Não há indicação da tiragem. Ao contrário do que é habitual, não existe um sumário organizado em secções, mas sim uma listagem de 12 indicações de páginas e títulos que remetem para o interior da revista e dizem respeito a assuntos muito díspares. No final dessa lista surge um tema em destaque, com um parágrafo explicativo, acompanhado de uma fotografia, neste primeiro número é referido como “documento fotográfico” e retrata o papa João Paulo II a praticar natação.

Carlos Cruz assina o editorial de apenas três parágrafos (sendo o segundo o mais longo), intitulado “O desafio que aceitámos”. Em tom confessional, começa por afirmar que lançar “uma nova publicação é sempre um acto de esperança e optimismo”, mas o primeiro número que apresenta é “o da grande insatisfação”. Cruz explica: “olhamos bem nervosos para ele porque tivemos que fazer opções apenas com a ajuda do nosso julgamento, deixando de fora material, tendo falta de espaço para as secções que já criámos, aguardando a última fotografia, hesitando entre este título e aquele”. Fica a promessa que as escolhas feitas garantem um “jornalismo de qualidade”. Surge depois uma breve caracterização da publicação — “uma revista de grande actualidade que, além de lhe falar dos factos e das pessoas” pretende usar “imagens cuja qualidade, oportunidade, força e ineditismo” façam os leitores sentirem-se dentro dos acontecimentos (Cruz, 1982: 3). No segundo número da *Mais* a estrutura mantém-se idêntica, mas é de referir que o número de colaboradores sobe para 13 (quase o dobro) e passa a incluir nomes como Adelino Gomes, Helena Sanches Osório, Neves de Sousa e Rolo Duarte.

A revista implanta-se e a três meses de completar três anos arrisca um novo projeto gráfico, mas também editorial, que a aproxima claramente do formato tradicional das news-magazines. É a 11 de janeiro de 1985 que o número 144 apresenta a “nova” *Mais* nas bancas, mas as mudanças são anunciadas na semana anterior. Na página 10 do n.º 143, publicado a 4 de janeiro, um texto intitulado “Uma Nova Mais” apresenta as transformações que serão introduzidas como prova da “vitalidade” do título. Explica que “a mudança traduzir-se-á não apenas num novo estilo de capa e numa redução de formato (...), mas também no enriquecimento e na diversificação de conteúdo”.

Aos admiradores da publicação, a revista garante que “não lhe tiraremos nada do que actualmente tem”, uma vez que o objetivo é introduzir novas secções e aumentar progressivamente o número de páginas até atingir as oitenta. Mesmo ao lado destas palavras, na página 11, no espaço habitual do curto texto em registo próximo do editorial, as alterações voltam a fazer eco, sob o título “Pela última vez”. Fica-se a saber que a nova *Mais* estava a ser planeada há quatro meses, motivada pela “necessidade de mudar, de renovar”. O estatuto editorial (nunca publicado) mantém-se, garante a revista. Promete-se uma revista mais rica, com

temas novos, mas fiel às suas origens. Apesar do afirmado, o número de páginas não viria a crescer, mantendo-se nas 64, e mesmo havendo referência aos quatro meses de preparação, parece provável que a esta mudança não tenha sido indiferente o lançamento da *Grande Reportagem* (Cf. 4.2.4), cerca de um mês antes, a 7 de dezembro de 1984.

Certo é que na semana seguinte, a 11 de janeiro de 1985, com o n.º 144, a revista introduz um filete de enquadramento vermelho na capa, com uma linha branca interior, em tudo semelhante ao da norte-americana *Time*. O logótipo reduz-se e passa a surgir centrado, também a vermelho bordado a branco, com dois traços de sublinhado, um primeiro mais fino, o segundo mais largo, que asseguram a continuidade com a imagem do projeto gráfico anterior. A capa continua a ser multi-tema e multi-imagem, mas os habituais rostos femininos cedem lugar a uma fotografia de reportagem, com o título “Um Repórter N’América” em maiúsculas de cor amarelo pálido, sombreadas a branco, centradas a duas linhas em rodapé. E existe apenas uma chamada de capa secundária, inserida no canto superior direito com o título “A morte de Pedrito”, que legenda uma fotografia tipo passe do protagonista, o desaparecido jogador de futebol e treinador que acumulou múltiplos êxitos ao longo da carreira.

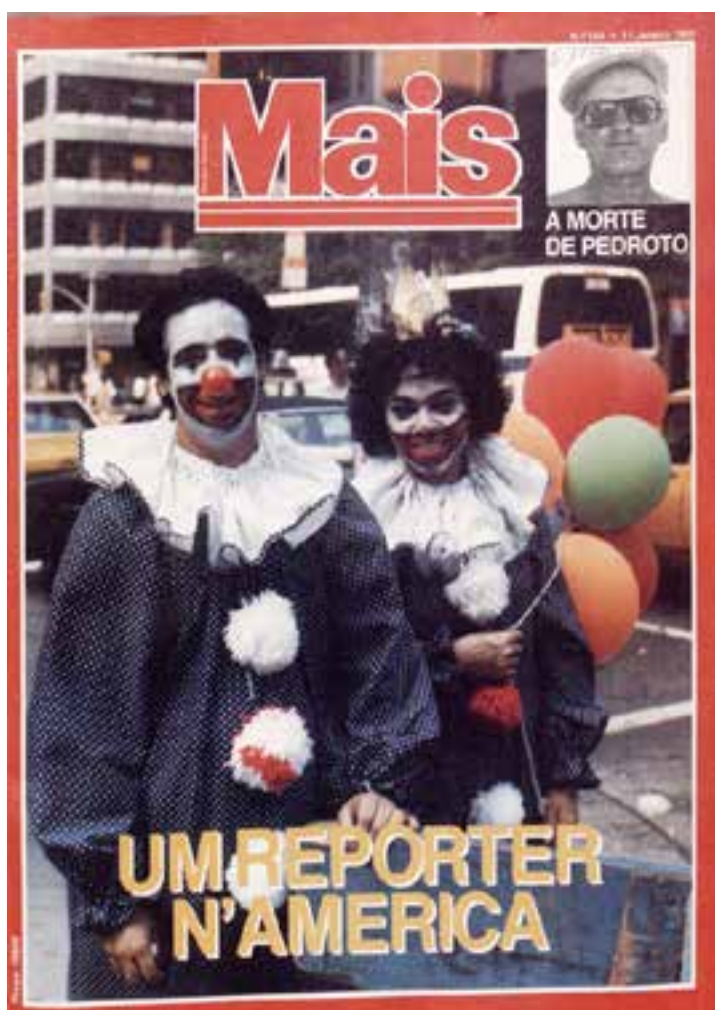


Figura 27

A 11 de janeiro de 1985 a *Mais* adota o modelo newmagazine.

Fonte: Reprodução do original.

Num texto de editorial mais longo (p. 5), ilustrado pela capa da edição renovada, não assinado, e intitulado “Novo Bilhete de Identidade”, surge a explicação para a mudança agora visível: “os portugueses tinham direito a uma revista de parâmetros internacionais, que não os envergonhasse em qualquer banca de venda estrangeira — mas que, ao mesmo tempo, não deixasse de ter os pés vincadamente assentes no interesse português, no jeito português de ver o Mundo e o seu próprio País”. É tudo quanto é dito sobre o que será a *Mais* a partir de janeiro de 1985. O editorial também promete que as alterações do novo projeto não põem em causa “o recheio conquistado em mais de dois anos de aceitação”, ou seja, o rosto pode ser novo, mas a revista continuará a mesma, o que significa que apesar do formato o aparentar, a *Mais* nunca assumiu completamente a natureza de uma newsmagazine, no sentido estrito do termo. Antes de passar a apresentar os destaques da semana, há ainda um momento de autoelogio, em que se afirma “esta ‘MAIS’ hoje renovada atravessou 144 semanas durante as quais vimos nascer e morrer potenciais concorrentes, formidáveis projectos e lançamentos esmagadores. Tranquilos, ficámos — e seguimos...”. Apesar da *Mais* nunca fazer referência à *Grande Reportagem*, esta pode ser enquadrada nos “lançamentos esmagadores” aqui referidos. Não foram identificadas mais newsmagazines entre 1982 e 1985, mas dado o carácter híbrido da *Mais*, podem ter existido títulos concorrentes de natureza diferente.

O editorial do n.º 144 da *Mais* apresenta a revista. Anuncia a primeira reportagem fotográfica do jornalista Carlos Pinto Coelho, que é o tema de capa, contributos de Baptista-Bastos e Roby Amorim, “um espaço inédito na Imprensa Portuguesa: as fotos eleitas de cada leitor”, e a lista de “Figuras de 1984” escolhidas pela publicação. A ficha técnica está maior. A direção mantém-se a cargo de Carlos Cruz, mas existe agora um chefe de redação, Rui Camacho, e um quadro de colaboradores alargado, que inclui Diana Andringa, Helena Marques e Pedro Cid, um departamento fotográfico com duas pessoas, uma tradutora e um revisor, assim como correspondentes no Porto, Coimbra e Londres. O sumário da reformulada *Mais* apresenta pela primeira vez um esqueleto de secções estruturantes: “Documento”, “Portugal”, “O Mundo”, “A Cidade” e “Magazine”. Os conteúdos continuam a ser ecléticos, indo desde a política nacional e internacional, aos temas de sociedade, ciência e tecnologia, cinema e moda.

A partir do número seguinte, temas como dificuldades financeiras, saúde ou política passam a ser os escolhidos para capa com mais frequência. Apesar desta alteração, no interior da revista, os temas de sociedade e entretenimento mantêm-se, e as páginas de fotografias de guerra coabitam com artigos que incluem imagens do Carnaval do Rio de Janeiro ou da atriz francesa Sophie Marceau, desnuda da cintura para cima.

A *Mais* de modelo graficamente muito próximo da *Time*, preparada ao longo de quatro meses, resiste apenas 20 números, ou seja, menos de cinco meses. A 24 de maio de 1985, no espaço de editorial, não assinado, intitulado “Palavras imagens e ideias”, na página 3, a *Mais* anuncia a partir desse número (163) “caminhos algo diferentes”, que considera uma “afirmação de vitalidade”, fruto da “evolução gradual que a “Mais” tem tido, desde há alguns

meses”. Assim, anuncia “a supressão de algumas secções algo descabidas no modelo que começa a definir-se. O objetivo, afirma, “é tornarmos mais dinâmica, menos espartilhada, mais descontraída a revista”.

O novo modelo da *Mais* inicia-se com o número 164, a 31 de maio de 1985, e fica a meio caminho entre os primeiros dois. Desaparece a moldura vermelha “estilo *Time*”, mas o logótipo mantém-se intacto, assim como a estrutura gráfica do sumário, abandonando quase por completo as secções fixas. Os temas de capa procuram ângulos originais — os dois primeiros centram-se na viagem do Presidente da República à China —, focados em histórias de bastidores ou fora da agenda. Não voltam a existir capas do tipo um tema, uma imagem. As referências secundárias de capa aumentam progressivamente e começam a surgir filetes e destaques coloridos.



Figura 28

A 31 de maio de 1985 o projeto gráfico da *Mais* muda novamente, passando a um registo a meio caminho entre o primeiro e o segundo modelo. Fonte: Reprodução do original.

O último número disponível na Biblioteca Nacional da revista *Mais* deu entrada no Depósito Legal a 13 de setembro de 1985 e corresponde ao n.º 177, de 30 de agosto desse ano. O editorial (p. 3), não assinado e intitulado “A gosto do leitor”, remete para os principais artigos do número em causa, sem indiciar de forma alguma que se trate do último número da

publicação. Fecha, até, com um desafio ao leitor: que analise a revista e “depois, escreva a dizer se gostou”. A capa é muito idêntica ao modelo usado nos primeiros números da *Mais*, subsistindo apenas o logótipo do segundo projeto gráfico, empurrado para a esquerda. Tanto na capa como na página 38 anuncia-se o Foto-Concurso Mais-Agfa 85, ou seja, tudo indica que o n.º 177, a um preço de capa de 75\$00 (mais 50% que o inicial), é apenas mais uma edição de uma revista como mais de três anos de presença consolidada no mercado e com apenas três meses decorridos sobre a última reformulação gráfica e editorial. Tanto na Biblioteca Nacional, como na Biblioteca Municipal do Porto e na Biblioteca da Universidade de Coimbra, onde existem revistas *Mais* arquivadas, não há indicação de encerramento da publicação. Contudo, no site da Hemeroteca Municipal de Lisboa consta a indicação “terminado” no estado da coleção que corresponde ao arquivo da publicação. Não foram apuradas as razões do término do título.

4.2.4. *Grande Reportagem*

A 7 de dezembro de 1984, uma sexta-feira, nasce a única newsmagazine portuguesa que tem como origem um programa televisivo. Dirigida por José Manuel Barata-Feyo, o primeiro número da *Grande Reportagem* dá continuidade ao espaço semanal homónimo de uma hora que a RTP transmitiu de 1981 a maio de 1984, altura em que o programa ficou suspenso como forma de impedir a emissão de uma reportagem que Barata-Feyo realizara em Angola nos territórios controlados pela UNITA. Um trabalho que acabaria por ir mesmo para o ar a 2 de outubro de 1984, por ordem do Conselho de Comunicação Social, na sequência de uma queixa de jornalistas da RTP contra a empresa. Para Barata-Feyo, esta decisão “simboliza uma das raras vitórias do jornalismo sobre o poder político”¹⁷, apesar de não ter evitado o fim do programa.

Dois meses depois da reportagem suspensa ter ido para o ar, sai para as bancas o primeiro número da revista *Grande Reportagem*, o que determina o seu carácter *sui generis* de newsmagazine “reativa”, uma resposta ao descontentamento que grassava entre os jornalistas responsáveis pelo programa televisivo cancelado. Com 68 páginas e um custo de 120\$00 (bastante mais elevado que os 75\$00 da *Mais* — Cf. 4.2.3), a ausência de números zeros e a análise das capas ao longo das primeiras semanas denota a rapidez com que o projeto deve ter sido pensado, desenhado e colocado à venda. No primeiro número, tal como expectável pelo título da publicação, é uma fotografia registada em contexto de reportagem que ocupa a totalidade da capa, classificável como multi-tema, uma imagem. Mostra o corredor de uma prisão, no qual se avistam

¹⁷ Declarações ao jornal *Público*, publicadas online na peça intitulada “Grande Reportagem — a informação sem “dik-tats”” a 13 outubro de 2002 (referência completa na Bibliografia).

Figura 29

Um plano de enquadramento de uma fotografia no interior de uma prisão ilustra o tema de capa do n.º 1 da *Grande Reportagem*.

Fonte: Reprodução do original.



algumas pessoas que olham em direção à câmara, enquadradas num plano de conjunto, em picado. O título surge no terço final da capa, dentro de um quadrado de fundo negro, a duas linhas, “Lotação/esgotada”, precedido pelo antetítulo “Prisões” em amarelo pálido. Por baixo do título, separado por um filete branco, surge a segunda chamada de capa, “Timor: viragens”. O logótipo divide o título. A palavra “Grande”, em maiúsculas negras sem fundo, atravessa o cabeçalho. Quanto a “Reportagem”, também em maiúsculas, mas brancas, enquadra-se num retângulo vermelho que se prolonga até à margem direita da capa, e dispõe-se por cima da metade inferior das quatro últimas letras da palavra “Grande”. Uma solução que retira leitura à primeira parte do título, uma vez que fica semioculto.

Na página 19 do n.º 1 encontram-se dois elementos. Num curto rodapé surge o Estatuto Editorial. A ocupar o resto da página surge um texto a duas colunas com o título “Princípio” em maiúsculas de grande dimensão, assinado “Grande Reportagem”. Mesmo sem a designação estar presente, é claramente um editorial.

O Estatuto Editorial tem apenas três pontos. O primeiro é caracterizador, afirmando que “GRANDE REPORTAGEM é uma revista de Informação [sublinhe-se o uso da maiúscula] vocacionada para a cobertura dos principais acontecimentos nacionais e internacionais nos domínios da política, da arte, da economia e da sociedade”. O ponto intermédio refere-se aos princípios éticos e ideológicos, mas repete as palavras iniciais do ponto anterior: “GRANDE REPORTAGEM é uma revista de Informação, apartidária e independente. O Director,

assistido pelo Conselho de Redacção eleito pela Cooperativa de Redactores, garante a execução desta linha editorial”. Por fim, no ponto 3, surge o compromisso ético dos jornalistas da revista, afirmando-se que “os redactores da revista comprometem-se a cumprir escrupulosamente o disposto na Lei de Imprensa, no Estatuto do Jornalista e no Código Deontológico”.

O texto de apresentação do projeto é muito mais longo e esclarecedor sobre os objetivos e filosofia da nova revista. Só perto do final transparece a existência de um passado do projeto, quando se lê “de cada vez que uma porta se fecha devemos ter a ousadia de abrir outra. E, de cada vez, recomeçar”, resumindo-se o parágrafo seguinte a uma curta e solitária afirmação: “Recomeçar, eis do que se trata”. Antes disso, na primeira metade do texto, existem outras pistas mais subtis, quando se afirma que a nova newsmagazine “representa o último refúgio de um grupo de jornalistas em busca de um espaço de liberdade persistentemente negado”. Clarificando a natureza do título, *Grande Reportagem* afirma que será “uma revista de informação e de reportagem, não uma revista de opiniões e de mexericos”. E explica-se a razão desta opção: “não queremos ser nós os fazedores da sua opinião. Queremos apenas informá-lo, para que seja você a formar a sua opinião”.

Grande Reportagem apresenta-se como um contributo para o regime democrático, como forma de expressar “uma dívida de gratidão que assumimos, quanto mais não seja em nome de todos aqueles que, em gerações anteriores, se bateram pelo Portugal democrático de hoje”. No ano em que a Revolução do 25 de Abril de 1974 completou a sua primeira década, *Grande Reportagem* afirma que “a memória dos homens é por vezes curta” e que não se pode esquecer que a conquista da liberdade de expressão “encerrou um longo passado de arbítrio e de injustiça”, permitindo aceder ao “único regime político em que vale a pena viver — a democracia”. Regime no qual, sublinham, existe o “direito à discordância, à diferença” e “o direito à dissidência”. A revista alerta, de seguida, para o facto de a democracia não implicar apenas direitos e que “o jornalismo está ao serviço da democracia”, e “alimenta-se dela, necessita dela para poder ser exercido com o mínimo de dignidade e de liberdade sem as quais a profissão não merece a pena”.

Num tom crítico, o editorial afirma que quem detém o poder político olha para a “Imprensa [com maiúscula, à semelhança de Informação] como uma instituição supérflua e incómoda, cuja única razão de ser lhes aparece como a de dificultar ainda mais a missão de quem tem de governar”. *Grande Reportagem* alerta para o facto de que o dia em que a imprensa estiver subjugada ao poder político, “a Informação terá deixado de existir como força própria e independente e, terá sido substituída por essa coisa cinzenta e sem brio em que todos os mediócras se revêem; a propaganda”.

De seguida, “Princípio” aponta baterias à classe jornalística, afirmando que as falhas na independência não podem ser apenas atribuídas às pressões do poder. “Nós, jornalistas, temos uma imensa quota-parte de responsabilidade. Porque muitas vezes nos esquecemos de fechar os ouvidos ao canto das sereias. Porque nos esquecemos de gritar quando nos

quiseram calados”. Assim, *Grande Reportagem* não se considera uma revista em guerra com ninguém, a não ser “contra nós próprios”, ou seja, “contra a tentação da facilidade, do vedetismo, das promessas por cumprir”. Resumindo os objetivos da nova publicação, a revista afirma que passam apenas por “fazer jornalismo com paixão”.

Na página 3 encontra-se o sumário que abre com uma reportagem/tema de abertura sobre Timor-Leste, com quatro páginas. As primeiras duas páginas são assinadas pelos jornalistas Adelino Gomes e Rui Araújo. Nas outras duas existe um testemunho de Monsenhor Martinho da Costa Lopes, que foi Administrador Apostólico de Timor-Leste entre outubro de 1977 e maio de 1983. Segue-se a secção “Guia-a-Dia”, com sete páginas, uma estrutura que, pelo posicionamento e conteúdos, tem ressonâncias tanto da secção “Tempo Livre” introduzida na *Vida Mundial* em 1974 (Cf. 3.2.1), como do espaço “A Nossa Opção” da newsmagazine de Artur Portela (Cf. 4.2.1). Com informações em formato de roteiro, divide-se por cinema (duas páginas), música, livros, artes plásticas, televisão e saberes (uma página para cada temática), sendo esta última subsecção (saberes) constituída por breves sobre produtos e lugares, uma espécie de montra, que inclui informação sobre os preços.

Na página 20 entra-se em “Portugal” (oito páginas), com os temas de política, seguindo-se o noticiário internacional em “Mundo”, com dez páginas, uma vez que a “Economia”, que a *Grande Reportagem* individualiza no sumário, aparece no interior da revista como um prolongamento do “Mundo”, talvez por lapso de paginação. De seguida, nove páginas de “Civilização”, uma secção que mistura peças sobre emprego, tendências da sociedade, arte, história, filosofia e crónicas.

A penúltima secção bebe o título da revista, “Grande Reportagem”, corresponde ao tema de capa e é constituída por um dossier de dez páginas, assinado por Rui Araújo, com direito a um separador semelhante a uma capa, sobre a sobrelotação das prisões portuguesas. O dossier inclui uma curta entrevista a Rui Machete, à época Ministro da Justiça. Por último, o sumário referencia a secção “E Também”, onde arruma um conjunto variado de conteúdos disponíveis ao longo da revista, que vão desde uma curta reportagem sobre uma viagem, até aos passatempos, um espaço de ciência e tecnologia ou a entrevista na última página que fecha a revista, sendo esta primeira conduzida por Miguel Sousa Tavares a João Sousa Louro, ex-deputado do PS e ex-Secretário de Estado da Comunicação Social.

Para além do índice de secções e temas, o sumário inclui numa coluna à direita três destaques, dois dos quais acompanhados de fotografia. O primeiro remete para a peça de abertura, sobre Timor, o intermédio e único sem imagem refere-se à Cimeira de Dublin da CEE, e o terceiro diz respeito ao dossier final e é constituído por fotografia, texto enquadrador e, por fim, a assinatura manuscrita do jornalista responsável, Rui Araújo. Uma estrutura de personalização repetida nos números seguintes, que coloca a ênfase no trabalho dos repórteres e na investigação, e que remete para a assinatura manuscrita de Artur Anselmo no final da “Carta Aberta” do *Observador*, entre 1971 e 1974 (Cf. 3.2.2).

Ainda na página 3, numa coluna à esquerda do sumário, surge uma longa ficha técnica. Ao nome do diretor, José Manuel Barata-Feyo, segue-se o de José Júdice, chefe de redação. Na coordenação das secções surgem Gualdino Paredes (Portugal); Seruca Salgado (Mundo); António Fontoura (Economia); e Joaquim Furtado (Cultura). O nome de João Botelho lidera a “coordenação gráfica”, acompanhado de mais três pessoas. Freitas e Silva tem a cargo a “coordenação técnica”, que inclui três ilustradores. António Barreto, António Osório, António Pedro de Vasconcelos e Vasco Pulido Valente preenchem o painel de colunistas, o penúltimo já tinha sido colaborador da *Opção* (Cf. 4.2.1).

Entrando na redação, a ficha técnica indica quatro “grandes repórteres” — Adelino Gomes, Fernando Gaspar, Miguel Sousa Tavares e Rui Araújo. A estes juntam-se mais 32 jornalistas, distribuídos por secções e incluindo colaboradores e correspondentes, entre os quais Margarida Marante, que trabalhara com Artur Portela na *Opção*. Os correspondentes são sete, distribuídos por Europa e Brasil, nomeadamente em Bona, Genebra, Londres, Madrid, Paris, Roma e S. Paulo. Na Fotografia consta apenas um nome, o do fotojornalista Luiz Carvalho que, tal como Marante, já tinha experiência em newsmagazines, pois trabalhara com Artur Anselmo na *Observador*. Na ficha técnica, descobre-se ainda o nome da empresa proprietária da *Grande Reportagem*, a Reporpress, mas não há indicações da existência de uma estrutura de administração acima da direção da revista. O último de todos os dados, que passam pela contabilidade, direção comercial, documentação ou revisão, é a tiragem — 50 mil exemplares.

No segundo número, publicado a 14 de dezembro de 1984, há profundas alterações, que vão do logótipo à capa e ao interior da revista, quase parecendo que o n.º 1 foi um ensaio, mais um número zero que o primeiro efetivo. A organização gráfica melhora, e na página 3 a capa semanal da revista passa a encimar a ficha técnica. Do lado direito, o sumário, apesar de manter a estrutura original e ocupar mais de dois terços da página, clarifica-se, os títulos de cada secção ganham visibilidade, com filetes a separá-los. Do lado esquerdo, os destaques passam a quatro, três dos quais acompanhados de fotografia, continuando o último a dizer respeito ao dossier “Grande Reportagem”, desta vez sobre o quinto aniversário da invasão do Afeganistão pelo exército soviético, assinado por Patrice Barrat, colaborador pontual da revista (é referido no texto do destaque que “há muito trabalha com a equipa da GR”, mas o nome não integra a ficha técnica). No interior da revista, a secção “Economia” já surge individualizada, em coerência com o indicado no sumário. Tal como no n.º 1, a aposta em termos de géneros jornalísticos vai para a reportagem, que ocupa 34 das 68 páginas. Surgem também perfis e entrevistas, existindo ainda um número reduzido de notícias e breves, sem contabilizar o roteiro inicial “Guia-a-Dia”, e artigos de opinião. Não há editorial, por isso, o único lugar onde se ouve a voz da publicação é nos curtos textos que acompanham os destaques no sumário.

As alterações no logótipo — estrutura que representa a identidade, a assinatura de uma revista — são profundas. O título da revista aparece agora numa linha única de maiúsculas, em cabeçalho, dentro de um retângulo bicolor. Do lado esquerdo, o fundo é cinzento, tendo

inscrito a palavra “Grande” a preto. À direita, o fundo é vermelho, acolhendo a palavra “Reportagem” a branco. Para além do novo logótipo, a segunda *Grande Reportagem* apresenta um dispositivo capa radicalmente diferente, com uma ilustração fotográfica que mostra o humorista Herman José, de nariz alongado, remetendo para a personagem infantil Pinóquio, que faz lembrar as capas satíricas da *Opção* (Cf. 4.2.1). De semelhante com o n.º1, resta a tipologia, uma vez que é novamente uma capa multi-tema, uma imagem. O título principal, a duas linhas, “O Fenómeno/Herman José”, inserido no canto inferior direito, convive com uma segunda chamada no canto superior direito, abaixo do logótipo, “Afeganistão/Cinco anos depois” sobre o quinto aniversário da guerra civil iniciada a 24 de dezembro de 1979.



Figura 30

Uma mudança radical na capa n.º2 que inclui um novo logótipo.

Fonte: Reprodução do original.

O enquadramento da *Grande Reportagem* como newsmagazine é assumido pela revista não claramente por palavras, mas nos primeiros dois números que publica através das páginas a cores inseridas à entrada e saída das revistas (pp. 2 e 67, esta última visível nas Figuras 31 e 32). Na página 2, vê-se um retângulo dividido em sete espaços, cada um com o título/logótipo de uma revista semanal de informação geral, acompanhado, à direita, pela bandeira do país de origem. Temos, assim, de cima para baixo, *Newsweek* (Estados Unidos); *Der Spiegel* (Alemanha); *L'Express* (França); *The Economist* (Inglaterra); *Veja* (Brasil), e *Cambio 16* (Espanha), que podem subentender-se como as inspirações da nova publicação.



Figuras 31 e 32

Nos dois primeiros números (na p. 67), a *Grande Reportagem* escolhe enquadrar-se como newsmagazine, registrando-se que o anúncio acompanha a evolução do logótipo. Fontes: Reproduções dos originais.

Entre a *The Economist* e a *Veja* existe um retângulo de fundo cinza mais escuro, sem título de revista, com a bandeira portuguesa à direita. A leitura do espaço em branco denota que o título considera que o espaço da newsmagazine estava por preencher no mercado português. Na página 67 o anúncio tem exatamente a estrutura, mas os tons de fundo aclaram-se, como se a imagem da página 2 tivesse sido iluminada por uma luz mais forte. Do lado esquerdo da bandeira portuguesa já não há um espaço em branco, este é ocupado pelo título *Grande Reportagem*. No segundo número da newsmagazine o dispositivo repete-se, mas usando o segundo logótipo.

Duas semanas mais tarde, no n.º 4, a *Grande Reportagem* apresenta o seu terceiro e definitivo logótipo, tornando-se a única newsmagazine portuguesa a mudar três vezes de logótipo no espaço de quatro semanas. A derradeira alteração, que se regista no último número do ano, de 28 de dezembro, é uma espécie de aperfeiçoamento do segundo logótipo, que se arredonda e ganha um contorno a branco. As duas palavras do título sobem e, por baixo, num fundo branco retangular também arredondado, surge a indicação do número em causa, um subtítulo até então inexistente, “semanário de informação”, a data e o preço. Sublinha-se a

opção pela palavra “semanário” no subtítulo, que assegura a hibridez da newsmagazine e o seu posicionamento entre jornal e revista.

A quarta semana de estabilização do logótipo coincide com o balanço do ano que finda (1984), que se traduz num dispositivo capa típico de uma newsmagazine. Abaixo do logótipo surge “1984” em grandes dimensões, seguido de uma definição/título em caracteres muito mais diminutos, em minúsculas, “o ano americano”. Três fotografias dividem a metade inferior da capa. Ao centro vê-se o presidente norte-americano, Ronald Reagan, reeleito em 1984, com uma legenda onde se lê, após o nome, “homem do ano”¹⁸. À esquerda, surge Carlos Lopes, com a legenda “Portugal: o ano Carlos Lopes”, justificável pela medalha de ouro na maratona dos Jogos Olímpicos de Los Angeles de 1984, levando o país à conquista inédita do primeiro lugar no pódio olímpico. À direita, um tema contrastante, titulado “África: o ano da fome”, com a imagem de uma mãe de semblante desesperado com um bebé esquelético nos braços, remetendo especialmente para a zona norte do continente africano, e para a Etiópia em particular, com oito milhões de pessoas vítimas de fome.

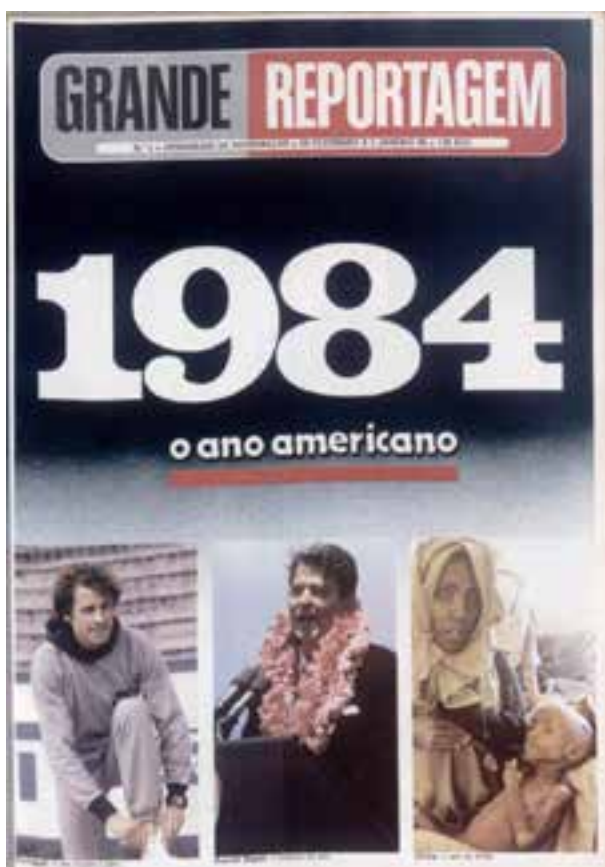


Figura 33

Quatro semanas de vida e três logótipos até a *Grande Reportagem* encontrar o ideal, a 28 de dezembro de 1984, que encima um dispositivo capa típico de uma newsmagazine.

Fonte: Reprodução do original.

¹⁸ Designação que remete inevitavelmente para a revista americana *Time*, fundadora do conceito moderno de newsmagazine, que “inventou” esta distinção em 1928 (desde 1999, “Pessoa do Ano”). Em 1984, a *Time* elegeu como “homem do ano” Peter Ueberroth, presidente do Comité que organizou os Jogos Olímpicos de Los Angeles, os primeiros financiados por privados, que alcançaram lucros de 238 milhões de dólares.

Depois da publicação do longo texto “Princípio” no n.º 1, a *Grande Reportagem* mantém-se interessada em cumprir as promessas feitas e reportar sem opinar, deixando esse trabalho aos columnistas que passam a incluir a socióloga Maria Filomena Mónica a partir do n.º 4. O género jornalístico editorial encontra-se, assim, ausente durante as seis primeiras semanas da publicação. Na página 23 do n.º 7, de 18 de janeiro de 1985, a segunda da secção “Mundo”, rompe-se esta linha de silêncio e surge pela primeira vez a voz oficial da revista, incapaz de resistir ao apelo da atualidade. Sem referência no sumário, discretamente inserido numa estreita coluna à direita da página, mas claramente identificado com o título “Editorial”, o texto de opinião comenta o início do fim de mais de duas décadas de regime militar no Brasil, após a vitória eleitoral, a 15 de janeiro, de Tancredo Neves, candidato pelo Partido do Movimento Democrático Brasileiro, a força política de oposição. O editorial é assinado G.R., as iniciais da revista.

O espaço de editorial surge novamente duas semanas depois, no n.º 9, a 1 de fevereiro de 1985, na página 23, na secção “Portugal”, uma vez mais sem ser referenciado no sumário. Acontece para discutir o estado da educação e, em particular, as questões de segurança, acompanhando as peças redigidas a propósito do acidente de 25 de janeiro na Escola Secundária do Cartaxo, onde uma explosão de gás durante uma aula de Educação Visual de uma turma de 8º ano, que decorria num laboratório de Físico-Química, fez 17 feridos graves, dois dos quais — um rapaz e uma rapariga de 13 anos — acabaram por morrer. A partir desta data, o espaço de Editorial surge pontualmente ao sabor dos factos da atualidade que a *Grande Reportagem* considera importantes comentar. É também a partir do n.º 9 que a assinatura manuscrita do jornalista responsável pelo dossier “Grande Reportagem”, habitualmente inserida no canto inferior direito do sumário, desaparece.

Outra mudança é o progressivo aumento da cor nas páginas da *Grande Reportagem*, que se acentua a partir da reforma gráfica introduzida a partir do n.º 11, de 15 de fevereiro. A partir dessa semana, o “Guia-a-Dia” passa a designar-se apenas “Guia” e a usar páginas amarelas, reforçando as semelhanças com a secção “Tempo Livre” da *Vida Mundial*. A página 3 do sumário também sofre alterações que lhe conferem modernidade. Da organização em três colunas (ficha técnica/ índice de conteúdos/ destaques), a *Grande Reportagem* mantém na coluna à esquerda a ficha técnica, mas com os dados organizados de forma mais clara e atrativa. À direita, na metade superior, na horizontal, passam a arrumar-se três destaques, com a estrutura imagem à esquerda, texto à direita, surgindo a tabela de conteúdos por baixo, na parte direita inferior da página, a duas colunas. A reprodução da capa transfere-se do cimo da ficha técnica para o destaque intermédio. Este número não tem qualquer espécie de editorial que explique as mudanças, que também não são anunciadas no número anterior.

A partir do n.º 14, que sai para as bancas a 8 de março de 1985, a *Grande Reportagem* passa a reservar uma página (normalmente a 20 ou a 21) às “Cartas ao Director”, espaço onde se começa a desenvolver uma relação entre leitores e redação, uma vez que as respostas aos comentários do público são, por vezes, bastante longas. É um espaço não fixo, presume-se

que publicado de acordo com a necessidade da correspondência. Três meses mais tarde, é na página 21 do n.º 28, a 15 de junho de 1985, que a *Grande Reportagem* justifica o facto de nessa semana, tal como na anterior, a revista ter sido publicada ao sábado. Numa nota inserida no canto inferior direito, *Grande Reportagem* escreve: “Devido a atrasos de produção causados pelos feriados das duas últimas semanas¹⁹, o último número da GR e este só foram postos à venda no sábado. Do facto pedimos desculpa aos nossos leitores. Para a semana voltaremos a sair à sexta-feira”. Por cima, o leitor identificado como António Augusto Coelho Mota, de Amarante, terminava a sua carta, intitulada “Nunca digas adeus” dizendo “Resta-me desejar-vos uma longa vida como Revista de Grandes Reportagens (sou leitor colecionador desde o nº 1) e por favor não desiludam na qualidade, continuem plurais, OK?”

Apesar das palavras do leitor de Amarante e da promessa da *Grande Reportagem*, o n.º 28, que deixa cair na capa a moldura branca que se tornara norma, é o último, não havendo lugar a despedidas nem explicações. Em entrevista a Sara Meireles no âmbito do projeto de investigação “Perfil sociológico do jornalista português”²⁰, Luiz Carvalho, responsável pela fotografia da *Grande Reportagem*, faz uma análise do falhanço do projeto muito negativa e que contradiz o enunciado no texto “Princípio”, publicado no n.º 1. Afirma Carvalho que a revista “era uma publicação cheia de vedetas, que essencialmente não queriam fazer nada embora tivessem ordenados principescos. Em três meses, queimaram trinta mil contos, o que era muito dinheiro na altura”²¹.

Ao longo dos seis meses de existência, a revista dirigida por Barata-Feyo aprofundou temas nacionais e internacionais, traduzidos em casos políticos e sociais como a pobreza, a fome ou até a espionagem, passando pelas situações vividas na Etiópia, Timor, Afeganistão e Vietname. Entre as revistas semanais de informação geral portuguesas identificadas diferenciou-se claramente por ser aquela que com mais frequência chamou a temas de capa assuntos de política além-fronteiras, sem se coibir de construir títulos comprometidos, que tomavam posição perante o reportado, o que a torna a mais próxima da natureza das news-magazines de circulação internacional, em particular das francesas.

19 Os feriados nacionais em causa são: Corpo de Deus (6 de junho) e Dia de Portugal, de Camões e das Comunidades Portuguesas (10 de junho). Acresce o Dia de Santo António (13 de junho), feriado municipal de Lisboa.

20 Referência: FCT — POCI/COM/48978/2004.

21 Entrevista referenciada na bibliografia, consultada no link abaixo, que deixou de estar ativo: https://docs.google.com/gview?url=http://perfildojornalista.eusou.com/resources/docs/sara_meireles/luizcarvalho.pdf&chrome=true

Figura 34

Sem qualquer tipo de aviso ao leitor, a *Grande Reportagem* publica o último número enquanto newsmagazine a 15 de junho de 1985, apenas seis meses após o lançamento.

Fonte: Reprodução do original.



Comparando os sumários do primeiro e do último número da *Grande Reportagem*, detetam-se algumas alterações, como o encurtamento da designação “Guia-a-Dia” para “Guia”, conforme referido, e uma nova rubrica de entrevista, intitulada “Conversa inacabada”, mas estruturalmente tudo se mantém semelhante. Observando a última ficha técnica, verifica-se que nos cargos de direção continuam José Manuel Barata-Feyo e José Júdice, aos colunistas, depois de Maria Filomena Mónica, acrescentou-se o nome de José Freire Antunes, e Patrice Barrat passou a integrar os grandes repórteres.

Ainda na ficha técnica, percebe-se que a secção “Economia” cresceu, a “Cultura” desapareceu e deu lugar à “Guia”, com um quadro bastante extenso. Tanto “Portugal” como “Mundo” sofreram reduções, mas no cômputo geral a redação cresceu, passando a integrar 41 elementos contra os 32 iniciais, entre jornalistas, colaboradores e correspondentes, sem contabilizar os cinco grandes repórteres. A secção de Fotografia também se reforçou com a entrada de João Bafo e de Eduardo Gajeiro (com larga experiência na *Vida Mundial*), mas este último apenas como colaborador. Na última linha da ficha técnica descobre-se que a tiragem se cifrava nos 25 mil exemplares, metade do indicado na primeira revista publicada a 7 de dezembro de 1984.

Em 2007, no dia em que se celebraram 23 anos sobre o aparecimento do título, Vítor Soares, que foi correspondente da *Grande Reportagem* em Bona, escreveu no blog Infoinclusões²², que alimentou de 2007 a 2009:

No pós-25 de Abril foi a primeira vez que, em Portugal, surgiu nas bancas um *newsmagazine*, como agora se diz, herdeiro de publicações anteriores a 1974 como a “Vida Mundial”, o “Século Ilustrado” ou a “Flama”. A “Grande Reportagem” tinha como objectivo abordar temas de modo profundo e completo (Soares, 2007).

Para além das implicações do uso do masculino para designar a revista semanal de informação geral, neste testemunho fica claro, em primeiro lugar, o enquadramento de *Vida Mundial*, *Século Ilustrado* e *Flama* como antepassadas da *newsmagazine*, questão já analisada e debatida no Capítulo 3. As palavras do correspondente em Bona indicam, também, que a *Grande Reportagem* pretendia repor, assumidamente, o formato *newsmagazine* nas bancas, na senda do que tinha sido feito de forma clara, até então, apenas por *Vida Mundial* e *Observador*, esta última não referida por Vítor Soares. Contudo, a tónica no aprofundamento de temas e na reportagem tornam a *Grande Reportagem* única entre as revistas semanais de informação geral portuguesas. A sua idiossincrasia transforma-a numa publicação de transição que, ao mesmo tempo que encerra o período que se designou por Pré-Modernidade, anuncia a fase de Modernidade que se iniciaria após três anos de ausência da revista semanal de informação geral nas bancas portuguesas²³.

22 Mantém-se disponível para consulta em <http://infoinclusoes.blogspot.pt/>. Link para a página da referência: <http://infoinclusoes.blogspot.com/search?updated-max=2008-01-04T19:05:00Z&max-results=7&start=77&by-date=false>

23 No aniversário dos cinco anos do n.º 1, em dezembro de 1989, o título regressa às bancas, novamente com José Manuel Barata-Feyo à frente da revista, mas num formato trimestral, com mais de 200 páginas, com a chancela das Publicações Dom Quixote. Um ano mais tarde, com a *Grande Reportagem* a vender 30 mil exemplares, José Manuel Barata-Feyo deixa a direção da revista, sendo substituído por Miguel Sousa Tavares, colaborador desde o início da I Série, em 1984. A revista passa a ser mensal a partir de outubro de 1991, reduzindo-se para cerca de cem páginas. Em 2000, Francisco José Viegas assume a direção do título, que tinha sido adquirido pela editorial Press Mundo. No fim de 2003 sofre alterações profundas, chega a interromper a publicação, mas regressa num ritmo semanal a 29 de novembro, não de forma autónoma, mas como suplemento das edições de sábado dos jornais *Diário de Notícias* e *Jornal de Notícias*. À época pertença do grupo Controlinveste, a *Grande Reportagem* atinge uma tiragem de 150 mil exemplares e passa a contar com Joaquim Vieira como diretor a partir de março de 2004. Em outubro de 2005, a Controlinveste anuncia o fim do título que cessa a publicação dois meses mais tarde, em dezembro de 2005. A *Grande Reportagem* afirma-se, assim, como um título marcante na história da revista de informação geral em Portugal, que merece atenção mais aprofundada numa investigação posterior, que englobe todas as fases, para além da inicial enquadramento *newsmagazine*.

4.3. Modernidade

4.3.1. *Sábado* — I Série

“Portugal deixou de ser o único País europeu que não dispunha de uma revista semanal de grande informação”, afirma Joaquim Letria no editorial do número 00²⁴ da *Sábado*, publicado em maio de 1988, sem indicação de dia concreto. É com esta declaração que o diretor dá início àquela que pode ser classificada como a primeira newsmagazine portuguesa moderna, lançada com uma redação totalmente informatizada. Ostentando na capa o subtítulo em maiúsculas “Revista de Grande Informação”, logo abaixo do logótipo, custa 180\$00, tem 134 páginas, uma tiragem de 70 mil exemplares, e oferece uma publicação autónoma, em encarte, num formato que ronda o A5 (20,2 X 13,2 cm), a “Até Sábado”, um guia de 32 páginas, “com tudo o que há para ver, ouvir, ler, escutar, comer e beber em Lisboa e Porto”, lê-se na página 4 da revista principal. Uma inovação que se tornaria um clássico, uma vez que quase todas as newsmagazines posteriores trabalharam estruturas semelhantes. Depois de ter ficado conhecido com aquele que introduziu o formato tabloide nos semanários, com o jornal *Tal & Qual*, Joaquim Letria é muitas vezes considerado o jornalista responsável pela introdução do modelo de newsmagazine em Portugal.

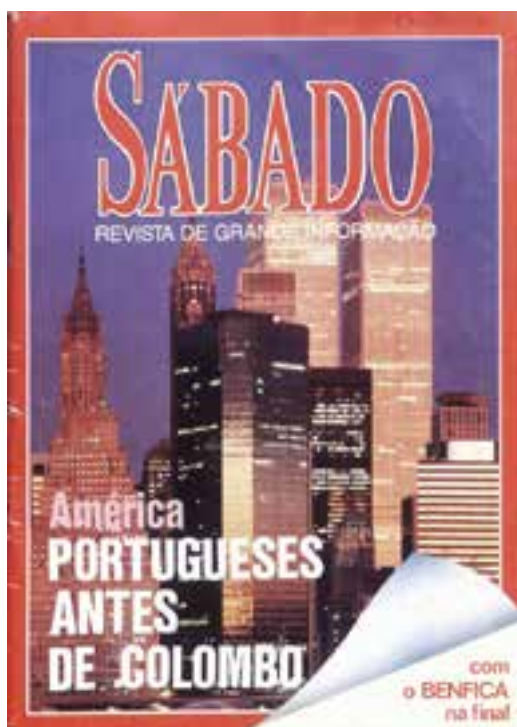


Figura 35
Capa da revista 00 da *Sábado* (I Série)
lançada em maio de 1988.
Fonte: Reprodução do original.

24 É esta a indicação que surge e não o, como é habitual.

São 21 os anos que distam entre a transformação do jornal *Vida Mundial* em newsmagazine e o lançamento da *Sábado*, propriedade da Invesmídia, SA, presidida por Aníbal Lopes. A última tentativa de entrada no território das newsmagazines pertencera à *Mais*, em janeiro de 1985, mas a revista dirigida por Carlos Cruz só trabalhou o formato durante cinco meses, deixando a *Grande Reportagem* sozinha no mercado. A newsmagazine de Barata-Feyo encerrou duas semanas mais tarde, no final de junho, deixando a imprensa portuguesa sem newsmagazines durante três anos. Uma situação que após o lançamento da *Sábado* não voltaria a registar-se.

Como fica claro pelas palavras de Joaquim Letria no n.º 00, a *Sábado* sabe o que é — uma revista semanal de grande informação, ou seja, uma newsmagazine — e sabe o que isso significa em termos de formato e conteúdos. No design gráfico da *Sábado*, assinado por Eduarda Leal Coelho, a influência da *Time* é visível. As características que a aproximam da pioneira americana começam no logótipo, que recorre a um tipo de fonte clássica, serifada, (que só não permite uma melhor comparação com a *Time* pelo facto de os dois títulos não possuírem letras em comum), de caracteres vermelhos delineados a branco, sem fundo. As semelhanças passam também pela emblemática moldura vermelha, as dimensões (20X27,5 cm), e até o tipo de capa — multi-tema [mas dois apenas], uma imagem.

Esta influência da *Time* não é reconhecida por Joaquim Letria²⁵. O jornalista afirma ter-se inspirado nas newsmagazines europeias que mais apreciava. Lia todos os títulos franceses — *L'Express*, *Le Nouvel Observateur* e *Le Point* —, mas confessa que a sua predileção ia para as revistas italianas, nomeadamente, a *L'Espresso* e a *Panorama*. “A *Panorama* era uma revista muito bem feita. Tinha amigos nas duas revistas (mais na *Panorama* que na *L'Espresso*), mas sempre foi para ali que pensei que podia resultar aqui. E foi, de facto, a *L'Espresso* a maior influência na *Sábado*”. Há que acrescentar que as newsmagazines europeias são todas posteriores às americanas *Time* e *Newsweek*, tendo por estas sido influenciadas em termos de filosofia, conteúdos e, claro, desenho gráfico. Ao escolher a *L'Espresso*, fundada em 1955, como inspiração, Joaquim Letria transportou para a *Sábado* o que tinha havido de influência da *Time* na congénere italiana.

Na capa do número zero da *Sábado* visualiza-se uma fotografia que mostra um arranha-céus à noite, que transporta o leitor para a cidade de Nova Iorque, leitura que o antetítulo confirma, “América”, num rosa pálido. O título, pelo contrário, surge em maiúsculas brancas a três linhas, “Portugueses/ antes/ de Colombo”, arrumado no canto inferior esquerdo da capa. O tema de capa diz respeito a uma peça sobre a hipótese de terem sido navegadores portugueses os primeiros a chegar ao continente americano, décadas antes de Cristóvão Colombo. Uma tese relançada com a descoberta de uma carta-portulano genovesa que dá indicações nesse sentido. No canto inferior direito, um efeito gráfico faz parecer que a capa

25 Em entrevista concedida a 9 de abril de 2010.

está levantada, criando o espaço para a segunda chamada, a três linhas a vermelho, “com/ o BENFICA/ na final”, um título que pode ser classificado como comprometido, caso o “com” seja lido como “apoiamos”, mas se o “com” for descodificado como a indicação de estar no local a acompanhar o jogo, é não comprometido. Uma fotorreportagem de Eduardo Gageiro sobre a final da Liga Europa entre Benfica e os holandeses do PSV Eindhoven, a 25 de maio, da qual a equipa portuguesa sairia derrotada por 6-5, nos pênaltis. Um trabalho que também permite concluir que o número 00 da *Sábado* terá sido publicado necessariamente na última semana de maio.

Curiosamente, quando se consulta o sumário, que se estende pelas páginas 4 e 5, verifica-se que é esta peça secundária sobre o jogo de futebol que surge identificada como tema de capa. Talvez tenha sido a derrota do Benfica que motivou a mudança de última hora, que não chegou a atualizar-se no sumário. Para além da secção “Capa”, o sumário divide-se em “Portugal”, “Internacional”, “Viver” e “Secções”. As duas primeiras trabalham temas de política dentro e fora de fronteiras, ao longo de 26 e 23 páginas, respetivamente. Com 60 páginas, “Viver” ocupa quase 45 por cento da *Sábado* com temas que vão da antropologia às artes plásticas, passando pelo direito, teatro, televisão, música, livros, gastronomia, moda e social. Quanto a “Secções” diz respeito aos espaços de opinião, diálogo com os leitores e banda desenhada.

Graficamente, o sumário divide-se em três espaços, separados por duas barras horizontais. Na zona superior, a primeira imagem é uma reprodução da capa, seguindo-se outras imagens que colocam em destaque determinadas peças. No espaço interior, mais largo, encontra-se o sumário, propriamente dito. No canto inferior esquerdo da página 4 reproduz-se a capa da “Até Sábado”, acompanhada de um parágrafo explicativo da natureza do suplemento. Os nomes dos colaboradores que participaram no número 00 surgem também no canto inferior esquerdo, mas da página 5. Também na página ímpar, mas no canto inferior direito, há um curto texto que destaca uma iniciativa que se distribui por várias páginas da revista, a reprodução de anúncios publicados na imprensa entre 1948 e 1988, que a *Sábado* classifica como “glórias da nossa publicidade”.

Na página 6 do número zero é publicado o Estatuto Editorial. Com sete princípios claramente enumerados por algarismos de grandes dimensões, o primeiro serve para definir a publicação como “uma revista de grande informação, de periodicidade semanal”. Os objetivos são “noticiar e analisar os acontecimentos de índole política, económica, social, cultural e científica, numa perspectiva múltipla, de modo a fornecer ao leitor, os dados indispensáveis, para que possa efectuar o seu juízo”. No segundo ponto, afirma-se que a nova revista “valoriza a procura da informação, a explicação das notícias e o rigor da escrita”, um discurso em consonância com o conceito de newsmagazine.

O terceiro princípio do Estatuto Editorial situa o jornalismo da *Sábado* entre o “desencarnado” e o “militante”, e consagra a independência em relação a “grupos políticos, económicos, sociais e culturais”, comprometendo-se com o cumprimento da lei e do código

deontológico do jornalista. Uma questão desenvolvida no princípio seguinte, bem resumida nas palavras finais: “a liberdade de informação não autoriza as falsas notícias e as informações difamatórias”. Em quinto lugar, a *Sábado* promete “uma revista portuguesa que falará dos portugueses”, sem esquecer a sua inserção “no espaço europeu”.

No penúltimo princípio enunciado, a newsmagazine explica que adota para si a frase “Democracia é o poder do povo, pelo povo e para o povo”, da autoria do presidente norte-americano Abraham Lincoln, prometendo aos leitores respeito pelos “valores nucleares do conceito de Democracia: liberdade e igualdade”. O sétimo e último princípio é o mais curto e decorre do anterior. Revela a *Sábado*, de forma provocadora, que não é independente, uma vez que “não perde nunca a paixão da liberdade, porque só esta pode construir a igualdade económica, social e cultural”.

Também na página 6, numa coluna à esquerda do estatuto editorial, encontra-se a ficha técnica da revista. Na direção, para além de Joaquim Letria, como diretor, surgem os nomes de Ricardo Leite Pinto, como diretor-adjunto e Fonseca Bastos como subdiretor. No conselho editorial, quatro nomes dividem-se por áreas: Joaquim Aguiar (Sociedade); José Ribeiro e Castro (Política); Luís Campos e Cunha (Economia); e Vasco Graça Moura (Cultura). Com 17 jornalistas, a equipa da redação também se encontra agrupada por secções — “Portugal”; “Internacional”; e “Viver/Até Sábado”. Os editores das três grandes secções são, respetivamente, Manuel Anta, que tinha sido jornalista nesta área na fase final da *Grande Reportagem*, Luís Delgado e Jorge Peixoto. A redação fecha com os nomes de João Galamba de Oliveira e Margarida Viegas, identificados como “Grandes Repórteres”.

Para além de Eduarda Leal Coelho, mais cinco nomes integram a equipa de “Grafismo”. A “Fotografia” conta com três elementos, o primeiro dos quais Eduardo Gageiro, como editor. O premiado fotojornalista, depois de ter feito parte da equipa da pioneira *Vida Mundial* e de passar como colaborador pela *Grande Reportagem*, volta a estar presente num momento decisivo da história da newsmagazine em Portugal, integrando a redação da primeira revista semanal de informação geral moderna. Uma nota para o facto de, três anos decorridos sobre o fecho da *Grande Reportagem*, apenas dois (Manuel Anta e Eduardo Gageiro) dos 46 elementos da redação (incluem-se aqui os grande repórteres), integrarem a equipa da nova revista semanal de informação geral.

A *Sábado* usa no número 00 uma estrutura inédita que passaria a ser prática nas revistas semanais de informação geral portuguesas — dá a conhecer os rostos da publicação. Nas páginas 10 e 11 são 43 as fotografias “tipo passe” que mostram rostos sorridentes que olham diretamente o leitor, numa espécie de compromisso cúmplice assumido, reforçado pelo título, “Uma equipa ao seu serviço”. As fotografias estão numeradas e na parte inferior encontra-se uma legenda onde se podem consultar os nomes. Joaquim Letria é o número 25, e a fotografia é idêntica àquela com que saudara com um sorriso aberto os leitores na página 3, na “Carta de Sábado”.

Regressando ao texto de apresentação da revista de Joaquim Letria, o diretor afirma que “não surgimos contra nada nem seremos anti-ninguém, sistematicamente”, explica que “trazemos às bancas da Imprensa portuguesa uma atitude positiva que desejamos que transpareça das nossas páginas”. Em termos de contexto, Letria considera que a *Sábado* é lançada num “período apaixonante, em que novas publicações estão a nascer e novos grupos de interesse se constituem”. O *Independente*, semanário dirigido por Miguel Esteves Cardoso e Paulo Portas, por exemplo, tinha sido lançado na semana anterior, a 20 de maio de 1988.

Joaquim Letria foi convidado pelos acionistas da *Sábado* para dirigir uma equipa que já tinha sido constituída. Diz o jornalista que a revista “era uma mistura do ‘Centrão’”, ou seja, de pessoas com ligações ao Partido Socialista e ao Partido Social Democrata, citando os nomes de Jorge Ferro Rodrigues e Pedro Santana Lopes²⁶ como exemplos. Resultava numa estrutura “estranhíssima e muito complicada de gerir, como eu depois tive a experiência durante dois anos ao gerir as sensibilidades daquela gente toda”.

Apesar disso, no que diz respeito à redação, a “equipa reagiu muito bem e trabalhou verdadeiramente como uma equipa” e, por isso, a *Sábado* “acabou por ser uma excelente revista, enquanto durou”. O que havia, quando Joaquim Letria foi contactado, era apenas a equipa, nada mais. “Pediram-me para criar a revista desde o conceito”, conta. Nem instalações tinham sido escolhidas, nem sequer o título tinha sido definido. Joaquim Letria decide-se por *Sábado*, um nome masculino, de forma a remeter a revista para o conceito hebraico de *sabat*, o fim de semana, o descanso.

Toma ainda outra decisão — a revista irá para as bancas à sexta-feira, apesar do nome escolhido e da data indicada na capa. Nesta, o primeiro dia indicado é, de facto, sábado, um dia após a chegada às bancas. Ainda na capa, há a indicação da data limite (o sábado seguinte). No interior da revista, a data que surge no final das páginas é a última indicada na capa²⁷. Com esta opção, a *Sábado* rege-se pela tradição americana das revistas internacionais, o que confirma a vontade do título de trabalhar da forma mais próxima possível o formato news-magazine. Tanto *Time* como *Newsweek* indicam quer na capa quer nas páginas interiores uma data que corresponde a uma semana após o dia de publicação, ou seja, optam por indicar “o limite de prazo” da revista, provavelmente para manter a sensação de atualidade ao longo da semana em que o título está nas bancas.

26 A este propósito, refira-se que Aníbal Lopes, que na ficha técnica, como já foi referido, surge como presidente da Administração da Invesmídia, empresa proprietária da *Sábado*, era pai de Pedro Santana Lopes.

27 Tanto a primeira situação como a segunda implicam cuidados suplementares na análise, de forma a que as referências temporais sejam as corretas. Clarifica-se, também, que usamos a primeira data que surge enunciada na capa da revista, apesar de não ser esta a que corresponde ao dia de publicação, nem corresponder depois ao que se encontra nas páginas interiores. Esta opção é tomada para facilitar investigações futuras que pretendam localizar as revistas referidas.

Sobre a decisão de colocar o título à venda à sexta-feira, Joaquim Letria explica que essa estratégia “era muito importante na distribuição e vendas”, uma vez que o “sábado era o dia do *Expresso*” e o semanário à época “tinha muito mais força”. Considera Letria, que “entre um produto como a *Sábado* e a novidade que era e, por outro lado, uma coisa consolidada como o *Expresso*, [as pessoas] preferiam o *Expresso*”. Para além da antecipação nas bancas em relação ao semanário de Francisco Pinto Balsemão, a escolha da sexta-feira ia ao encontro dos hábitos das pessoas que ao fim-de-semana “começavam a sair da cidade e já levavam a revista com elas”.

O número 1 é publicado com data de capa de 18 de junho de 1988, mas sai para as bancas no dia anterior, pelas razões já referidas. Para tema de capa, a *Sábado* seleciona uma entrevista a Miguel Cadilhe, à época ministro das Finanças, conduzida por Joaquim Letria e publicada nas páginas 17 e 18. Em termos de imagem de capa, a *Sábado* opta por uma montagem. Assim, “forra” o fundo da capa com três notas de 5 mil escudos, as de valor mais elevado em 1988. Ao centro insere uma fotografia de Miguel Cadilhe, sorridente e fitando o leitor, num plano médio. Veste fato escuro e camisa branca, tem o braço esquerdo cruzado enquanto segura na mão direita os óculos, como se os tivesse tirado para a fotografia — uma composição que resulta numa postura formal, mas descontraída, exatamente o que se pretende quando se opta pelo plano médio. O título surge no quarto inferior direito da capa, em maiúsculas laranjas, a três linhas, precedidas por um antetítulo em amarelo que corresponde ao nome do Ministro das Finanças. Apesar da inexistência das aspas, é um título que merece ser classificado como declarativo comprometido, se entendermos que é a *Sábado* o enunciador: “Ele não brinca/com o nosso/dinheiro”. Estamos na presença de uma avaliação positiva de carácter — a revista manifesta a sua crença nas qualidades do ministro das Finanças.

Regressando à capa n.º 1 da *Sábado*, encontramos um segundo tema, inserido a meio do rodapé, num retângulo amarelo pálido que se sobrepõe à zona da cintura de Cadilhe. Neste, lê-se a duas linhas de maiúsculas vermelhas “Com Vergílio Ferreira/até ao fim”. Um título que se constrói recorrendo ao do livro de Vergílio Ferreira *Até ao Fim*, que acabara de ser premiado pela Associação Portuguesa de Escritores com o Grande Prémio de Romance e Novela, o mote para a chamada de capa. Também pode ser considerado comprometido, uma vez que permite ser decodificado como uma declaração de apoio incondicional da *Sábado* ao escritor.

Na página 3, Joaquim Letria volta a assinar o artigo de opinião de abertura, que adota como designação da rubrica o nome usado como título no número 00, “Carta de Sábado”. Por baixo do texto, o espaço passa a exibir uma digitalização da assinatura do diretor que lhe confere uma nota de personalização e proximidade. Tanto esta estrutura como a designação do espaço, lembram uma prática iniciada nas newsmagazines portuguesas com Artur Anselmo, na *Observador*, em 1971, no editorial designado como “Carta Aberta” (Cf. 3.2.2), e retomada na *Grande Reportagem* em 1984 nos moldes analisados (Cf. 4.2.4).

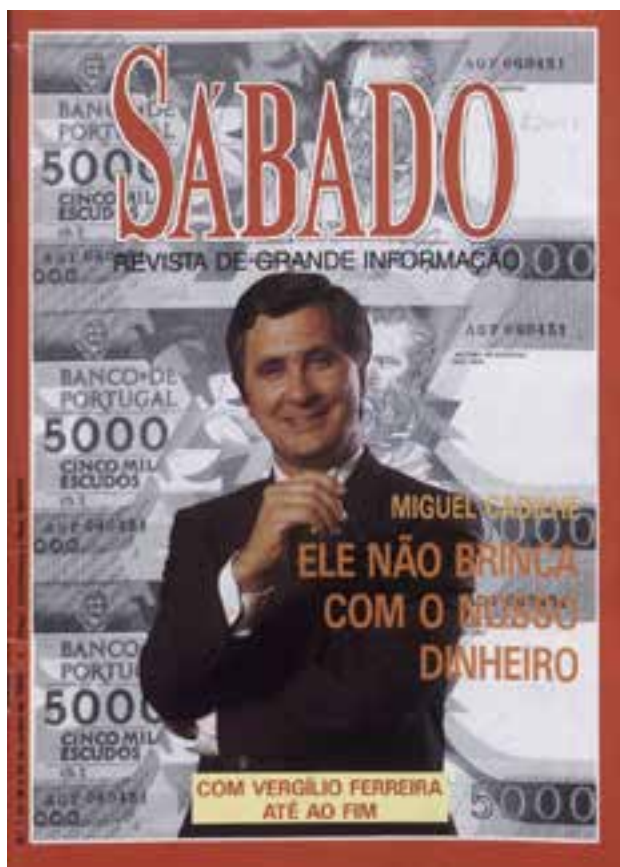


Figura 36

Uma montagem com notas de cinco mil escudos serve de pano de fundo ao ministro das Finanças no n.º 1 da *Sábado*.
Fonte: Reprodução do original.

O artigo de opinião de Letria intitula-se “Um, para começar” e o último parágrafo retoma duas ideias-chave deixadas no número de ensaio — o facto de a *Sábado* não nascer contra nada ou ninguém “e que não existia válida razão para que Portugal fosse o único País da Europa a não ter uma revista de grande informação”. Apesar desta referência clara a “revista”, quando se consulta o sumário nas páginas 4 e 5 descobrem-se referências no masculino ao título. Nomeadamente, no texto que remete para o tema de capa, onde se lê “numa entrevista exclusiva ao Sábado” e no que corresponde ao descritivo da “Até Sábado”, no canto inferior esquerdo — “edição do²⁸ Sábado”. Isto, apesar de haver no canto inferior direito um outro texto que refere “revista Sábado”. Esta atribuição do género masculino à newsmagazine, que também surge no discurso de Joaquim Letria, pode ser entendida, uma vez mais, como fruto da proximidade sentida entre este tipo específico de revista e os jornais semanários.

Na ficha técnica da *Sábado* n.º 1, na página 6, a equipa alarga-se e representa melhor a dimensão e ambição do projeto. Aos elementos da administração, direção do título e redação,

28 Sem negritos e sem sublinhados nos originais.

juntam-se mais 27 “colaboradores”, das mais variadas áreas — desde o maestro António Vitorino d’Almeida até ao apresentador de televisão Manuel Luís Goucha, que nesta altura escrevia sobre culinária, particularmente, sobre doçaria. Surgem também seis “correspondentes”, nas cidades do Porto, Ponta Delgada, Funchal, Bruxelas, Madrid e Londres. Acrescentando os 17 jornalistas da redação, significa que existem mais de meia centena de pessoas envolvidas semanalmente na produção da revista. Em termos de “agências e serviços”, surgem The Associated Press, Lusa, Dias da Silva, FERIAQUE e *US News & World Report*, à época, a terceira maior newsmagazine americana.

O primeiro número da *Sábado* padece de alguns enganos pouco usuais numa publicação já ensaiada através de um número zero. Joaquim Letria, no “Carta de Sábado” da revista experimental sublinhava a utilidade de um ensaio que permite “produzir os ajustamentos necessários a um bom produto” (Letria, 1988a, p. 3). Para além de alguns erros de ortografia, nas páginas de apresentação da equipa, a legenda referencia 50 pessoas (mais sete que no número zero), mas falha as fotografias das duas últimas. No suplemento “Até Sábado” falta a parte final do texto “Diga-nos coisas”, que surge no final da página 12, de apelo aos leitores no sentido de enviarem sugestões, críticas e comentários.

Apesar disso, as melhorias gráficas e organizacionais do número 1 em relação ao 00 são evidentes. Especialmente no sumário que ganha em qualidade e clareza. Os conteúdos de “Viver” dividem-se, mantendo a secção as temáticas de sociedade e libertando para “Secções” os temas teatro, livros, cinema, televisão, direito, moda e “mitos e manias”. A “Viver” passa a ocupar apenas 28 páginas e a “Secções” 29, resultando num equilíbrio em relação a “Portugal” (25 páginas, incluindo o tema de capa) e Internacional (29). Os artigos de opinião, os espaços de diálogo com o leitor e as páginas de notícias curtas passam a integrar a secção “E ainda”, fazendo crer que a arrumação em “Secções” no número zero resultou apenas de problemas de paginação. A distribuição dos destaques pelo sumário torna-se mais uniforme e os temas surgem a negrito, ganhando visibilidade.

Sem ser referenciado no sumário, o primeiro número da *Sábado* inclui um longo editorial, nas páginas 14 e 15. O espaço não é assinado²⁹, aborda temas políticos que estavam a marcar a agenda e passa a ser semanal. Em conjunto com a “Carta de Sábado” mostra que a nova revista não se coíbe de tomar posição pública perante os acontecimentos de forma muito clara. A partir do n.º 4, de 16 de julho, o editorial passa a figurar no sumário e, em situações excepcionais, chegam a surgir dois — um a anteceder a secção “Nacional” e outro a “Internacional”. Ainda antes de 1988 terminar, a *Sábado* individualiza mais uma secção, “Economia”,

29 Em relação a esta questão, e como com alguma frequência a *Sábado* publica peças de alguma dimensão sem identificar o autor, é de mencionar que a partir do final de 1988, a revista passa a incluir na ficha técnica a frase “Os artigos não assinados são da responsabilidade da Direcção”.

que localiza entre “Portugal” e “Internacional” e tem como editor o até então grande repórter, João Galamba de Oliveira.

A estrutura multi-tema, uma imagem, organizada em torno de um tema principal e um secundário, tendo uma pessoa como protagonista da capa mantém-se nos três primeiros números. A 9 de julho de 1988, o rosto da *Sábado* número quatro, da autoria de Eduarda Leal Coelho³⁰, é completamente diferente. Uma capa tipográfica, uma estrutura rara nas newsmagazines, de fundo totalmente negro atravessado pela palavra “SIDA” em maiúsculas brancas de grande dimensão, lendo-se numa segunda linha, já de caracteres muito mais reduzidos “em Portugal”. A partir desta semana, as capas passam a construir-se de forma variada, quer em termos de temas quer no que diz respeito às imagens — com pessoas e sem pessoas, recorrendo a fotografia, ilustrações, gráficos ou montagens.



Figura 37
A primeira capa tipográfica da *Sábado* surge no n.º 4, a 9 de julho de 1988.
Fonte: Reprodução do original.

No que diz respeito à linguagem utilizada na capa, a construção dos títulos recorre várias vezes a trocadilhos e caracteriza-se pela simplicidade e coloquialidade, aproximando-os do registo falado. São exemplos:

- “Mãos à obra” (n.º 12, de 3 de setembro de 1988);
- “Quanto vamos pagar a este homem” (n.º 26, de 10 de dezembro de 1988);

30 No sumário, ao lado da reprodução da capa, a *Sábado* passa a identificar o autor da imagem que faz a capa.

— “Santos da casa fazem milagres” (n.º 48, de 13 de maio de 1989).

Os títulos das capas de newsmagazines caracterizam-se por uma certa economia gráfica que se traduz muitas vezes na ausência de pontuação, deixando parte da interpretação do lado dos leitores³¹, o que também acontece na *Sábado* e fica patente nos três exemplos anteriores. Contudo, nos cinco números publicados entre 4 de fevereiro e 4 de março (34 a 38) esta regra foi completamente esquecida. Neste período os títulos foram os seguintes:

- “Nem a brincar!!!” (n.º 34, de 4 de fevereiro de 1989);
- “Haja saúde!!!” (n.º 35, de 11 de fevereiro de 1989);
- “Aquele máquina!!!” (n.º 36, de 18 de fevereiro de 1989);
- “Quem lhes limpa o sarampo?!?” (n.º 37, de 25 de fevereiro de 1989);
- “Andam todos fora de jogo!!!” (n.º 38, de 4 de março de 1989).

Apesar de semanal, a *Sábado* mostra uma grande preocupação em seguir de perto a atualidade. O incêndio em Lisboa que destruiu a zona histórica do Chiado a 25 de agosto de 1988 motivou um suplemento extra feito em tempo recorde que envolveu a revista semanal já preparada. Assim, a *Sábado* n.º 11, de 27 de agosto de 1988, tem duas capas, a original e a referente ao incêndio, que acompanha um dossier de 16 páginas com numeração própria. Uma estrutura que a newsmagazine voltaria a repetir pontualmente.

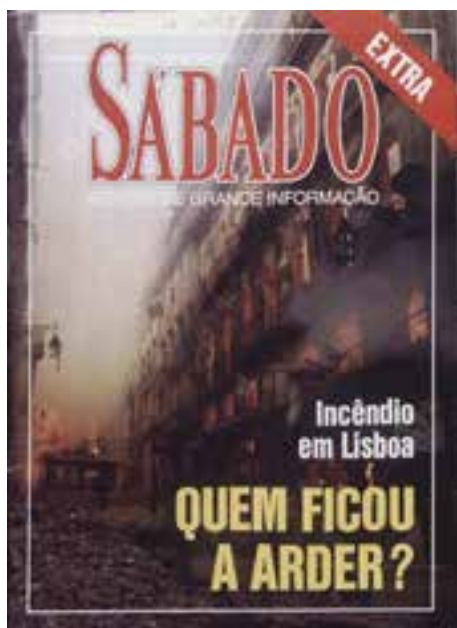


Figura 38

A envolver a *Sábado* n.º 11, de 27 de agosto de 1988, surge um dossier extra com capa própria para noticiar o incêndio na zona histórica do Chiado. Fonte: Reprodução do original.

31 Esta economia gráfica nas capas de newsmagazines também foi identificada numa investigação a capas de 1999 de quatro revistas semanais de informação geral, uma nacional e três internacionais — a portuguesa *Visão*, a americana *Newsweek*, a francesa *L'Express* e a brasileira *Veja* (Cardoso, 2012, p. 96).

O ano fecha com a edição nº 29, de 31 de dezembro de 1988, e na “Carta de Sábado”, Joaquim Letria, que acumula agora a direção com o cargo de administrador-delegado da Invesmídia, faz um balanço dos primeiros meses da revista que regista 72.500 exemplares de tiragem na ficha técnica. A fotografia que acompanha o texto intitulado “1989” representa agora o jornalista em plano médio, sentado a uma secretária, de esferográfica na mão e ecrã de computador em fundo. O sorriso aberto mantém-se. Sobre os primeiros seis meses de vida da *Sábado*, Letria afirma que são cada vez mais as pessoas “que se vão dando conta da importância desta revista no processo de formação de uma opinião pública consciente, responsável e responsabilizante” (Letria, 1988c, p. 3).

O diretor da *Sábado* afirma que 1989 será um ano importante e apresenta os projetos: “lançaremos iniciativas, aperfeiçoaremos a revista, corrigiremos defeitos e erros”. Será “o ano da confirmação, da exploração do sucesso, da afirmação”. Isto, porque, em meio ano foi possível “implantar uma revista, estabilizar o seu público fiel, planejar o seu crescimento e lograr um exercício positivo” (Letria, 1988c, p. 3), o que significa que após três anos de vazio o público português parecia ávido de uma newsmagazine e tinha recebido o projeto de braços abertos.

Apesar do otimismo generalizado que percorre a última “Carta de Sábado” de 1988, nada fazia adivinhar que logo no número seguinte, de 7 janeiro de 1989, a revista surgisse com uma estrutura renovada. As dez páginas iniciais da newsmagazine apresentam-se com o cabeçalho “Jornal da Sábado³²” e recorrem a uma paginação que as assemelha às de um jornal, procurando ser o resumo da atualidade da semana, a preto e branco, pontuado aqui e ali por fotografias a cores. Na “Carta de Sábado”, empurrada pelo “Jornal da Sábado”, da página 3 para a 11, Joaquim Letria garante que esta nova estrutura vai permitir dar mais notícias e é uma garantia de “começar o ano com o pé direito!”. A partir do número seguinte, o cabeçalho desta secção inicial redesenha-se, passa a ter um logótipo próprio que recorre ao da newsmagazine para construir o que passa a ser designado por “Sábado Jornal”.

As novidades do n.º 30 não acabam por aqui, tal como promete o título do texto assinado por Letria, “Mais revista pelo mesmo dinheiro”. Para além do “Jornal da Sábado”, a newsmagazine mantém o guia “Até Sábado” e a este acrescenta o suplemento “Viver”, de 34 páginas, autonomizando conteúdos como cultura, moda, lazer e comportamento que até então surgiam incluídos na secção homónima, dentro da revista.

32 Atente-se à clara utilização aqui do feminino para referenciar a revista depois das ambivalências iniciais identificadas.



Figuras 39 e 40

De “Jornal da Sábado” a “Sábado Jornal”, uma nova estrutura para as dez primeiras páginas da newsmagazine introduzida em janeiro de 1989.

Fontes: Reproduções dos originais.

Ao todo são 164 as páginas da primeira *Sábado* de 1989, 100 de revista, que passa a centrar-se nas secções “Portugal”, “Internacional” e “Economia”, e 64 distribuídas pelos dois suplementos. Para além do que há de novo, o texto de apresentação da remodelação do título deixa perceber que o público alvo da revista é de estatuto económico elevado. A propósito da manutenção do preço nos 180\$00, não acompanhando “o aumento do preço dos outros semanários³³”, Joaquim Letria afirma: “sabemos que o nosso público se conta entre aqueles para quem mais uns escudos seriam trocos”. São dadas duas razões para justificar a manutenção do preço. Em primeiro lugar, “a noção de serviço público” prestado pela revista. Em segundo, a ambição de alargar o universo de leitores aos mais jovens (Letria, 1989a, p. 11).

Decorrido pouco mais de um mês, a *Sábado* vai além do suplemento como forma de se manter a par da atualidade e inaugura um formato que se torna habitual nas newsmagazines portuguesas, à semelhança do que acontece também além-fronteiras — a edição especial. O mote surge com a queda de um Boeing 707 na ilha de Santa Maria, nos Açores, a 8 de fevereiro de 1989, um desastre sem sobreviventes que causou 144 mortes — a maior tragédia aérea

33 E aqui se regressa à integração da natureza da *Sábado* no universo dos jornais semanários.

registada em território nacional. A 12 de fevereiro de 1989³⁴, 24 horas após a edição semanal estar nas bancas, o especial de 34 páginas e preço de 80\$00, está à venda com a indicação “Fora de Série”. Uma estrutura repetida a 23 de abril de 1989, uma quinta-feira, dois dias após uma manifestação de polícias, que reivindicavam a criação de um sindicato, reprimida pela polícia de choque com grande violência no Terreiro do Paço. A partir daí a *Sábado* regressa às edições especiais quando considera que a atualidade assim o exige.

No primeiro desses números excepcionais, Joaquim Letria explica no texto de abertura, paginado à semelhança do espaço “Carta de Sábado”, as razões que levaram à decisão de lançar uma revista extra. Uma newsmagazine “tem um ciclo de produção próprio, que se não compadece com delongas de última hora. Por isso encontra nas bancas a nossa edição normal, correspondente a esta semana”. O acidente aéreo nos Açores registara-se perto do meio-dia de quarta-feira, o que impedira o tratamento da informação a tempo de ser incluída na edição normal. Aguardar pela próxima, de 18 de fevereiro, significaria distar dez dias do acontecimento. A *Sábado* considerou que a importância noticiosa do desastre era suficiente para apostar numa edição especial que permitisse ao leitor “completar a sua informação sobre o facto mais importante da actualidade nacional”, palavras que sublinham o papel de intérprete da realidade atribuído à newsmagazine. Depois dos diários, estações de rádio e televisão noticiarem o acidente ao longo de cinco dias, ainda se considerava justificável um aprofundamento reflexivo por parte da revista semanal de informação geral. Joaquim Letria que dá o título “Jornalismo, antes de mais” ao texto de apresentação da edição especial, considera que este esforço conjunto da redação da *Sábado* e das empresas gráficas e de distribuição do título mostra o tipo de newsmagazine que se pretende fazer, “escrita por jornalistas e não por amanuenses” (Letria, 1989b, p. 3).

A 10 de junho de 1989, Joaquim Letria anuncia na “Carta de Sábado” um número especial que na semana seguinte celebrará o primeiro ano da revista. Diz o diretor que o número de aniversário da semana seguinte terá 300 páginas e que

marca um ano de perseguição da qualidade, 365 dias de isenção e entusiasmo, acreditando no público e nos anunciantes, e fazendo ouvidos de mercador à habitual meia dúzia de profetas da desgraça para quem, definitivamente, nunca escreveremos esta revista.

Uma caracterização que denuncia o facto de, em 1989, persistirem as dúvidas sobre o êxito duradouro da fórmula newsmagazine em Portugal, apesar do conceito, à época, já contar com 66 anos de história.

34 Nas páginas interiores, refere-se 11 e não 12 de fevereiro. Saindo a *Sábado* à sexta, com data de capa do dia seguinte, e sendo 12 de fevereiro um domingo, para se terem efetivado apenas 24 horas, a data correta seria 11 de fevereiro (sábado) — mas esta seria a mesma data do número já nas bancas. Será essa a razão da discrepância?

O prometido cumpre-se, e o n.º 53, de 17 de junho, é uma edição dupla de aniversário, que obriga a uma lombada que suporte o volume da revista principal. Contabilizando os suplementos, a edição totaliza 340 páginas. A capa é da autoria da diretora de arte, Eduarda Leal Coelho. Num fundo negro vê-se uma revista *Sábado* enrolada como se de um copo de cocktail se tratasse, enfeitada com uma rodela de laranja, uma cereja e a típica sombrinha de papel vermelha, no mesmo tom da moldura da newsmagazine. O título informativo indicativo surge à esquerda, a meio da capa, a duas linhas de maiúsculas brancas, “Número Duplo/1º Aniversário”. A capa de aniversário é do tipo multi-tema e multi-imagem, uma vez que para além do assunto principal, há mais duas chamadas de capa³⁵. A que ganha mais destaque tem como título, a duas linhas, Soares I/O Encantador, ocupa uma faixa larga no rodapé e é acompanhada por uma imagem de Mário Soares, vestido como se de um rei se tratasse, a propósito das presidências abertas do Chefe de Estado, que a *Sábado* compara a práticas de um “monarca medieval”. A segunda surge centrada, em cabeçalho, inserida num retângulo de fundo amarelo pálido, “As imagens da campanha eleitoral” e diz respeito a uma reportagem fotográfica sobre as eleições europeias marcadas para 18 de junho de 1989.

Figura 41

Um número duplo de 340 páginas para assinalar o primeiro aniversário, a 17 de junho de 1989.

Fonte: Reprodução do original.



35 No canto superior direito da capa há ainda a indicação “Venha connosco a Londres”, mas no interior da revista não se conseguiu encontrar nada que corresponda a essa referência.

A revista dedica 32 páginas à celebração do seu primeiro ano de vida. Mas antes, três textos de opinião começam logo a trabalhar o assunto. O primeiro surge na página 5, assinado por Pedro Santana Lopes. Neste, o político assume-se como “impulsionador e responsável” pelo lançamento da *Sábado*, manifestando um “grande orgulho” por assinalar o primeiro aniversário de um “êxito, inédito em Portugal, de uma revista de Grande Informação” — uma declaração que faz tábua rasa da história das três newsmagazines anteriores que ultrapassaram os 12 meses: *Vida Mundial*, *Observador* e *Opção*³⁶.

Para Santana Lopes, a revista mostrou ser “um projecto profissional e não um instrumento de qualquer combate político”, ao mesmo tempo que manteve “como ponto de honra a isenção”, sem alinhar “em processos fáceis de venda de papel de jornal”³⁷. Aos parabéns a toda a equipa e a Joaquim Letria em particular, acrescenta a força dos números — um lucro semanal líquido de 12 mil contos, classificando a Invesmídia, proprietária da *Sábado*, como “o maior grupo de Comunicação Social português” (Lopes, 1989, p. 5).

Duas páginas mais à frente, o jornalista e escritor João Aguiar, *copy desk* da newsmagazine, dedica metade da coluna semanal “De Sábado a Sábado” ao momento de festa. Aguiar aproveita a oportunidade para dar a conhecer aos leitores os bastidores da revista, o ritmo frenético de produção, a ansiedade, os prazos impossíveis, os problemas técnicos e o desafio semanal que significa para a redação colocar a *Sábado* nas bancas — e o peso acrescido que significou montar o número duplo de aniversário (Aguiar, 1989, p. 7).

Vira-se mais uma página e chega-se à “Carta de Sábado”, assinada por Joaquim Letria, acompanhada por um grande plano do jornalista, agora fitando o leitor nos olhos com muita seriedade, em resultado do abandono das fotografias sorridentes dos primeiros meses. O título reduz-se a uma palavra, “Números”, mas o parágrafo inicial é um balanço qualitativo em que o diretor afirma, sem “falsa modéstia”, que “tudo vai bem” com a newsmagazine. A alegria pelo feito do primeiro aniversário, justifica-se porque em Portugal, afirma, “revistas deste tipo morreram quase todas à nascença”³⁸ (Letria, 1989d, p. 9).

Joaquim Letria, na linha do artigo de Pedro Santana Lopes, sublinha de seguida o êxito alcançado nos 12 meses de vida da publicação e o facto de se ter constituído como “uma das bases mais sólidas sobre a qual vai crescendo um importante grupo de *multimedia*”. Os números chegam a partir do terceiro parágrafo. Afirma o diretor que “mais de 300 mil pessoas têm esta revista todas as semanas” — presume-se que o valor se refira ao número de leitores, uma vez que a tiragem é mais de quatro vezes inferior ao valor indicado. De acordo com

36 Sem acrescentar a *Mais*, que também teve uma duração superior, mas só trabalhou o modelo formal de newsmagazine, no sentido estrito, durante cinco meses.

37 Sublinhe-se esta referência. Ao que parece, uma publicação de “grande informação”, mesmo que em formato revista, é muito facilmente arrastada para um enquadramento no universo dos jornais — o lugar da “notícia” por excelência.

38 Uma declaração que reconhece a existência de títulos predecessores e que se aplica com especial ênfase à *Novo Observador*.

Joaquim Letria, quem lê a *Sábado*, “não são pessoas quaisquer, pertencem às classes com maior poder de decisão e de compra do nosso País”. Esse universo inclui aquilo que caracteriza como “mulheres de carreira”, revelando que 46% dos leitores da newsmagazine são do sexo feminino. Este interesse das executivas pela *Sábado* é classificado por Letria como curioso, talvez pela conceção de proximidade entre newsmagazine e semanário — este último tradicionalmente mais lido pelo sexo masculino.

O diretor da *Sábado* indica que a revista é “uma das publicações mais lidas a Norte do rio Mondego” e que a saúde financeira do título se traduz nos resultados do primeiro semestre de 1989, já cifrados num “quarto de milhão de contos de publicidade”, calculando ultrapassar o dobro até ao final do ano. É também explicado que “o preço acessível” da revista se deve ao facto de a receita da publicidade permitir suportar o aumento de custos de produção e da matéria-prima. Para Joaquim Letria, há duas questões a ter em conta, na entrada do segundo ano de publicação: 1) “sem êxito comercial não há êxito editorial que sobreviva” e 2) “o sucesso é directamente proporcional à independência”. Por estas razões o novo ano, diz, vai ser o “da expansão e da qualidade jornalística, ganha que está a batalha da afirmação no mercado”. E a fechar, o diretor retoma as palavras dos números 00 e 1. “Sabíamos que não podia haver justificação para Portugal ser o único País sem uma revista como esta”, conclui (Letria, 1989d, p. 9).

O número especial de aniversário inclui nas páginas 18 e 19 as 52 capas publicadas ao longo do primeiro ano — outro dispositivo que se tornaria habitual entre as newsmagazines em época de celebração de aniversários e que a *Vida Mundial* já iniciara, de forma mais modesta, recorrendo a exemplos, em vez de uma mostra exaustiva dos rostos da publicação. Nas duas páginas seguintes, uma peça destaca as cinco melhores e as cinco piores capas da *Sábado*, em termos de vendas.

Outro destaque é uma peça sobre as duas edições especiais e os três suplementos extra vendidos com a revista normal ao longo do primeiro ano de vida, havendo ainda referência ao número zero. De acordo com a *Sábado*, os números especiais e os suplementos são “a prova de que estivemos... Em cima do acontecimento”. Os dois números especiais são os já referidos, dedicados ao acidente aéreo nos Açores e aos incidentes no Terreiro do Paço que opôs polícias a polícias. Os suplementos tiveram como temas o incêndio no Chiado, a demissão de Vítor Constâncio de secretário-geral do PS, a 22 de outubro de 1988, e a libertação, a 17 de maio de 1989, de Otelo Saraiva de Carvalho, preso preventivamente desde junho de 1988, após ter sido condenado a 15 anos de prisão por terrorismo em 1987.

A *Sábado* faz também uma reportagem especial de cinco páginas sobre cinco bebés que tal como a newsmagazine nasceram a 17 de junho de 1988 e, por isso, completam um ano ao mesmo tempo que a revista. Mas ainda mais inovador e inédito na história da newsmagazine e, provavelmente, na história da imprensa portuguesa, são os testemunhos incluídos nas páginas 29 a 33. Sob o título “Êxito institucionalizado”, “a *Sábado*” pediu aos directores da

“concorrência” a sua opinião sobre a revista”. O resultado não podia ser melhor, afirmam, uma vez que “diferentes vozes retratam-na como a primeira [newsmagazine] de sucesso em Portugal”. Quem foi ouvido? Diretores de diários e semanários, confirmando a inserção da identidade da newsmagazine no universo dos jornais. Ao todo, sete diretores, quatro de semanários e três de diários avaliam o primeiro ano da newsmagazine. A única voz de críticas menos positivas é Vera Lagoa, diretora do semanário *O Diabo*, que diz que “esperava mais”. E instiga a newsmagazine a definir-se em termos de linha política, uma vez que, afirma Lagoa, apesar de ser uma revista “ferozmente cavaquista e claramente pró-governamental (em relação a *uma parte*³⁹ do Executivo), assume, muitas vezes, em vários dos seus trabalhos, um posicionamento de pendor esquerdista e até ultra-esquerdista” (Lagoa, 1989, p. 29).

O que resta são elogios. José Hermano Saraiva, diretor do *Diário Popular*, num texto de pendor literário, diz que “é um jornal [sublinhe-se a definição] plenamente conseguido”, uma vez que “está ao serviço do homem”, tendo criado um espaço em que “o leitor é sujeito”, e apostando na “capacidade de agradar” a “um público com todas as gradações da escala cultural e voltado para todos os quadrantes” (Saraiva, 1989, p. 29). Por seu turno, Dinis de Abreu, que liderava os destinos do *Diário de Notícias*, destaca a competição saudável que tem marcado a imprensa portuguesa, afirmando que, dado “o acanhado círculo de leitores” existentes em Portugal, “a sobrevivência de uma publicação é prova documental de que se passou num exame cada vez mais rigoroso”. Sobre a *Sábado* em concreto diz ser “uma experiência que vingou num terreno onde outros anteriormente tinham falhado”. A frase seguinte é especialmente significativa: “Impôs-se como revista, quando parecia instalada a ideia de que só havia lugar para semanários em papel de jornal”. Mais uma voz em defesa da newsmagazine como “membro” do universo dos jornais, em particular dos semanários, com apenas a diferença de ser produzida num papel melhorado.

Por seu turno, José Silva Pinto, diretor do semanário *O Jornal*, considera que o êxito das revistas internacionais de informação reside em grande parte na qualidade do fotojornalismo. Para Silva Pinto, “a *Sábado* apostou certo, no momento certo, ao *dispor-se ao risco*⁴⁰ de ter êxito na aplicação dessa fórmula”. Silva Pinto confessa-se surpreendido pelo “êxito comercial assumido pelos investidores”, uma vez que conhece os custos elevados de produzir uma newsmagazine e, também, pela memória “ainda fresca” do fracasso da *Grande Reportagem*, que o diretor classifica como “predecessora” da *Sábado* (Pinto, 1989, p. 31).

Nuno Rocha, diretor do semanário *Tempo*, traça uma interpretação histórica e sociológica do êxito da *Sábado*, referindo as transformações vividas pela sociedade portuguesa ao longo dos 14 anos de democracia alcançados com o 25 de Abril. Destaca a abertura da

39 Em itálico no original.

40 Em itálico no original.

comunicação social à iniciativa privada levada a cabo pelo Governo de Cavaco Silva que considera responsável pelo “aparecimento de numerosos títulos novos” e por um crescendo de criatividade. Para Rocha, “o campo das revistas de grande informação estava vazio em Portugal antes do aparecimento da *Sábado* o que significa que não havia o hábito de leitura deste género de jornalismo”. O facto de esse público ter surgido decorre das mudanças vividas, já que “as sociedades democráticas são grandes consumidoras de informação”. Refere ainda que “a fórmula da *Sábado* é conhecida da *Time*, da *Newsweek*, da *Cambio-16* ou de *L’Express*” e considera que foi “bem aplicada em Portugal” (Rocha, 1989, p. 32).

Numa nota curta, Augusto de Carvalho, diretor do jornal diário *Europeu*, título lançado quatro meses depois da *Sábado*, em novembro de 1988, destaca o “pioneirismo e profissionalismo” com que a newsmagazine se afirmou no mercado e “abriu um novo campo à actividade jornalística”. Um êxito, acrescenta, que “até já provocou seguidores, o que também é bom” (Carvalho, 1989, p. 32), numa clara alusão à *Face* (Cf. 4.3.2), uma nova newsmagazine dirigida por João Mendes que colocara nas bancas o seu primeiro número no mês anterior, a 25 de maio de 1989, sem que a *Sábado* o tivesse noticiado.

O último testemunho pertence a José António Saraiva, diretor do semanário *Expresso*, que enumera a conjugação de fatores que, na sua opinião, determinaram o êxito da *Sábado*. Em primeiro lugar, a “popularidade do seu director”, em segundo, a “não agressividade da sua linha editorial” e, por fim, o formato, “idêntico ao das revistas europeias e norte-americanas, até então inexistente em Portugal” (palavras que indicam um entendimento da *Sábado* como a primeira newsmagazine portuguesa). Indo ao encontro de Nuno Rocha, também Saraiva caracteriza a conjuntura em que a newsmagazine surgiu, destacando o “rápido crescimento” do mercado publicitário, “ao qual fazia falta uma revista independente e de informação geral com aquele formato”. E aponta, ainda, “uma maior capacidade de compra de uma zona intermédia do mercado de leitores”, que potenciou o aparecimento do mercado da *Sábado* (Saraiva, 1989, p. 33).

Mas os testemunhos recolhidos para celebrar o primeiro aniversário não ficam por aqui. A *Sábado* decidiu ouvir também cinco escritores: Baptista-Bastos, Clara Pinto Correia, Maria Teresa Horta, Manuel Alegre e Natália Correia. E o contraste com as palavras dos diretores de jornais é quase total. O único que fica mais próximo é Manuel Alegre que afirma que a newsmagazine “veio preencher uma lacuna”, oferecendo aos leitores “uma viagem semanal pelo mundo e pelo País, num estilo leve, directo, objectivo, segundo critérios de jornalismo moderno, profissionalmente competente” (Alegre, 1989, p. 36). Mas até este escritor deixa algumas sugestões. Mais peças sobre cultura e desporto, assim como o tratamento semanal mais aprofundado de um tema nacional ou internacional, na sua opinião, melhorariam a revista.

Baptista-Bastos sublinha a ausência de “negativismo abstracto” como uma das qualidades da *Sábado*, sobre a qual afirma: “não cultiva a pedantaria, não deseja ser a guardiã dos valores ideais, não pratica o academismo travestido de pós-moderno, e é razoavelmente bem

escrita”. Contudo, para o escritor, falta à revista “uma intervenção mais crítica e mais viva e mais irónica à vida portuguesa. Uma espécie de compromisso moral com o leitor. Para que o leitor se sinta também, comprometido com os valores de acção e com a acção dos valores” (Bastos, 1989, p. 35).

O testemunho de Clara Pinto Correia é ambíguo e salpicado de ironia. Classifica a *Sábado* como uma instituição e afirma que “é estranho como há coisas que são instituições desde a nascença”. A newsmagazine, para a escritora, “é uma revista tranquila” (Correia, 1989, p. 36), o que nas entrelinhas parece significar que Pinto Correia a considera pouco ambiciosa. Natália Correia faz uma avaliação secundária, isto é, sintetiza os ecos que lhe chegam de quem lê a *Sábado*, pois confessa não ter tempo para ler semanários, uma vez que dedica os fins de semana à escrita. E as impressões que recolheu são positivas e negativas. As primeiras apontam para “uma vivacidade e riqueza informativas que cobrem uma multiplicidade ideológica e cultural, inserindo, bem entendido, a cultura na esfera jornalística, numa apreciável harmonia gráfica e textual”. Apesar de a escritora destacar a qualidade de Joaquim Letria e afirmar que a personalidade deste “não se coaduna com a prática de uma informação desvirtuada pela tentativa situacionista”, conta que lhe têm chegado observações “sobre um certo situacionismo sub-reptício que inquinaria a independência da revista” (Correia, 1989, p. 36).

O testemunho mais acutilante e crítico pertence a Maria Teresa Horta. Apesar de conceder uma “certa curiosidade” em relação à publicação, as expectativas da escritora são cada vez mais baixas, à medida que sente “haver um peso cada vez maior da rotina quer no dinamismo quer na inventiva e criatividade de sua estrutura e escrita”. Para Maria Teresa Horta, que usa o masculino para falar da newsmagazine, o título é “excessivamente masculino e misógino, na medida em que exclui radicalmente as mulheres. Pura e simplesmente ignora-as”. Outro problema, considera a escritora, é que a *Sábado* “não se importa com a cultura” e, por isso, começa a duvidar da “aposta na inteligência” que a newsmagazine afirma protagonizar. Isto porque, para cumprir esse desígnio seria necessário haver “lucidez” e passar “também pela mudança, pela pergunta, pela diferença. Pela dúvida”. Em vez disso, remata, “talvez *Sábado*, afinal, tenha demasiadas certezas” (Horta, 1989, p. 35).

Aos diretores de jornais e escritores, junta-se uma voz da academia — um texto de duas páginas intitulado “O fenómeno das revistas”, de Adriano Duarte Rodrigues, doutorado em Comunicação Social e fundador dos estudos na área das Ciências da Comunicação em Portugal, à época diretor da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa. O académico também considera as mudanças no “ambiente cultural” do país como o motor do aparecimento de “um número significativo de revistas”. Rodrigues refere-se não apenas a newsmagazines, como a outros tipos de títulos, alguns deles ilustrados na segunda página do artigo, onde para além da *Face*, surgem capas de revistas de sociedade, femininas, de economia e negócios, algumas entretanto extintas e outras que se mantêm em publicação

(*Classe, Nova Gente, Homem Magazine, Vida Mundial*⁴¹, *Exame, Máxima e Marie Claire*).

Considera o professor universitário, que o papel das revistas é “enquadrar os factos no seu contexto, constituir dossiers aprofundados, fazer retrospectivas, confrontar opiniões contraditórias elaboradas”. O desenvolvimento do mercado das revistas significa, por isso, que “a Comunicação Social começa a dispor de órgãos vocacionados para o desempenho de um papel de distanciamento e de reflexão crítica em relação aos factos que a Imprensa diária, a Rádio e a Televisão relatam”. Referindo-se às newsmagazines, em concreto, Adriano Duarte Rodrigues afirma que “durante muitos anos, a inexistência entre nós de revistas de informação constituiu uma grave lacuna na formação de uma opinião esclarecida e adulta capaz de tomar distância em relação aos acontecimentos que se vão desenrolando” (Rodrigues, 1989, p. 42).

Analisando as funções da revista, Duarte Rodrigues afirma que estas não servem apenas para informar. Constituem-se como “uma rede de cumplicidades e respondem a solicitações que têm a ver sobretudo com o prazer da vista”. E é esta característica que confere importância à fotografia e à cor. Para o académico, “as revistas têm uma função estética indiscutível, contribuindo deste modo para a formação do gosto”. É essa função que garante o interesse do mercado publicitário, explica, uma vez que “o público das revistas, apesar da sua dispersão, forma uma família alargada, facilmente reconhecida por estilos de vida e por gostos idênticos”. Sendo assim, conclui, “escolher uma revista é em certa medida escolher uma visão do mundo” (Rodrigues, 1989, pp. 42,44).

Registe-se, ainda, uma última opinião, na página 70, de Manuel José Homem de Melo, colunista da *Sábado*, convidado a escrever sobre o aniversário da revista para o número especial. Homem de Melo, que foi deputado e diretor do vespertino *A Capital* durante o Estado Novo, dá os parabéns a Joaquim Letria e à equipa da *Sábado*. O político confessa que oito a nove anos mais cedo, ou seja, por volta de 1980⁴², chegou a “acalentar a ideia — e a tentar pô-la em prática — de publicar um *news magazine* segundo o modelo lançado pela *Time* e depois adoptado na maior parte dos países desenvolvidos”. Diz também que falou no assunto a Rodolfo Iriarte⁴³, “que chegou a esboçar um projecto de mãos dadas com o comandante Cristóvão Moreira⁴⁴” e que tinha ainda trocado “algumas impressões com o director da revista *Veja*, Tomaz Souto Correia”.

Conta Homem de Melo que “a nossa ideia era aproveitar o “esqueleto” e o “miolo” da revista do outro lado do Atlântico — sem dúvida uma das melhores do mundo — substituindo a paginação especificamente brasileira por actualidade e publicidade portuguesas”. A revista não se concretizou porque “os editores de *Veja* não se mostraram suficientemente

41 Retoma o título da newsmagazine desaparecida em 1977, mas como revista mensal, dedicada a temas de política.

42 Ano em que não existia qualquer newsmagazine em circulação no mercado português.

43 Que trabalhara com ele n’*A Capital*, como chefe de redação, tendo mais tarde assumido a direção do vespertino.

44 Que foi administrador da Empresa Pública dos Jornais Notícias e Capital.

interessados” e Homem de Melo não conseguiu “mobilizá-los”. Apesar disso, afirma, “não fiquei convencido da inviabilidade de inserir e radicar no espaço da comunicação social escrita portuguesa uma iniciativa daquele tipo e com as características próprias de um *news magazine*”. O êxito da *Sábado*, para o político, veio provar que tinha razão. No balanço do primeiro ano de publicação, o colunista considera que:

a menos que um “terramoto”, neste momento imprevisível, viesse a afectar a Imprensa portuguesa, *Sábado* conquistou já uma posição suficientemente sólida para poder ser considerada irreversível. Afinal — após tantas experiências “parecidas” mas fracassadas — também, entre nós, era possível e é economicamente viável um *news magazine* impresso nos moldes adoptados lá fora, diferente do “modelo” dos semanários “à portuguesa” nem sempre pobres de espírito e de conteúdo mas certamente paupérrimos de aspecto e de qualidade gráfica⁴⁵ (Melo, 1989, p. 70).

Regressando ao dossier especial aniversário de 32 páginas, este inclui ainda duas páginas (46 e 47) com um artigo sobre o perfil dos leitores da *Sábado*, sendo a página 47 totalmente ocupada por uma síntese num formato de infografia, completa e divertida, que usa como imagem de suporte um cartoon da autoria de Pedro Metello. Os dados resultam de um inquérito conduzido pela empresa Euroteste Marketing e Opinião. Um dos dados mais interessantes é o facto de três quartos dos leitores da *Sábado* lerem também o *Expresso*, “ou seja, existe uma duplicação de audiência de certo modo elevada entre a *Sábado* e o *Expresso*” (1989r, p. 46). Outros dados apurados, em resultado de 298 entrevistas directas e pessoais realizadas nas zonas de Lisboa e Porto entre 10 e 20 de março de 1989, foram:

- 62% dos leitores compram a revista à sexta-feira, mas apenas 20% a leem nesse dia;
- 35% compram a revista ao sábado, dia em que 49% dos inquiridos diz ler a publicação;
- Apenas 34% compram a revista todas as semanas, enquanto 36% compram duas edições por mês e 10% uma. Metade leem mensalmente três a quatro exemplares;
- Um quarto dos leitores da *Sábado* leem também *O Independente*, um quinto o *Semanário* e *O Jornal*. Mas 16% não compram qualquer jornal semanal, percentagem que sobe nos “leitores do sexo feminino, donas de casa, com 5º ano ou equivalente e da classe média superior” (1989r, p. 46);
- Os leitores apontam diferenças positivas da *Sábado* em relação aos semanários, surgindo com maior destaque: maior diversidade de temas; artigos mais interessantes; melhor tratamento das temáticas; mais informativa; forma diferente e original de apresentação;

45 Itálicos no original.

- Os leitores apontam também características negativas: menos completa, mais superficial, menos profunda;
- 64% preferem ler os artigos de natureza informativa;
- 26% preferem ler os artigos de opinião;
- Os temas que os leitores mais apreciam são, por ordem decrescente: informação nacional (excluindo a política nacional e os temas culturais); política nacional; temas científicos, informação internacional (excluindo política internacional); e temas sociais;
- A leitura da revista é crescente até à faixa etária dos 34 anos, mantém-se elevada entre os 35 e os 44 e passa a decrescer no público a partir dessa idade;
- Os leitores da *Sábado* são maioritariamente do sexo masculino, têm menos de 25 anos ou entre 35 e 44, e pertencem à classe média alta;
- Leem o caderno principal em cerca de hora e meia e o suplemento “Viver” em cerca de 25 minutos;
- 75% leem a *Sábado* em casa, enquanto 6% e 4% afirmam ler a revista no emprego e nos transportes, respetivamente;
- As secções mais lidas são: Política Nacional; Sociedade; Opinião; Política Internacional; Viver-Cinema, Cultura;
- As secções preferidas dos leitores são: Fases da Lua; Política Nacional; Opinião; Sociedade; Política Internacional; Viver-Cinema; Capa;
- 72% concordam com o tamanho dos artigos, 12% acham-nos grandes, a mesma percentagem considera-os pequenos;
- Numa análise global da revista, 87% declaram-se satisfeitos com o caderno principal e 72% com o suplemento “Viver”.

Figura 42
 Uma infografia que caracteriza os leitores da *Sábado* e que usa como imagem de base um cartoon de Pedro Metello.
 Fonte: Reprodução do original.



O especial aniversário termina, na página 48, com uma fotografia da equipa da *Sábado*, fitando o leitor, neste caso, no exterior da redação, num plano de conjunto em picado, com o diretor a meio da primeira fila. Uma ideia que pode ter sido inspirada na fotografia que a *Face* decidira colocar a fechar o seu número zero, um mês antes (Cf. 4.3.2). Contudo, a opção pelo plano em picado, que leva os leitores a visualizarem a redação de um nível superior, sublinha a importância que lhes é dada — a *Sábado* sabe que depende de quem a compra todas as semanas para sobreviver e presta desta forma uma homenagem ao seu público. A fotografia ocupa a totalidade da página. No cimo, insere-se o título centrado, “Alguns de nós...” e em rodapé insere-se um curto texto em itálico, em registo de conversa:

Num fim de tarde lá arranjámos tempo para nos juntarmos todos para a fotografia de aniversário. Todos não! Numa revista como a “Sábado” é impossível juntarmo-nos todos. Há sempre alguém com um trabalho inadiável. Assim, nesta foto, falta por exemplo a dinâmica delegação do Porto, todos os que estavam em trabalho exterior, as muitas dezenas de colaboradores, que tornam possível todas as semanas a “Sábado”, os correspondentes no estrangeiro, e claro, o autor da fotografia, Fernando Peres Rodrigues. Eis pois alguns dos “responsáveis”...

Na semana seguinte, no n.º 54, de 24 de junho de 1989, a *Sábado* dedica duas páginas de fotografias, acompanhadas de uma coluna de texto em itálico à esquerda da página par, para mostrar as imagens da festa no Casino Estoril que assinalou o primeiro aniversário da revista. Fica-se a saber que a *Sábado* também fez uma festa de lançamento da revista, um ano antes, no Pavilhão da Agronomia. Depois, contam, “*ao princípio, eram as noites sem dormir, os computadores que não queriam, os prazos que apertavam. Mas “Sábado” impôs-se e, hoje, é uma realidade concreta no mundo da Imprensa Portuguesa*”. E isso apesar de em junho de 1988 todos terem consciência, como lembrou na festa de aniversário Joaquim Letria, que “*era uma aposta de alto risco*” (1989, p. 22).

Cerca de dois meses mais tarde, no n.º 63, de 26 de agosto de 1989, Joaquim Letria assina a sua mais curta “Carta de Sábado”, intitulada “Anúncio”. É um texto em tom de crónica, em que Letria afirma ter trocado por razões profissionais os “retemperadores banhos meridionais” por uma Lisboa em que todos estão de férias. Resolveu, por isso, imbuir-se de espírito de veraneio e “anunciar” que a “Carta de Sábado” “se encontra temporariamente encerrada, para descanso do pessoal e trabalhos de beneficiação”, fechando o texto da seguinte forma: “P.S. Até para a semana. Lá terá que ser...” (Letria, 1989e, p. 7). No número seguinte, contudo, de 2 de setembro, o nome de Joaquim Letria mantém-se como diretor na ficha técnica, mas a “Carta de Sábado” não é publicada. Na página 12, o editorial não assinado surge ao lado da ficha técnica, no espaço habitual, discute a azáfama de melhorias municipais que agitam o país tendo em mira as eleições autárquicas de dezembro, mas nada diz sobre o desaparecimento do espaço de opinião do diretor.

Passa mais uma semana e no n.º 65, de 9 de setembro, o nome de Joaquim Letria desaparece da ficha técnica. Sublinhe-se que Letria era mencionado em três cargos diferentes: administrador-delegado da Invesmídia; diretor da *Sábado* e membro do conselho de direção da revista. Surge a designação de diretor interino, associada a Ricardo Leite Pinto, que até à semana anterior era diretor-adjunto de Letria. Wilton Fonseca mantém-se como subdiretor, assim como a restante equipa, o único nome, para além do de Joaquim Letria, que desaparece da ficha técnica é o do grande repórter Rogério Rodrigues. Uma vez mais, nem uma palavra aos leitores.

A situação mantém-se durante quatro semanas. Na revista n.º 69, de 7 de outubro de 1989, há um novo diretor, Miguel Sousa Tavares, que nunca trabalhara na revista, mas fizera parte da equipa fundadora da *Grande Reportagem* (Cf. 4.2.4). Ricardo Leite Pinto retoma o cargo de diretor-adjunto, Wilton Fonseca mantém o de subdiretor, e não há mudanças na restante ficha técnica. Joaquim Letria conta que “eles [a administração] queriam promover-me, [dar um d]aqueles chutos para cima, eu ia para diretor de publicações e outro é que vinha para diretor da revista. E eu disse, ‘obrigadinho, mas já vi este filme tanta vez, que não’. E saí”⁴⁶.

Quando Miguel Sousa Tavares se torna diretor, o caderno principal da *Sábado* tinha 134 páginas, era acompanhado por dois suplementos (“Viver” e “Até Sábado”), custava 180\$00 e tinha uma tiragem média de 62.500 exemplares. Na primeira *Sábado* dirigida por Sousa Tavares, o espaço da “Carta de Sábado” na página 7 passa a chamar-se Editorial, desaparecendo o exercício deste género jornalístico autónomo, não assinado, como acontecia desde o n.º 1. A voz da revista passa a ser única e com o rosto do diretor. Uma pequena fotografia em grande plano de Miguel Sousa Tavares, com a cabeça apoiada na mão direita, de ar pensativo, acompanha o texto, intitulado “Abrir Jogo”. A assinatura manuscrita que tinha sido a imagem de marca de Joaquim Letria, também desaparece.

No seu primeiro editorial, o novo diretor começa por reconhecer o trabalho feito, afirmando que “se a *Sábado* chegou onde chegou, neste primeiro ano de vida, é porque as suas regras de conduta mereceram a adesão e o apreço dos seus leitores”. É por isso mesmo, que Sousa Tavares faz um “público elogio a todos aqueles que a trouxeram até aqui, neste elogio incluindo o director cessante, Joaquim Letria”. Fecha-se, assim, o discurso sobre o passado, com a afirmação de que o jornalista chega na “disposição de tentar fazer melhor”.

Nos dois parágrafos seguintes, o diretor apresenta-se e expõe o que considera ser o jornalismo. Diz que faz “parte de uma geração de jornalistas que teve a sorte de nascer para a profissão num País liberto⁴⁷” e que os 15 anos de democracia lhes permitiram assistir “a um

46 Não cabendo aqui aprofundar mais esta questão, sublinha-se apenas que entre a festa e o número especial do primeiro aniversário da *Sábado*, de 17 de junho de 1989, (altura em que a figura do diretor parecia consensual, acarinhada e motor do êxito do projeto), e o desaparecimento do nome de Joaquim Letria da ficha técnica, a 9 de setembro, decorrem menos de três meses.

47 A 25 de abril de 1974, Miguel Sousa Tavares estava precisamente a dois meses de completar 24 anos.

vendaval de mudanças que sacudiu Portugal e o mundo”. Em termos de atitude em relação às notícias, Miguel Sousa Tavares considera que “não há razões para que o jornalismo seja uma coisa cinzenta, oficiosa, sem imaginação nem chama”, que aborreça quem o faz e quem o recebe, por isso, “nessa fatalidade espero bem que não caíremos. Eis, afinal, uma promessa” (Tavares, 1989a, p.7).

Na parte final do editorial, o diretor parte para uma análise dos meios de comunicação social nacionais. Diz Sousa Tavares que “a situação que se vive na informação portuguesa, sendo de aparente euforia, não deixa de conter, também, factores de instabilidade e de incerteza”. Alerta, por isso, que “não há êxitos garantidos à partida, não há sucessos irreversíveis, não há leitores adquiridos”. Para o diretor, “a concorrência obriga-nos a querer fazer sempre mais e melhor. Mas não nos deve fazer esquecer que há regras de jogo nesta profissão, há um código de conduta, há uma ética, sem a qual nenhum triunfo é justificável”. A *Sábado*, garante, quer ganhar a “guerra que se trava na informação escrita portuguesa”, mas utilizará como “armas” somente a qualidade e o apoio de leitores e anunciantes. Não haverá cedências a “golpes baixos” ou à “inveja”, uma vez que “a *Sábado* não suja as mãos” (Tavares, 1989a, p.7).

No primeiro número com Sousa Tavares à frente dos destinos da *Sábado*, a estrutura preexistente mantém-se idêntica, mas as mudanças começam logo na semana seguinte. A 14 de outubro de 1989, no n.º 70, o suplemento “Viver” desaparece, mantendo-se o “Até Sábado”, alargando-se as secções do caderno principal de seis para oito, de forma a acomodar parte dos conteúdos que antes estavam autonomizados no “Viver”. A nova estruturação conta assim com “Capa”, “Portugal”, “Internacional”, “Economia”, “Desporto”, “E ainda” e as duas secções novas, “Sociedade” e “Cultura”. É possível afirmar que a revista se torna mais elitista, uma vez que desaparecem os temas de moda e *lifestyle*. Do número 69 para o 70, o conjunto da revista perde 16 páginas, descendo de 196 para 180, embora mantenha exatamente as mesmas páginas no caderno principal (150). Aos leitores, nenhuma explicação é dada para esta reestruturação. No sumário, onde surgia a capa do suplemento, na parte superior da página par, lado a lado com o rosto do caderno principal, passa a surgir dentro de um retângulo de fundo amarelo claro um texto intitulado “Carta do Editor”, (designação que lembra de imediato “Carta de Sábado”), que apresenta de forma sucinta os principais temas que são abordados no número em questão, libertando o “Editorial” de Tavares para um espaço de artigo de opinião sobre temas de atualidade. No n.º 72, de 28 de outubro de 1989, as páginas totais da revista voltam a subir, uma vez que o caderno principal apresenta 166, somando 196 com o suplemento “Até Sábado”.

Uma notícia de quatro parágrafos inserida na página 4 do n.º 72, indica que o primeiro número de Sousa Tavares foi um êxito, já que a o título “bateu mais um “record” de vendas com o seu número 70, que trazia uma fotografia de João Soares na capa”. Explica a notícia que a *Sábado* foi “concebida para ter uma tiragem de 30 mil exemplares”, mas “há muito ultrapassou o dobro” (a ficha técnica refere uma tiragem média em setembro de 62.500), o que

confirma, diz, “aquilo que vem sendo repetido com insistência: “Sábado” constitui o maior êxito editorial de Portugal, nos últimos tempos” (1989, p. 4).

Mas há outras novidades nesta notícia. No segundo parágrafo anunciam-se novas contratações para a redação. Entre estas existem nomes que transitam da newsmagazine concorrente, *Face*, que publicara o último número a 19 de outubro de 1989 (Cf. 4.3.2). É o caso do diretor, João Mendes, que assume o cargo de editor da secção de Sociedade e Cultura, e do chefe de redação, João Bugalho⁴⁸ que começa por integrar a redação como jornalista, mas assume a editoria Portugal pouco depois. Transitam também da *Face* para a *Sábado* os jornalistas Pilar Diogo e Vilas Monteiro.

No balanço destas mudanças, afirma-se que “tanto o enriquecimento da redação como o aumento das tiragens bastariam, para desmentir a atoarda de falsidades que alguma Imprensa tem inventado sobre a revista”. Corriam boatos, diz a *Sábado*, sobre despedimentos e salários em atraso, desmentidos pela Administração que, pelo contrário, garante “que a revista goza de uma situação financeira perfeitamente estável”.

De novo só no mercado das newsmagazines desde o final de outubro, o número de páginas da *Sábado* vai oscilando entre as 212 (totais, 180 do caderno principal) no n.º 73, de 4 de novembro, e as 132 (102 do caderno principal) no n.º 81 de 30 de dezembro. Uma variação de 80 páginas, sem aparente explicação. É precisamente nesta última edição de 1989 que a *Sábado* anuncia um aumento de 50\$00 (quase 30%) a partir do número seguinte. Na página 3, a primeira que confronta o leitor após abrir a revista, insere-se um retângulo estreito no rodapé, à largura da página, com sete linhas arrumadas em dois parágrafos, de título «“Sábado” a 230\$00». Explica a nota sem assinatura que desde que foi lançada, há 18 meses, a revista nunca tinha aumentado o preço, “enquanto outros semanários de informação geral” o fizeram [mais uma vez a comparação entre os dois tipos de publicação]. Agora o título diz-se obrigado pela inflação a atualizar o preço, num acréscimo, sublinham, que fica abaixo dos 60\$00 que os “semanários jornais” vão introduzir.

O último número de 1989, publicado a 30 de dezembro, não se distingue apenas pelo anúncio do primeiro aumento do preço de capa. No espaço de opinião habitual, Miguel Sousa Tavares anuncia uma revista de 10 de maio de 1996. Em vez da habitual retrospectiva do ano que finda, a *Sábado* decidiu dar um salto de mais de seis anos e perspetivar o país e o mundo. Explica Sousa Tavares, que à exceção das páginas iniciais da “Sábado Jornal”, o número é “uma edição puramente ficcionista”, apelidada “ao encontro do futuro” para “tentar adivinhar ou antecipar o que terá mudado em 96”, com a ajuda de especialistas em várias áreas. O diretor termina convidando o leitor “a guardar esta edição da *Sábado* até 10 de maio de 1996” (Tavares, 1989b, p. 9). Na página seguinte, a “Carta do Editor” reafirma as palavras do diretor

48 Na notícia e na semana seguinte, na ficha técnica, aparece grafado como João Bogalho, lapso que é depois corrigido.

e enumera uma vez mais os colaboradores do número especial: Isabel Mota, Carlos Pimenta, Machado Macedo, Mariano Gago e Guilherme d'Oliveira Martins (1989, p. 10).

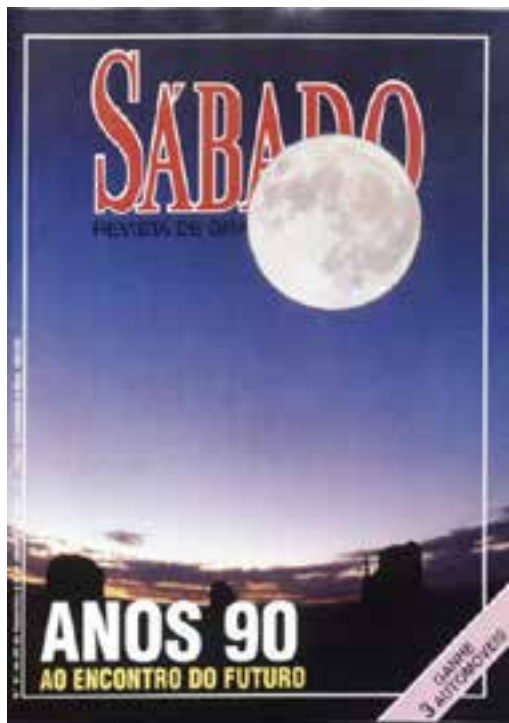


Figura 43

A capa da *Sábado* do “futuro”, publicada a 30 de dezembro de 1989, mas trabalhada como se tivesse saído para as bancas a 10 de maio de 1996. Fonte: Reprodução do original.

A 17 de março de 1990, publica-se a *Sábado* n.º 92, a última com Miguel Sousa Tavares como diretor. Nessa edição, Sousa Tavares assina um editorial de características normais, que não deixa antever o fim de cinco meses à frente da newsmagazine. Na semana seguinte (n.º 93 de 24 de março), além da ausência do diretor, a revista deixa de abrir na página 3 com o “Sábado Jornal”, secção que desaparece, e regressa a “Carta de Sábado” assinada por Joaquim Letria, paginada como “sempre”, num registo de artigo de opinião a tocar na crónica sobre temas variados, como se nunca tivesse interrompido a publicação. Na página 8, abaixo das cartas dos leitores, tendo a ficha técnica à esquerda, surge um “Comunicado da Administração da Invesmédia”, sem assinatura, mas datado de 15 de março de 1990, dois dias antes da saída do n.º 92.

Em quatro pontos, a administração explica as alterações. Diz que têm vindo a ser feitos “ajustamentos” aos “parâmetros de gestão da Empresa” que implicaram a “readequação do projecto editorial da Revista SÁBADO de forma a robustecer o elo de ligação fundamental com o seu público alvo”. Nesse contexto, chamam Joaquim Letria para “Director Editorial da Invesmédia”, (“director de publicações” é o termo na ficha técnica e, mais tarde, passa a surgir como “administrador”), e convidam Wilton Fonseca, até então diretor-adjunto, para

diretor da *Sábado*. O texto reserva o terceiro ponto aos elogios ao diretor cessante, reconhecendo as “qualidades e empenhamento profissional” de Miguel Sousa Tavares, manifestando também, já no último parágrafo, o “apreço pela dedicação, competência profissional e isenção” de Ricardo Leite Pinto que sai, por sua vontade, do projeto que acompanhava desde o número 00, como diretor-adjunto. Observando a ficha técnica, constata-se que a restante estrutura da revista se mantém igual.

A revista que Wilton Fonseca assume tem 132 páginas (102 do caderno principal), com uma ligeira descida na tiragem para os 61.150 exemplares. Para as páginas 4 e 5, logo a seguir à “Carta de Sábado” transita o sumário, mantendo-se o curto espaço “Carta do Editor”, que logo na semana seguinte (no n.º 94 de 31 de março) passa a designar-se “Conversa com o leitor”. Em 12 linhas transforma-se num curto artigo de opinião, acompanhado de algumas palavras que destacam o tema principal trabalhado na revista, e é assinado pelo diretor, Wilton Fonseca, em letra manuscrita, à semelhança do que sempre acontecera e voltara a acontecer na “Carta de Sábado”, de Joaquim Letria.

Menos de dois meses mais tarde, a 26 de maio de 1990, ou seja, a partir do número 102, a *Sábado* deixa cair de vez na capa o subtítulo “Revista de Grande Informação”, situação que já acontecia pontualmente, mediante as necessidades de construção do dispositivo. Não é dada qualquer explicação sobre o assunto e na ficha técnica, a definição da publicação perdura. Após quase dois anos de contacto com os leitores a *Sábado* parece ter decidido que o subtítulo descritivo, explicativo, caracterizador da natureza da revista, se tornara desnecessário.

A 15 de junho de 1990, no n.º 104, a *Sábado* inicia um passatempo que oferece aos leitores como prémios quatro automóveis. Assinala, desta forma o segundo aniversário da publicação, desta vez sem qualquer tipo de edição especial. No final do mês, do n.º 107, de 30 de junho, para o n.º 108, de 13 de julho de 1990, o título procede a duas alterações formais, que explicam o aparente “salto” de duas semanas entre as edições. Na capa, desaparece a data de publicação (ou, para sermos exatos, o dia seguinte) e passa a surgir apenas a “data de validade”, isto é, o dia em que o número seguinte será publicado. Para além disso, a data em causa deixa de ser referente a um sábado e passa a dizer respeito a uma sexta-feira, dia efetivo de publicação da revista. Assim, o n.º 107 tem no cabeçalho 30 de junho a 7 de julho (sábados, para uma revista que saiu na sexta-feira, 29 de junho), enquanto o n.º 108 refere apenas 13 de julho, sexta-feira, embora o título tenha sido colocado à venda na sexta anterior, 6 de julho. A aproximação às *news magazines* norte-americanas torna-se assim mais clara, uma vez que estas, como já foi referido, também optam por este tipo de datação na capa⁴⁹.

49 Novamente por uma questão de facilitar a consulta futura dos números referenciados, passa-se a fazer referência às datas que surgem nas capas da revista, muito embora se tenha presente a consciência de estas estarem adiantadas uma semana em relação à data real de saída para as bancas.

Um mês mais tarde, novas alterações. O “Até Sábado” deixa de ser um suplemento autónomo e passa a integrar-se no interior da revista a partir do n.º 112, de 10 de agosto. A mudança é anunciada na semana anterior por Wilton Fonseca, na “Conversa com o leitor”. O diretor explica que esta decisão “permitirá economizar tempo na produção e simultaneamente dar ao nosso habitual roteiro uma actualidade muito maior” (Fonseca, 1990a, p. 8). No momento em que esta decisão é tomada, o caderno principal da *Sábado* tinha 102 páginas e a tiragem média tinha descido dez mil exemplares, para 51.500, no espaço de cerca de quatro meses. No “Conversa com o leitor” do n.º 112, Wilton Fonseca retoma explicações sobre o desaparecimento do “Até Sábado” e afirma que o novo formato significa que o guia “está mais desenvolvido, com mais secções especializadas”. Afirma ainda que a integração nas páginas interiores significa um regresso à “mesma forma que possuía, quando a revista surgiu, há mais de dois anos” (Fonseca, 1990b, p. 6). Esta afirmação não está correta e talvez só seja compreensível pelo facto de Wilton Fonseca não fazer parte da equipa original da publicação. O guia “Até Sábado” foi, desde o lançamento da revista, um suplemento autónomo, que esteve suspenso durante alguns meses em 1989, tendo regressando no final desse ano. A referência faria cabimento se dissesse respeito ao entretanto desaparecido suplemento “Viver” que começou por estar integrado dentro da revista, autonomizou-se e voltou às páginas interiores, como referenciado mais acima.

Menos de três meses depois, a partir do número 124, de 2 de novembro de 1990, o sumário passa de duas páginas a pouco mais de metade de uma. Designa-se como “Índice” na página 6, referencia seis temas, arrumados em três colunas, não enquadrados em secções concretas e encimados pela página onde podem ser encontrados, três dos quais acompanhados de imagens de pequena dimensão. No fim da coluna mais à direita, abaixo da indicação 110 a 122, há a referência ao espaço “Até Sábado” e, por baixo, aos espaços de opinião, cartas dos leitores e outros segmentos fora de secções. O primeiro terço da página 6 é ocupado pela “Conversa com o leitor”, agora num formato alargado, a duas colunas largas, com a reprodução da imagem da capa da revista centrada a meio do texto. Talvez por lapso, a assinatura manuscrita do diretor encontra-se ausente, mas é retomada logo na semana seguinte.

Ainda no n.º 124, a newsmagazine noticia que “entre os meses de Março a Agosto a revista “Sábado” ocupou o segundo lugar em termos de audiência, no panorama da Imprensa semanal portuguesa” de acordo com dados do Bareme. O título obteve 4,1%, à frente de *Independente* (3,3%), *Semanário* (2,9%) e *O Jornal* (2,2%). Em primeiro lugar, de forma distanciada, situou-se o *Expresso* com 10,5%. Os dados do Bareme dizem ainda que “a revista “Sábado” é lida maioritariamente por pessoas com idades compreendidas entre os 18 e os 44 anos, essencialmente quadros médios superiores, serviços administrativos e estudantes”. Revela ainda que a newsmagazine “é mais lida por homens que por mulheres, embora a diferença não seja acentuada” (1990b, p. 9).

Do número 126, de 16 de novembro, para o n.º 127, datado na capa como “16 a 22 Nov. 1990”, as indicações relacionadas com a data de publicação regressam à referência ao intervalo da semana de publicação, com uma nova subtileza — nas páginas interiores surge o dia seguinte ao último indicado na capa. Assim, a data que surge nas páginas interiores do n.º 127 é a de 23 de novembro de 1990. A partir do n.º 137, de 25 a 31 de janeiro de 1991, a *Sábado* passa a repetir o intervalo temporal referido na capa nas páginas interiores.

O n.º 153, de 17 de maio de 1991, é o último de Wilton Fonseca como diretor, após cerca de um ano e dois meses à frente da *Sábado*. Nada é dito nessa semana, mas na seguinte, Joaquim Letria reserva um *post scriptum* na “Carta de Sábado” onde escreve:

Neste número, um amigo meu deixa a direcção desta revista e outro amigo ocupa aquele lugar. Desejando a ambos as melhores felicidades pessoais, que me seja permitido ainda o voto de que esta mudança venha a resultar na ampla confirmação do sucesso da SÁBADO (Letria, 1991a, p. 3).

Com a saída de Wilton Fonseca desaparece o espaço “Conversa com o leitor”, deixando a “Carta de Sábado” sozinha na recepção aos leitores. Vasco Esteves Fraga passa a acumular a presidência da administração da Invesmídia com a direcção da revista⁵⁰ e a ficha técnica sofre alterações. Sem haver mudanças de nomes, desaparece o espaço de “chefia da redacção” e os quatro nomes que neste constavam transitam para o início da listagem que já existia em “redacção”. Não se verificam mais saídas para além da de Wilton Fonseca. O índice reorganiza-se e o espaço antes ocupado com as palavras de Fonseca passa a ser reservado à reprodução da capa, à esquerda, acompanhada de três destaques sem imagem. Três semanas mais tarde, no n.º 157, o índice passa a dividir a página com a ficha técnica que se arruma numa coluna à esquerda, desaparecendo a reprodução da capa.

Uma semana mais tarde, o n.º 158, de 21 de junho de 1991, é uma edição especial terceiro aniversário. A *Sábado* cria uma capa tipográfica dedicada unicamente ao assunto, preenchendo a prateado o fundo da revista e desenhando um três a azul, de aparência manuscrita, que ocupa toda a capa e se sobrepõe à frase tripartida, centrada, em maiúsculas vermelhas, na parte inferior da capa, “Três anos/ de grande/ informação”. Por cima do logótipo, num retângulo de fundo azul escuro e margens brancas, lê-se também nesta cor e em maiúsculas, “Especial Aniversário”.

Dentro da revista encontra-se um dossier de 20 páginas, mais modesto do que o do primeiro aniversário, mas com algumas semelhanças, especialmente porque encena nas páginas 24 e 25 um “Retrato de Família”, uma fotografia de estrutura decalcada da criada para

50 Na ficha técnica, no cargo de diretor, surge apenas como Vasco Fraga e, mais tarde, o nome intermédio cairá também na sua referência enquanto presidente da administração.

Figura 44
A 21 de junho de 1991 o terceiro aniversário da *Sábado* é o único tema de capa.
Fonte: Reprodução do original.



fechar o especial 12 meses, com duas diferenças, uma legenda esquemática com os nomes dos protagonistas e Vasco Fraga onde antes estava Joaquim Letria. Este último assina a habitual “Carta de Sábado” na página 3 sobre um tema de atualidade. É novamente em *post scriptum* que o comentário ao número especial surge. Diz o mentor do projeto:

Esta revista completou três anos esta semana, o que aliás se assinala com este número. Felizmente que não tenho a experiência de ver morrer aquilo que crio. Mas confesso que, para mim, este terceiro aniversário da SÁBADO é reconfortante. Já foi submetida a tantos testes de sobrevivência que não tenho qualquer dúvida de que a SÁBADO está condenada ao sucesso (Letria, 1991b, p. 3).

Intitulado “Nós e os Outros”, o dossier de aniversário começa com um texto não assinado redigido num tom brincalhão em que se traça o retrato da revista, ilustrado com uma página humorística de Pedro Metello. O texto conduz o leitor até à redação da *Sábado*, “numa vivenda semiescondida no Bairro das Colónias”, em Lisboa, e transporta-o numa visita guiada pelas secções da redação, dos fotógrafos aos jornalistas, sem esquecer a equipa gráfica, o pessoal administrativo, os editores e o diretor/administrador, apresentando cada um dos protagonistas, fechando com “uma palavra para as incansáveis senhoras da limpeza, tão prestáveis e bem dispostas, a dona Maria, Rosa e a Lina” (1991, p. 10). Arrumado perto do canto inferior direito da peça insere-se uma curta ficha técnica com os dados essenciais:

tiragem média anual (51.110 exemplares); jornalistas (21); colunistas principais (a indicação que surge é “múltiplos”); empresa (Invesmídia SA); capital social (200 mil contos); e sócio maioritário (Joe Berardo).

Depois de olhar para si, o dossier da *Sábado* olha para outros títulos de imprensa, no intuito de “ver como é que trabalham alguns dos nossos colegas” (1991, p. 1). Os jornais radiografados são: *Expresso* (o principal concorrente); *Tal & Qual* (fundado por Joaquim Letria), *Independente*, *Público* e *Diário de Notícias*. Seguem-se duas páginas com o já referido “retrato de família” e mais duas páginas a encerrar o dossier que mostram as 53 capas publicadas ao longo do terceiro ano de vida do título. A partir da semana seguinte, a *Sábado* passa a inserir a indicação “Ano IV” na capa.

Decorrem mais duas semanas até que no n.º 160, de 5 de julho, a *Sábado* volta a mexer na estrutura da página onde se arruma o sumário. A ficha técnica deixa a coluna da esquerda e passa a arrumar-se em rodapé, enquanto o sumário, arrumado na parte superior da página, se divide em dois espaços, uma coluna à esquerda com um índice, onde reaparecem as secções: “Portugal”, “Viver” (onde se inclui o “Até Sábado”), “Mundo”, “Economia” e “Opinião”. Do lado direito, nos restantes dois terços da parte superior da página, arrumam-se quatro destaques, todos acompanhados de imagem, sendo um deles o tema principal, ilustrado com uma reprodução da capa da revista — uma arrumação que tem parecenças com a utilizada no sumário da *Grande Reportagem* em 1984/85.

Perto do final de 1991, a tiragem da *Sábado* sobe para 53.900 exemplares. No n.º 190, já de 31 de janeiro de 1992, Joaquim Letria, na “Carta de Sábado”, de novo num *post scriptum*, anuncia aquilo que chama de “face-lifting” a que revista se vai submeter. Informa também que, no âmbito das alterações, o seu texto de opinião se muda para a última página da newsmagazine — uma situação que o jornalista parece acolher de bom grado. Diz o antigo diretor, “ocuparei um quatinho independente que dê para as traseiras”, o que lhe trará “só vantagens: não me chegará tanto barulho nem me importunarão as ocorrências de rua”. Até então, a última página da revista “onde os antigos, de resto, punham alguma excelência e atribuíam muita virtude” (Letria, 1992, p. 3) não tinha um cronista fixo. Nos quatro números anteriores tinham alternado textos de opinião de José Lello e Luís Sá.

Ainda no n.º 190, na página 5, surge um curto texto inserido numa coluna à direita de cinco parágrafos, intitulado “A SÁBADO está bem obrigado” com um esclarecimento não assinado sobre a situação da revista. “Estamos bem e de boa saúde”, garantem. E como sinal disso são apresentadas as alterações a introduzir no número seguinte, já referidas por Letria. Mais páginas, novas secções, “atenção redobrada aos temas dos jovens e aos tempos de lazer de toda a família”, um novo modelo gráfico a acompanhar as mudanças editoriais

são as promessas. Em suma, “a **Sábado**⁵¹ será mais atraente, mais interessante e mais empenhada no contacto directo com as preocupações de quem a lê”, de forma a transformar, dizem, a revista de necessária em imprescindível. O outro lado da moeda revelado é o aumento do preço, novamente 50\$00, atingindo os 280\$00, após dois anos sem alterações e referindo que acompanha “o aumento geral dos semanários” (1992a, p. 5).

O n.º 191, de 7 de fevereiro de 1992, inicia as mudanças com uma capa original. Uma fotografia assinada por Eduardo e Rui Gageiro que só ganha leitura total abrindo a revista e observando em simultâneo capa e contracapa, que criam um dispositivo que envolve a publicação. Sobre um fundo azul num tom que se vai esbatendo de cima para baixo, a imagem mostra uma laranja brilhante, com quatro folhas no cimo e uma torneira de aspeto antigo inserida do lado direito, como que para a abrir e servir um sumo refrescante. A moldura também utiliza cor de laranja em vez do habitual vermelho. O título criativo é inserido a meio do lado direito da capa, em maiúsculas amarelo pálido, a três linhas centradas: “Sumo Cavaco/é o que está/ a dar”, contendo ainda um antetítulo em maiúsculas brancas de menor dimensão, a duas linhas centradas, “Não há mais/ fruta madura”.

Por cima do logótipo há ainda mais um título relacionado com o mesmo assunto, o que configura uma capa do tipo um tema, uma imagem, “Álvaro Barreto já lhe perdoou” lê-se em maiúsculas brancas apagadas no fundo amarelo pálido de um retângulo delineado a branco. A ilustração fotográfica, os elementos textuais da capa, a cor e o fruto selecionados (associados ao PSD) permitem ler o dispositivo como um comentário à ausência de alternativas à liderança de Cavaco Silva no PSD e, mais do que isso, o consenso aparentemente total em torno do político, após a segunda maioria absoluta obtida nas eleições legislativas de 6 de outubro de 1991. Ainda na capa, a *Sábado* alargou o lado esquerdo da moldura (que surge na contracapa) para inserir uma coluna de texto, a branco, onde explica os objetivos das alterações editoriais e gráficas, indo ao encontro do pré-anunciado no número anterior.

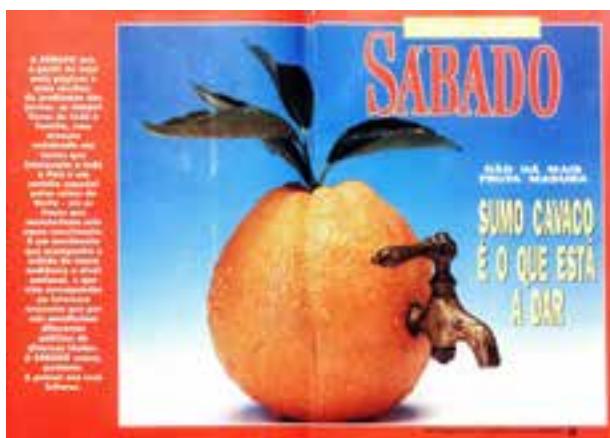


Figura 45

Capa e contracapa de 7 de fevereiro de 1992 formam um dispositivo original que anuncia as mudanças na revista.

Fonte: Reprodução do original.

51 A negrito no original.

No interior, o sumário é o primeiro reflexo das alterações. Ocupa agora a totalidade da página 3, até então espaço reservado à “Carta de Sábado”. Na zona do cabeçalho reproduz a capa à esquerda e explica à direita no que consiste o tema tratado. Abaixo, numa coluna à esquerda insere uma tabela de conteúdos detalhada e os restantes dois terços à direita são ocupados por quatro destaques, todos acompanhados de imagem. Um deles é o anúncio do novo espaço de opinião assinado por Joaquim Letria e intitulado “Página Amarela” que passa a fechar a revista. Explica-se que “é lá que os leitores têm, semana a semana, encontro marcado com o que ele pensa do mundo, das pessoas e das coisas”. A paginação da coluna de Joaquim Letria acompanha a designação — texto e fotografia inserem-se num fundo totalmente amarelo. Observando-se a ficha técnica na página 8, (novamente numa coluna vertical do lado esquerdo das cartas dos leitores), descobre-se outra alteração relacionada com o primeiro diretor da newsmagazine, que deixa de surgir como administrador da Invesmídia, passando a ocupar o cargo de “consultor editorial”.

Como prometido, o número de páginas aumenta, de 102 para 118. Na capa, o logótipo torna-se menor, perdendo 2 milímetros no comprimento, que passa de 13 para 12,8 centímetros. Na largura desce cerca de 12 por cento e o resultado é um logótipo mais elegante e moderno. Os títulos das secções passam a surgir sublinhados com cores distintas, que correspondem aos tons das barras que separam as secções no sumário. Em termos estruturais refira-se o regresso da secção “Capa” a primeira a abrir a revista após algumas páginas iniciais de breves e conteúdos variados. As restantes secções mantêm-se, ordenadas da mesma forma. Registam-se ainda alterações no grafismo dos títulos, entradas de texto e localização da assinatura dos jornalistas, enquanto a fotografia ganha destaque. Alterações em número suficiente para a *Sábado* as continuar a anunciar na capa durante as duas semanas seguintes, inserindo em corte no canto superior esquerdo o texto “Mais páginas, mais secções”. No n.º 193, de 21 de fevereiro de 1992, na terceira edição da *Sábado* renovada, a indicação do espaço “Até Sábado” abandona a secção “Viver” e autonomiza-se no sumário.

Cerca de dois meses mais tarde, no n.º 199, de 3 de abril de 1992, a *Sábado* anuncia nova subida de preço, para 295\$00, justificando-a como incontornável devido à imposição pelo Governo de uma taxa de IVA de 5% sobre jornais e revistas. Dois meses e meio depois, na página 8 da edição 210, de 19 de junho de 1992, no espaço habitualmente reservado às cartas dos leitores, (à direita da coluna da ficha técnica), é publicado um texto não assinado com o título “Parabéns”. É este o espaço reservado à comemoração do quarto aniversário, encimado pelas três capas publicadas aquando de cada um dos três aniversários anteriores. Não há menções ao assunto na capa e surge apenas uma, de forma indireta, ao fundo do sumário, onde é referida a oferta de um “Guia Fiscal”, a propósito do qual se escreve “na edição em que celebra quatro anos de vida, a SÁBADO dá-lhe um guia fiscal como prenda”. Na “Página Amarela” de Joaquim Letria, não existe nem uma palavra sobre o aniversário do título.

O texto de balanço dos primeiros quatro anos da *Sábado* é otimista. Começa por afirmar que a revista “é jovem, quer do ponto de vista da sua idade real como publicação, quer do ponto de vista do entusiasmo”. Passa, de seguida, à análise da natureza do título, dizendo que “a **Sábado** continua a ser a única revista que, em Portugal, oferece o perfil de um *newsmagazine* semanal de grande informação nacional e internacional — um espaço em que foi pioneira e de que não está disposta a abrir mão”. Palavras que, mais uma vez, fazem tábua rasa dos títulos que antes da *Sábado* trabalharam as características das newsmagazines.

As características apontadas, continua o texto, tornam a *Sábado* um “complemento indispensável da informação quotidiana veiculada pelos jornais diários, pela rádio e pela televisão, oferecendo uma visão mais reflectida e compreensiva da realidade portuguesa e internacional”. A cada sexta-feira, a revista oferece uma “viagem” aos leitores que ajuda a interpretar “os sintomas de mudança em Portugal e no Mundo e abrindo novas frentes de informação que depois acabam por ser retomadas por outros”. O título reconhece que à semelhança dos “restantes órgãos de Imprensa”, já “viveu momentos de estabilidade e momentos de perturbação”, mas mantendo-se sempre fiel ao projeto inicial. Por isso, concluem, “entramos com segurança no nosso quinto ano de vida, saudando os leitores que nos preferem e os anunciantes que entenderam, por vezes contra modismos de pouca duração, que somos um produto para ficar e pouco influenciável por conjunturas”.

Apesar do reconhecimento de períodos menos bons ao longo da sua curta história, a *Sábado* refere no início do terceiro parágrafo, “a fidelidade dos seus actuais leitores e a expansão regular do seu número”. Contudo, olhando para a ficha técnica encontra-se uma tiragem média de 45 mil exemplares, o que significa que no espaço de seis meses a revista perdera quase nove mil leitores, já que em dezembro de 1991 a tiragem se situava nos 53.900 exemplares. Um valor em queda, cada vez mais longe dos 70 mil exemplares registados nos primeiros números de junho de 1988 e dos 72.500 seis meses mais tarde (1992c, p. 8).

Nove semanas depois, na página 3, o sumário do n.º 219, de 21 de agosto de 1992, anuncia no canto inferior direito por baixo do título “Página Amarela”: “Joaquim Letria está a partir desta edição no gozo das suas férias anuais. A página 114 é assim, temporariamente, visitada por outras opiniões”. Apesar do prometido, o nome de Joaquim Letria só permanece como consultor editorial mais três semanas. Na *Sábado* n.º 222 a ficha técnica sofre alterações e desaparecem, para além de Joaquim Letria, Pedro Moraes e Raul Pestana, até então referenciados como membros da administração da Invesmédia. Vasco Fraga permanece apenas no cargo de diretor, mantendo-se a restante equipa. Quem passa a assinar a última página é o escritor americano William Pfaff, não havendo alternância de autores como anunciado. O espaço passa a chamar-se “Opinião”, à semelhança dos restantes artigos dessa natureza ao longo da revista. Não é dada qualquer explicação para o não regresso de Joaquim Letria.

Em setembro de 1992, tal como acontecera com a *Face*, a *Sábado* não dá notícia do lançamento da *Época*, a segunda revista que nasce para disputar o segmento das newsmagazines

em Portugal com o título lançado por Joaquim Letria. Isto apesar de à frente da publicação do grupo Impala se encontrar Wilton Fonseca, que durante vários anos fizera parte da direção da *Sábado* e fora o diretor da revista de março de 1990 a maio de 1991. O título de Jacques Rodrigues fecha cerca de três meses mais tarde e não chega a representar uma ameaça para a publicação dirigida por Vasco Fraga.

Novamente isolada no mercado das newsmagazines, a *Sábado* introduz no n.º 240, de 15 de janeiro de 1993, uma nova secção, inicialmente intitulada “PALOPS”, mas corrigida três semanas mais tarde para “PALOP”. Como a designação o indica, trabalha informação relacionada com os países africanos de língua oficial portuguesa. Também nos primeiros meses do ano, a newsmagazine, que continuava sozinha no mercado português, ensaia um novo dispositivo de capa, trabalhando não um, mas dois temas “principais”, isto é, divide o espaço de forma quase igual por dois assuntos diferentes. Uma solução que já tinha sido experimentada no n.º 199, de 3 de abril de 1992 e que regressa nos números 239, 241, 242 e 243, mas acaba por ser abandonada. A tentativa de colocar em destaque dois temas resulta num dispositivo confuso e sem força.



Figura 46

Sábado de 22 de janeiro de 1993, um dos exemplos de uma curta experiência falhada de compaginar dois temas principais na capa
Fonte: Reprodução do original.

É também no n.º 243, de 5 de fevereiro de 1993, que Vasco Fraga assina — pela primeira e única vez — um texto, intitulado “Responsabilidade da mudança”. Inserido numa coluna à esquerda da página 9, o diretor da revista anuncia que a *Sábado* começou “a ser repensada e reestruturada”. Garante que não haverá alterações da linha editorial e explica que as dificuldades vividas pela imprensa portuguesa exigem uma adequação do projeto. Para isso, “recrutaram-se jornalistas íntegros e altamente qualificados, aumentando, dessa forma, o nosso quadro redactorial” que o diretor considera ter sido sempre “de uma dedicação e profissionalismo incontestáveis”. Vasco Fraga anuncia também novos colaboradores, novos colunistas e um grafismo renovado, acrescentando que contam com novos acionistas europeus que “para além do seu envolvimento financeiro, nos possibilitarão acompanhar a modernidade de um sector em permanente evolução” (Fraga, 1993, p. 9).

Quando o diretor da *Sábado* assina este texto de diálogo com os leitores, a *Visão* já publicara o primeiro dos seus três números zero há cerca de um mês, a 8 de janeiro de 1993, e estava a menos de duas semanas de mostrar o segundo, lançado a 18 de fevereiro. Vasco Fraga percebera que a concorrência desta vez era muito diferente daquela que a *Sábado* enfrentara nos casos da *Face* e da *Época*. A experiência e o capital financeiro do grupo editorial suíço Edipresse por trás do projeto da *Visão*, deixava adivinhar uma newsmagazine profissional e moderna, capaz de ameaçar a hegemonia da *Sábado* e até a sobrevivência do título, dado a exígua dimensão do mercado português.

A aposta na mudança anunciada pela *Sábado* pode assim ser lida como uma tentativa de antecipar a concorrência e de se colocar um passo à frente. Comparando as fichas técnicas dos números 242 e 243 detetam-se algumas alterações. Ao contrário do anunciado, o número de colaboradores reduz-se, uma vez que existe um nome novo, mas três desaparecem, entre os quais as correspondentes de Maputo e Joanesburgo. A redação mantém-se igual, mas há alterações na estrutura diretiva. Assim, João Mendes, o antigo diretor da *Face* que estava na *Sábado* há mais de três anos, primeiro como editor, depois como diretor-adjunto, abandona a revista que passa a ter dois diretores-adjuntos, Artur Queiroz, até então editor, e Fernando Pereira Pinto, acabado de chegar. Como última alteração temos a indicação, na linha acima dos editores, de Baptista-Bastos como “redactor principal”, cargo que ocupara na efémera concorrente *Época* (Cf. 4.3.3), que fechara portas cerca de três meses antes. O jornalista passa a assinar o texto de opinião que fecha a revista.

Na semana seguinte, no n.º 244, de 12 de fevereiro de 1993, numa informação inserida no fundo do sumário, são anunciados novos colunistas — Isabel do Carmo, Álvaro Guerra, Eurico Figueiredo e Daniel Sampaio — e o regresso de outro, Manuel José Homem de Mello⁵². Na ficha técnica há mais uma novidade, um novo nome, José Manuel Delgado, para um novo

52 Com o último nome grafado agora desta forma, quando antes surgia como “Melo”.

cargo, o de “Editor Executivo”. Na página 9 passa a surgir numa coluna à esquerda de fundo azul, um texto de tom editorial, assinado com as iniciais do editor-executivo, JMD. Um mês e meio mais tarde, a 26 de março, na *Sábado* n.º 250, é precisamente neste espaço assinado por José Manuel Delgado que, sob o título “Laranja azeda”, o editor-executivo faz eco da indignação que grassava entre os profissionais da comunicação social pela decisão do Governo PSD interditar determinadas zonas da Assembleia da República, impedindo o contacto dos jornalistas com os deputados. A *Sábado* decide acompanhar o *black out* informativo sobre os trabalhos parlamentares iniciado pela imprensa como protesto. Em resultado, ao longo de cinco semanas, até ao n.º 255 de 30 de abril, publica nas páginas iniciais, misturado entre as breves, um espaço em branco, onde consta apenas o título “Parlamento” em maiúsculas vermelhas, com um texto a preto no final, em letras diminutas, onde se lê “Nota: Devido ao novo regime de segurança da Assembleia da República são estas as notícias que temos para dar”.

A 7 de maio de 1993, no n.º 256, a *Sábado* publica na página 10, num pequeno retângulo junto às cartas dos leitores, a composição do capital social da Invesmédia SA, empresa detentora do título. Como principais investidores surgem as empresas PEI, SA, com quase 200 mil ações, seguida da Interfina, com 44 mil, e em posição igual Grafilis SA e Meriberica/Liber, cada uma com 20 mil ações. O resto do capital dispersa-se por mais 13 acionistas. Na ficha técnica, na coluna mais à esquerda, já não consta a indicação da categoria “editores” individualizada. João Bugalho e Orlando César passam a integrar a redação, enquanto António Martins e Eduardo Gageiro mantêm a indicação “editor”, mas inseridos nas respetivas secções, grafismo e fotografia, nomeadamente.

Na semana seguinte, no n.º 257, de 14 de maio de 1993, Artur Queiroz deixa de constar na ficha técnica como diretor-adjunto, mantendo-se apenas Fernando Ferreira Pinto, com a indicação “Porto” entre parênteses. Três semanas mais tarde, no n.º 260, de 4 de junho de 1993, a *Sábado* perde 16 páginas, regressando às 102, número que abandonara com a reforma iniciada em fevereiro de 1992. Passadas duas semanas, no n.º 262, de 18 de junho, Fernando Ferreira Pinto deixa de constar como diretor-adjunto na ficha técnica e a *Sábado* celebra cinco anos de vida. No canto superior direito do sumário, sob o título “Cinco anos de Sábado”, lê-se:

Este número da SÁBADO, o 262º, marca a entrada da nossa Revista no sexto ano de publicação. Celebramos a data oferecendo Mil Presentes aos nossos leitores, uma forma de homenagear aqueles que são, de facto, a razão de ser do nosso trabalho. Revista SÁBADO, cinco anos de Grande Informação...

Os prémios em causa vão de uma máquina fotográfica Polaroid até uma batedeira, passando por uma assinatura da *Sábado* ou uma “protecção de comando”. A *Sábado* oferece ainda um especial de quatro páginas que se inicia com duas páginas ilustradas com a assinatura de Pedro Metello. As duas restantes distribuem nove capas da *Sábado* que mostram a

diversidade de temas e protagonistas abordados ao longo dos cinco anos — de Eusébio a Álvaro Cunhal ou Herman José, do regresso do nazismo à homossexualidade entre militares. O texto de seis parágrafos que acompanha as imagens é assinado por “A Direcção”. Intitula-se “Cinco anos de Sábado” e o tom é otimista. Reafirma-se o compromisso de “rigor, independência e verdade” da revista para com os leitores e garante-se que se quer ganhar o desafio de “acompanhar a marcha dos tempos”. Para isso, a newsmagazine reconhece que “uma publicação, ao longo da sua vida, tem de se renovar, quer quanto ao seu estilo gráfico quer quanto às soluções editoriais”. Anuncia, assim, aos leitores que “a **Sábado** está a proceder a um estudo sobre uma nova forma e conteúdo, que marque uma presença inovadora no panorama da comunicação social portuguesa” (1993a, pp. 14,15).

O desaparecimento da secção “PALOP” e a migração da ficha técnica e do correio dos leitores da página 10 para a 4, logo a seguir ao sumário, fazem parte das últimas alterações estruturais da *Sábado*. A 10 de setembro de 1993 a primeira newsmagazine portuguesa moderna publica o n.º 274, com um tema de saúde — as doenças mentais — a fazer a capa. Na ficha técnica mantêm-se Vasco Fraga como diretor, José Manuel Delgado como editor-executivo, e Baptista-Bastos como redator-principal, acompanhados da restante equipa. A tiragem média continua nos 45 mil exemplares e o preço nos 295\$00. Parecia apenas mais um número igual a tantos outros. Nenhuma das 102 páginas deixa adivinhar que o projeto, com mais de cinco anos, chegara ao fim.

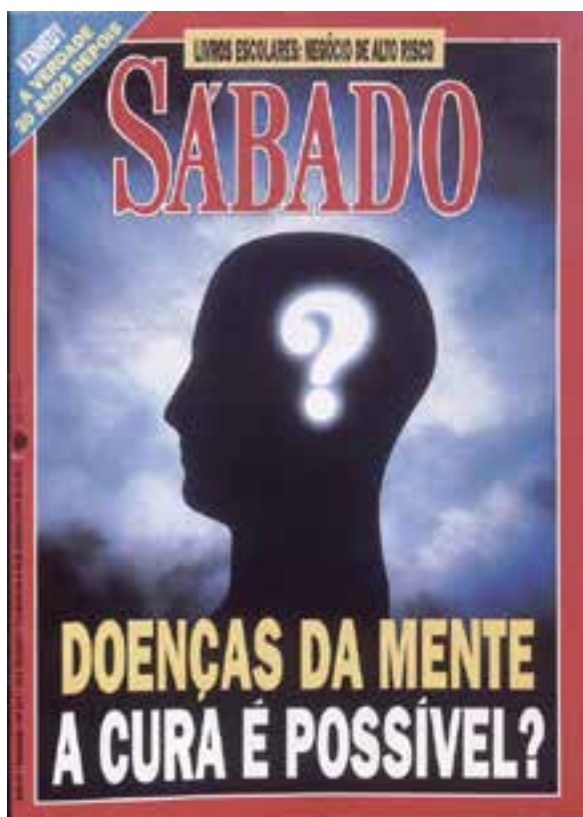


Figura 47

A última *Sábado* sai para as bancas a 10 de setembro de 1993 e dedica a capa à saúde mental.

Fonte: Reprodução do original.

Sobre o percurso da *Sábado*, Patrícia Fonseca escreve:

O projeto teve algum sucesso junto dos leitores, sobretudo na sua fase inicial, mas, pelas mais variadas razões, os investidores perderam o interesse no produto e, a partir de 1991, a revista entrou numa fase descendente, perdendo audiências e anunciantes. Os seus jornalistas viveram meses difíceis, com ordenados em atraso (Fonseca, 2006, p. 6).

Independentemente do que possa ter acontecido a meio ou no final do caminho da revista, de 1988 a 1993, ao longo de 274 semanas, a *Sábado* inovou e trabalhou pela primeira vez de forma totalmente inequívoca em Portugal o modelo de newsmagazine, iniciado com a *Time* em 1923. Chamou à capa temas diversificados, onde arriscou títulos criativos, alguns comprometidos, sem medo de assumir posição sobre a atualidade ou de abordar assuntos mais intemporais. O encerramento do título, o de maior duração desde a *Vida Mundial* e o quinto lançado em liberdade de imprensa num intervalo de 12 anos, recolocou a dúvida — seria impossível fazer vingar no mercado português uma revista semanal de informação geral?

4.3.2. Face

No mês seguinte a *Sábado* completava um ano com resultados que superavam as melhores expectativas de proprietários, redação e anunciantes. Repentinamente, os leitores portugueses pareciam ter despertado para o fenómeno newsmagazine. E o mercado tornara-se apetecível. É neste contexto que, em maio de 1989, a *Face* publica o número zero com apenas 20 páginas, de distribuição gratuita. O objetivo é seduzir uma parte dos largos milhares de leitores da primeira newsmagazine moderna portuguesa. Nas páginas interiores do número experimental, surge abril e não maio, o que evidencia um atraso em relação ao calendário planeado que, por lapso, não foi corrigido.

Propriedade da Portopress, empresa com sede no Dafundo, no mesmo edifício do jornal *Semanário*, a *Face* tem na direção João Mendes. O jornalista iniciara a carreira no vespertino *A Capital*, integrando a equipa fundadora do título em 1968, sob a direção de Norberto Lopes e Mário Neves. Trabalhara depois no *Diário de Notícias*, *Jornal do Comércio*, *Diário de Lisboa* e *Semanário*, sempre em cargos de chefia. Manuel Falcão, o diretor-adjunto, fundara em 1984, com 24 anos, o jornal *Blitz*. Integrou a equipa fundadora do semanário *O Independente*, em maio de 1988, também como diretor-adjunto, projeto que abandona para lançar a *Face* com João Mendes. Da equipa diretiva da newsmagazine fazem também parte João Bugalho, como chefe de redação, Rui Cardoso, subchefe de redação, e os editores Adelino Cardoso, Eurico Vasconcelos, Matos Cristóvão, Vítor Carvalho e Vítor Leitão. A direção gráfica é assinada por João Cruz.

O número zero da *Face* mostra um logótipo centrado no cabeçalho, de maiúsculas brancas e largas, inseridas num retângulo de fundo vermelho, envolvido por um filete branco, idêntico ao usado para separar geometricamente cada letra do nome da revista, o que lhe confere, quando comparado com o da *Sábado*, modernidade e até irreverência. Para tema de capa escolhe uma fotografia no limite do grande plano de Assunção Esteves que fita o leitor com um sorriso tímido. A então deputada do PSD de 32 anos é enquadrada num fundo escuro, que se confunde com o casaco da protagonista, ganhando protagonismo a camisa branca e o título também a branco, a três linhas, “A suave/revisão/do PSD”. Um título que tem a sua chave de decodificação no interior da revista, no perfil da jovem deputada (com dois anos de mandato) que se encontrava envolvida no processo de revisão constitucional. A capa é multi-tema, uma imagem, uma vez que existe um segundo assunto inserido acima do logótipo, a uma linha, também a branco, “Madonna confessa”. Este segundo tema remete para um exclusivo oriundo da revista americana *Rolling Stone* e surge a propósito do fim do contrato da cantora com a Pepsi, pelo facto de a empresa não querer que ela divulgasse o vídeo da canção “Like a Prayer”, considerado ofensivo para a religião católica.



Figura 48
Um sorriso tímido de Assunção Esteves na capa zero da *Face* (maio de 1989).
Fonte: Reprodução do original.

A página 3 divide-se. Nos primeiros dois terços surge o sumário com duas zonas distintas. A superior, de maior dimensão, é reservada a quatro destaques (dois deles correspondentes aos temas de capa), acompanhados de imagem. No último terço distribuem-se por duas

colunas, à largura da página, mais quatro referências a artigos da revista. Não existe uma arrumação exaustiva por secções, mas por peças, encimadas por temas, como Política, Europa, Dinheiro, Desporto, Ambientes ou Exposições, que correspondem a reportagens, entrevistas, perfis e artigos de opinião.

No último terço da página 3 surge um texto intitulado “À quinta-feira”, assinado por João Mendes, onde o diretor explica a filosofia da nova revista, claramente influenciada pelos percursos da dupla diretiva, que associam a experiência em meios tradicionais à experiência nos produtos mais recentes e inovadores da imprensa portuguesa. Mas antes, Mendes faz referência à fotografia que acompanha o artigo, que apresenta como o rosto escolhido para a campanha de lançamento da *Face*. O grande plano mostra uma mulher jovem, de cabelo muito curto, arrumado de risco ao lado com um aparente gel. O rosto feminino maquilhado contrasta com a postura de alguma dureza nos lábios fechados e o olhar de perfil, a falta de adereços, assim como com o que se vê da indumentária — parte de um casaco de fato escuro, com uma camisa branca abotoada até ao colarinho —, elementos que contribuem para a construção de uma figura andrógina. Uma piscadela de olhos à mulher urbana e um sinal do público pretendido, mais lato que o dos jornais, tradicionalmente masculino.

O diretor anuncia de seguida que a nova revista sairá à quinta-feira, antecipando-se num dia à *Sábado*, o que “obrigará o fim-de-semana a começar mais cedo e intervirá na nossa vida colectiva como protagonista do novo jornalismo que se prepara para os anos noventa”. Sobre esse “novo jornalismo”, João Mendes diz que “dará notícias”, mas apostará também na “grande entrevista” e no “retrato dos personagens que animam a mudança social, a reportagem — em grande parte fotográfica — sobre as situações, os comportamentos, as crises e os futuros que moldam, neste fim de século, a grande deriva da aventura humana”. Neste momento, as dúvidas sobre a natureza da nova newsmagazine estão lançadas. O discurso parece afastá-la das revistas semanais de informação geral tradicionais, havendo algumas ressonâncias do projeto da *Mais*, que terminara em 1985 (Cf. 4.2.3).

A segunda parte do texto de apresentação da publicação não desfaz as ambiguidades, uma vez que o diretor afirma que na *Face* “publicaremos ícones, ideias, gostos, sensibilidades, informações sobre os mais variados consumos”. A revista, diz o diretor, é pensada para ser usufruída pelos leitores nos seus tempos livres, ao fim do dia e durante o fim de semana. A *Face* pretende preencher os espaços de lazer, “oferecendo não só o essencial do que se passa na semana em que saímos, mas também uma visão mais alargada e distanciada da vida de todos os dias”. Nesta última frase, entra-se no território das newsmagazines através da referência ao resumo do noticiário semanal, acompanhado de jornalismo interpretativo. Apesar disso, percebe-se que a *Face* tem a ambição de ser diferente, provavelmente como estratégia de combate à *Sábado*, já considerada uma newsmagazine tradicional enraizada.

Resumindo, João Mendes diz que se pretende oferecer ao leitor um “mensário de luxo, sob a forma de uma revista semanal de grande informação”. Numa referência ao livro de

Alvin Toffler publicado em 1980, o diretor considera que “o universo da Terceira Vaga [o da sociedade da informação e da alta tecnologia] saturou-se de notícias parcelares sobre uma realidade que quase não tem sentidos globais”. A *Face* apostará, por isso, no “prazer egoísta da palavra e da imagem feitas por especialistas — um prazer que tem a idade da Imprensa e anda associado ao recato de quem gosta de ver e rever, ler e reler” (Mendes, 1989, p. 3).

Na última página da revista encontra-se numa faixa estreita em rodapé a ficha técnica, e uma frase final que informa que o número zero da *Face* foi distribuído gratuitamente, em suplemento de outras publicações e isoladamente. O restante espaço da página que designa a secção como “a fechar” divide-se entre uma fotografia a meia página que mostra num plano de conjunto a equipa da revista, olhos nos olhos com o leitor no espaço da redação. O diretor ocupa um posicionamento central, sentado de braços e perna cruzados, em cima de uma das secretárias — mais um sublinhar da irreverência que se pretende imprimir à publicação. Salvo algumas exceções, os elementos da redação estão sem casaco e de postura descontraída (um deles senta-se apoiado nas costas da cadeira) como se tivessem interrompido momentaneamente o trabalho para uma fotografia não planeada. Visualiza-se o diretor-adjunto Manuel Falcão do lado direito, mas sentado numa cadeira, de mãos juntas e braço direito em cima da secretária onde se encontra João Mendes. É a primeira vez que uma newsmagazine decide dar a conhecer ao leitor as pessoas por trás da revista — uma prática que se tornaria habitual e que seria seguida logo um mês mais tarde pela *Sábado* de Joaquim Letria (Cf. 4.3.1).

É Manuel Falcão que assina o texto que ocupa a segunda metade da página, intitulado “Acompanhar a vida”. A partir de 18 de maio, assegura, a *Face* vai oferecer “uma revista que seja o retrato da aventura da vida”. A newsmagazine terá 84 páginas ao longo das quais “vai contar o que se passa, descobrir o que se esconde, revelar o que está para vir, enfim, acompanhar a vida”. Para tal, conta com uma equipa de profissionais com provas dadas em jornais diários e semanários, redações em Lisboa e Porto que reúnem 43 pessoas, das quais 34 jornalistas, sendo 29 redatores e cinco fotojornalistas. O diretor-adjunto sublinha a juventude da equipa, com uma média de idades de 32 anos, em que “o mais velho de entre nós tem 54 anos e o mais novo 18”.

Falcão também destaca o facto de a *Face* contar com um colunista com a reputação de Jacques-Yves Cousteau, provavelmente o oceanógrafo mundialmente mais conhecido, e ter arrancado com um exclusivo da revista de música e cultura americana *Rolling Stone*, resultado quase certo dos contactos desenvolvidos pelo diretor-adjunto enquanto responsável do *Blitz*. No que diz respeito aos objetivos do título, o diretor-adjunto diz: “preferimos seleccionar assuntos a falar de tudo, preferimos abordar áreas pouco exploradas a contar com outras palavras as mesmas histórias dos outros”. Manuel Falcão declara também que a *Face* não vai concorrer com os jornais diários, pretende “criar um tempo novo de leitura durante a semana”.

Perto do final do texto, o jornalista garante que a equipa parte “para esta aventura com o desejo de mostrar que em Portugal é possível fazer uma revista que seja um prazer — para

quem a vai construindo e, fundamentalmente, para quem a vá ler” (Falcão, 1989, p. 18). Terá sido a vontade de dar resposta a esta aposta no “prazer” o motivo da inexplicada substituição de Joaquim Letria por Miguel Sousa Tavares na direção da *Sábado*, menos de cinco meses após o lançamento da *Face*? Pelo menos, estas palavras do diretor-adjunto da nova newsmagazine parecem encontrar eco nas do primeiro editorial da *Sábado* assinado por Sousa Tavares, onde este afirma que, recorde-se (Cf. 4.3.1), “não há razões para que o jornalismo seja uma coisa cinzenta, oficiosa, sem imaginação nem chama”, que aborreça quem o faz e quem o recebe (Tavares, 1989a, p. 7). Facto é que a *Sábado* ignorou pura e simplesmente o lançamento da concorrente, apesar de ter noticiado e acompanhado vários projetos que, no mesmo período (abril a junho de 1989), se multiplicavam na imprensa portuguesa, como o aparecimento do jornal *O Liberal*, dirigido por Maria João Avillez, ou o relançamento do *Diário Popular*.

A 25 de maio (e não a 18 como anunciado por Manuel Falcão no número zero), o n.º 1 da *Face* chega às bancas. Tem 20X28,5 centímetros (mais um de altura que a *Sábado*) e custa 180\$00, exatamente o valor da newsmagazine dirigida por Joaquim Letria que estava a duas semanas de completar o primeiro ano. As 84 páginas prometidas contrastam com as mais de 100 semanais da *Sábado*, que oferecia para além do caderno principal dois suplementos. Por falta de indicação na ficha técnica da *Face*, não é possível comparar a tiragem da nova revista com a de Letria, que em 1989 ultrapassava os 60 mil exemplares. Contudo, as características da *Face* e o preço de capa indicam que se parte à procura de um segmento mais elitista dentro do “público em geral” característico das newsmagazines. Apesar disso, nem o papel nem a qualidade de impressão da revista estão ao nível do “mensário de luxo” em formato semanal anunciado por João Mendes no número zero.

A capa do primeiro número da *Face* é novamente multi-tema, uma imagem, e apesar de se estruturar de forma semelhante ao número zero, o enquadramento da imagem escolhida remete-nos para os primórdios do percurso da *Vida Mundial* como newsmagazine, em 1967 (Cf. 3.2.1). Um grande plano mostra o rosto sorridente de Diogo Freitas do Amaral, líder do CDS, sobre um fundo difuso, que aparenta ser um espaço exterior, um jardim, por exemplo. O texto relacionado com o tema principal surge a vermelho no canto inferior direito, dividido em antetítulo sublinhado a duas linhas de menores dimensões, “Freitas/ em entrevista”, e título, a três linhas, “Objectivo:/ governar/ com o PSD”. A chamada secundária repete localização e estrutura do número zero, inserindo-se no cabeçalho, a uma linha branca, “China — a liberdade na praça”, numa referência à tensão vivida entre estudantes e governantes chineses na Praça Tiananmen. A *Face* opta, assim, por apostar novamente num rosto da política nacional como capa, mas desta vez acompanhado de uma referência secundária a um tema quente da atualidade internacional.



Figura 49

Depois do n.º 0, um segundo rosto de um político faz a capa do n.º 1, a 25 de maio de 1989, mas este tipo de construção do dispositivo não será a norma.

Fonte: Reprodução do original.

João Mendes passa a assinar um artigo na metade superior da página 4, intitulado “Nota do Director”, que se situa entre o resumo de conteúdos da revista, o artigo de opinião e o editorial, redigido num tom de conversa com o leitor. No caso do texto do primeiro número, é totalmente dedicado à apresentação dos três colunistas internacionais da revista: Michael Ledeen, consultor do governo norte-americano; Guennadi Petrov, analista da agência noticiosa russa Tass; e o já referido Jacques-Yves Cousteau, em resultado de um exclusivo com o jornal *Los Angeles Times* (algumas crónicas serão assinadas a par com o seu filho mais velho, o ambientalista Jean-Michel Cousteau, que também assinará alguns dos textos sozinho).

Na segunda metade da página 4 surge o estatuto editorial, ilustrado com a imagem de campanha da revista. O texto define a *Face* como “uma revista semanal de grande informação que se rege pelos princípios e pela experiência das suas melhores congéneres internacionais”. Esta frase, embora não refira quaisquer títulos em concreto, denota que a *Face* se sentia enquadrada num conjunto de revistas internacionais semelhantes que, pela definição enunciada, correspondem às newsmagazines. A *Face* enumera três apostas éticas:

- Independência em relação a forças políticas, económicas e sociais;
- Investimento no jornalismo de investigação “de modo a produzir informação própria com base na diversificação das fontes”;
- Aposta nos artigos de opinião, “de modo a que os grandes temas da vida nacional e internacional não sejam apenas narrados, mas igualmente comentados”.

A revista compromete-se a respeitar a Lei da Imprensa, o Estatuto do Jornalista e o Código Deontológico e diz que pretende promover um “olhar português sobre todos os aspectos da actualidade nacional e internacional”. No final do último parágrafo, chega a marca da diferença quando a publicação diz querer dedicar, “especial atenção aos novos protagonistas da vida em sociedade, quer se destaquem no universo da política, da economia, do desporto, das artes e espectáculos, da ciência e da técnica ou da moda e dos novos comportamentos sintomáticos da mudança social” (1989j, p. 4).

O sumário da revista passa a ocupar a totalidade da página 5, dividido em três áreas. Na zona superior, uma fotografia do protagonista de capa acompanha um texto titulado “Entrevista” que resume os conteúdos da conversa com o líder centrista. Abaixo surgem mais seis destaques, distribuídos por duas colunas, todos acompanhados de fotografia e tendo uma palavra como título. No caso do último destaque, o título remete para um tema, “Cannes”, enquanto os restantes dizem respeito a algumas das secções. O sumário inclui ainda um último espaço, em jeito de um estreito rodapé, onde insere um índice a quatro colunas com mais 12 referências que remetem para espaços de opinião (distribuídos ao longo da revista), viagens, televisão e outros de natureza diversa.

Só no interior da revista ficam claros os espaços, uns fixos outros pontuais, em que a *Face* vai dividindo os conteúdos ao longo dos números: “Semana” (breves sobre a actualidade); “Entrevista”; “Actual” (uma reportagem sobre um assunto que a revista decide destacar); “Política”; “Nacional” (temas de sociedade); “Economia”, com subsecções “Dinheiro” e “Empresas”; “Europa”; “Desporto”; “Estrangeiro”; “Ambientes” (lugares a descobrir); “Automóveis”; “Recantos” (temas de arqueologia); “Aventura” (desportos radicais ou menos convencionais); “Cenas” (reportagens curtas sobre assuntos diversos); “Viagens”; “Objectos” (montra de produtos); “Figuras” (notícias curtas e reportagens de social); “Moda”; “Artes” (a secção maior, com dez páginas); “Televisão” (com três páginas, a primeira com destaques e as duas seguintes com a programação que começam com o título “Agora o fim de semana começa mais cedo”); “Calendário” (com a programação cultural) e a fechar o “Alfabeto”, um conjunto de curtos apontamentos acutilantes e críticos sobre a actualidade, muitas vezes focados em questões relacionadas com os meios de comunicação social. Uma diversidade de temas que vai ao encontro da vontade de ir mais além do que a newsmagazine tradicional, com uma tónica especial nos conteúdos culturais.

Sem o referenciar na capa ou sumário, a revista ocupa as páginas 60 e 61 da secção “Figuras” com 17 fotografias da festa de lançamento do título, antecipando o mesmo tipo de trabalho que a *Sábado* realizará um mês mais tarde a propósito do seu primeiro aniversário⁵³

53 A *Sábado* também tinha realizado festa de lançamento em 1988, mas não o noticiara. Neste aspeto de autopromoção a *Face* é inovadora e a *Sábado* segue-lhe os passos.

(Cf. 4.3.1). Duas longas legendas e um parágrafo de texto inicial acompanham a peça intitulada “FACE em festa”. Explica-se que o lançamento da revista decorreu na semana anterior na discoteca lisboeta “Loucuras” e que a festa contou com mais de duas mil pessoas. As imagens mostram elementos da administração, direção e redação da revista, acompanhados de várias figuras públicas dos mais diversos quadrantes. Desvendam-se também os dois *slogans* de campanha da *Face*, “Agora o prazer começa mais cedo” e “Sou revista à quinta-feira”, que sublinham o fator de antecipação de 24 horas em relação à *Sábado*. Permitem também perceber que a construção do título que antecede a programação televisiva é uma variante do primeiro dos *slogans*.

A *Face* fecha na página 82 com a ficha técnica inserida numa coluna à direita, tendo à esquerda o já referenciado espaço “Alfabeto”. Na n.º1, tal como no n.º 0, a ficha técnica apenas contém os nomes da direção, não indo além dos editores. Contudo, a partir da semana seguinte, no n.º 2 de 1 de junho de 1989, a ficha já se encontra completa. Passa a referir o nome do administrador-delegado, Álvaro Alberto Sales Lopes, e a incluir uma longa listagem de 35 nomes em “Redação e colaboradores permanentes”. Entre estes, encontram-se Ana Mafalda Inácio, Ana Marques Gastão, Diana Andringa (que assina a crónica “Mirante”), Filomena Nave, Valdemar Bonacho ou Humberto Vasconcelos, pioneiro no jornalismo de ciência e ambiente em Portugal. Apesar da ficha técnica não autonomizar os fotojornalistas, consultando a revista, percebe-se que Eurico de Vasconcelos é o editor para essa área e que Acácio Soares, Fernando Ferreira, João Tabarra e Vitor Ferreira Alves são os nomes dos repórteres fotográficos.

O segundo número da *Face* não se diferencia apenas pelo aparecimento de uma ficha técnica completa, nem somente pelo facto de a “Nota do Director”, na página 4, passar a dividir o espaço com as cartas dos leitores. O dispositivo capa altera-se radicalmente e torna-se mais próximo dos usados nas newsmagazines modernas. Os rostos e a política nacional desaparecem. A capa é preenchida por uma fotografia de produção que mostra uma diversidade colorida de comprimidos e cápsulas de vários tamanhos. O título surge centrado, a negro. Começa com um antetítulo sublinhado, a duas linhas, “Que remédios/ consumimos?” que dá sentido ao título de maiores dimensões numa linha única «Os “dez mais”». Estruturalmente, a capa continua multi-tema, uma imagem, com a segunda chamada a uma linha em cabeçalho, “Eleições na Polónia” — novamente um tema de política internacional. A partir do segundo número, as imagens que constroem as capas da *Face* tornam-se variadas, tanto surgindo a fotografia de reportagem, a ilustração ou regressando ao grande plano e à fotografia de produção. O mesmo acontece com os temas tratados que vão do comportamento ao lazer até à política internacional. O número de chamadas secundárias alterna entre uma e duas.



Figuras 50 e 51

Uma fotografia de produção na capa da edição n.º 2 e uma de reportagem na n.º 14 mostram que a *Face* apostou em dispositivos e temáticas variados.

Fontes: Reproduções dos originais.

A curta vida da *Face* ensombra-se com uma nota breve publicada na página 4 do n.º 3, de 8 de junho de 1989, intitulada “Adeus Sérgio”. Noticia-se a morte por acidente do filho do diretor, Sérgio Mendes. Tinha 19 anos e fazia parte do projeto, trabalhando como gráfico na *Face* desde o primeiro dia em que a revista começara a ser pensada. Observando-se as fichas técnicas dos números seguintes percebe-se que o jovem não foi substituído e a *Face* passa a contar apenas com três gráficos.

Dois meses mais tarde, a *Face* dá notícia na secção “Alfabeto”, na última página do n.º 12, de 10 de agosto, de uma novidade no seio da imprensa portuguesa. “O formato revista está cada vez mais a atrair os editores nacionais: agora, alguns semanários consagrados estão a estudar seriamente a criação de novas revistas”, dizem. E anunciam que o *Semanário* é o mais adiantado na preparação de uma segunda revista que acompanhará a “Olá!”, esta dedicada a temas de social, e que *O Independente* também está a planear uma publicação complementar. Uma tendência que pode ter origem no êxito editorial da *Sábado* que, em 1989, tinha resultados superiores a todos os semanários à exceção do *Expresso*, sendo que este já se fazia

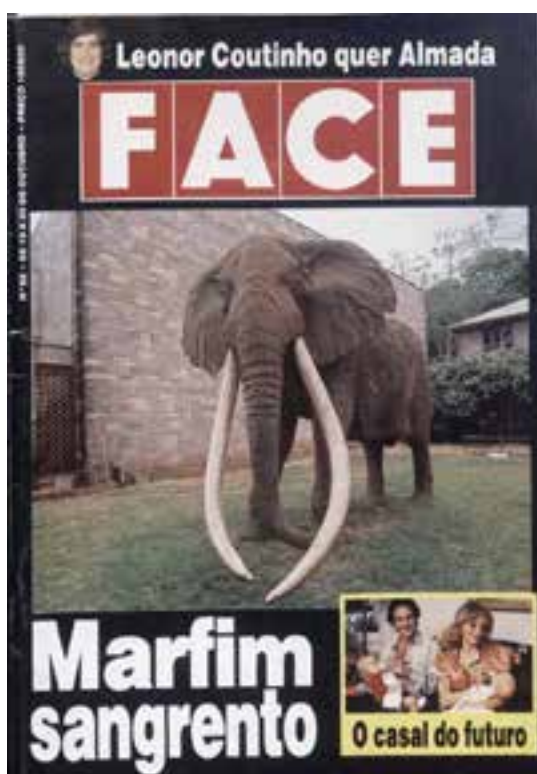
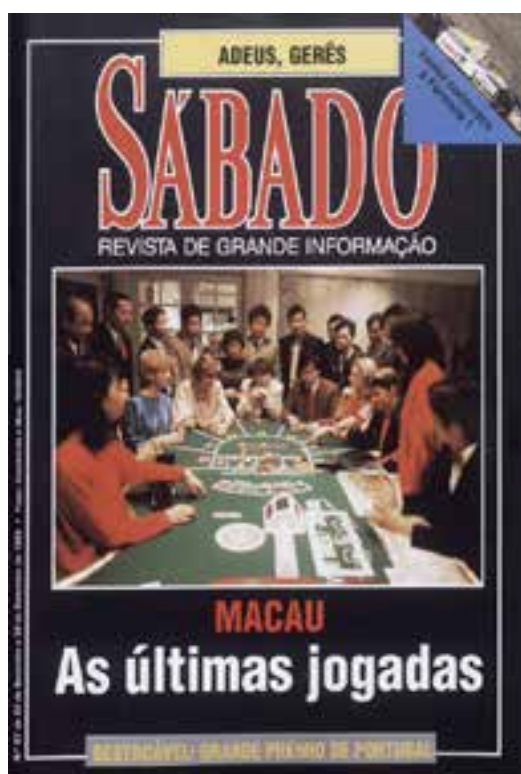
acompanhar todas as semanas por uma revista que dividia o êxito com o jornal (1989a, p. 82).

Três semanas depois, João Mendes assina com as iniciais JM uma curta notícia na página 7 da *Face*, n.º 15, de 31 de agosto, dando conta da saída de Manuel Falcão e elogiando o seu percurso profissional e o trabalho desenvolvido pelo até então diretor-adjunto da revista. Falcão aceitara o convite para dirigir o semanário *Se7e* e não é substituído, o cargo que ocupara deixa de existir. Na ficha técnica, abaixo do nome do diretor, passa a surgir o de João Bugalho, chefe de redação, seguindo-se os restantes elementos.

A 21 de setembro, o “Alfabeto” da *Face* n.º 18, refere que o jornal *O Independente* “especulava na sua última edição sobre o “encerramento” da FACE, com o mesmo à vontade com que, edições antes, “noticiava” um acordo de um milhão de contos entre Robert Maxwell e a empresa que nos imprime”. O comentário da revista é duro: “a asneira é livre, o des pudor é, ali, sinónimo de independência e a confirmação das informações não faz parte dos hábitos daquela casa. Nem, por maioria de razão, a rectificação de “notícias” sem fundamento” (1989b, p. 82).

Apesar do veemente desmentido, decorrem apenas quatro semanas até à saída para as bancas do último número da *Face*. Publica-se a 19 de outubro, tem o n.º 22, e assinala o fim de mais uma newsmagazine portuguesa sem explicações. O mais curioso é o facto de a *Sábado* noticiar a 28 de outubro de 1989, a contratação de João Mendes, apresentando-o como “diretor da *Face*”, já encerrada. Como ele, recorda-se (Cf. 4.3.1), transitaram também o chefe de redação João Bugalho, e os jornalistas Pilar Diogo e Vilas Monteiro. Fica por apurar se as mudanças foram planeadas com antecedência e resultaram no fecho da *Face* ou se o convite para integrar a *Sábado* é feito após o fim do título concorrente.

Curiosamente, o último número da *Face*, que sai para as bancas a 19 de outubro de 1989, afasta-se do tipo de capa construído desde o número zero e cria um dispositivo estruturalmente semelhante ao criado pela *Sábado* um mês antes, a 23 de setembro, semana em que esta deixa cair o vermelho na moldura. Apesar dos temas de capa serem díspares, as similitudes formais são evidentes, como mostram as Figuras 52 e 53.



Figuras 52 e 53

A última *Face* (19/10/1989) desenha a capa de forma quase idêntica à trabalhada pela *Sábado* um mês antes (23/09/1989), a propósito de um assunto diferente.

Fontes: Reproduções dos originais.

4.3.3. *Época*

Em 1992, Jacques Rodrigues faz a sua segunda incursão no universo das newsmagazines. Lança a revista *Época*, integrada no Grupo Impala, que fundara em 1983 e se viria a tornar um dos maiores grupos de media portugueses. A revista tem 22X30 cm, formato ligeiramente superior ao habitual numa newsmagazine e exatamente igual ao experimentado pela *Opção*, de Artur Portela, 16 anos mais cedo, em 1976. À frente da nova revista, que começa por ter 128 páginas, está Wilton Fonseca, jornalista que ganhara experiência ao longo de dois anos na *Sábado*, primeiro como subdiretor, em 1989, depois como diretor, de março de 1990 a maio de 1991. A newsmagazine fundada por Joaquim Letria já ultrapassara quatro anos a somar êxitos, o desaire da *Face* já distava três anos, parecia a altura certa para um novo título discutir o mercado das newsmagazines portuguesas.

O número zero da *Época*, com a indicação “semanal” é publicado com data de “Setembro de 1992”. Com um design moderno, abundância de fotografias e infografias, a *Época* é totalmente a cores, em papel *couché*, custará 300 escudos, ou seja, mais cinco escudos que a *Sábado*, tem 40 páginas de publicidade e uma tiragem de 60 mil exemplares. Na página 3, numa estreita

coluna à direita, tendo à esquerda o sumário, a *Época* publica o seu estatuto editorial, dividido por seis pontos. O primeiro diz respeito à independência, que a publicação garante ser total em relação aos poderes políticos e económicos, mas também à Impala, uma vez que “não nasce para defender interesses do grupo”. Promete informação rigorosa e liberdade de crítica, orientando-se apenas “pelos critérios profissionais e deontológicos daqueles que a fazem”. Mais à frente, no ponto três, a revista afirma-se sem “cor política nem ideologia”, ao mesmo tempo que se diz defensora dos “valores da democracia e da liberdade, o ambiente e os direitos dos cidadãos, o direito à saúde, ao bem-estar e ao lazer”. O quinto ponto encerra as declarações de carácter, com a *Época* a afirmar-se como “uma revista que se responsabiliza por si própria e que não pretende impor pontos de vista, insinuar opções ou sugerir decisões, individuais ou colectivas”.



Figura 54

Capa da *Época* n.º 0, de setembro de 1992.

Fonte: Reprodução do original.

Recuando até ao segundo ponto, o estatuto editorial caracteriza a revista como “semanal de grande informação e actualidade, com abrangência nacional”. Os objetivos da *Época* são “contribuir para a informação e o esclarecimento tanto das questões nacionais como das questões internacionais, com particular inflexão sobre os países e as áreas onde se fala e escreve português”. A caracterização continua no ponto quarto que aponta “informar, formar e divertir” como os principais propósitos, explicando que para os alcançar a publicação vai apostar num conteúdo que “abrangerá todos os domínios da actividade humana, da política

à economia, dos espectáculos aos assuntos sociais, do lazer aos desportos”. O sexto e último ponto clarifica responsabilidades. O diretor da publicação responde diretamente apenas pelos conteúdos dos editoriais e das peças não assinadas, tudo o resto é da responsabilidade de quem assina as matérias.

O sumário surge à esquerda do estatuto editorial, arrumado de forma coerente e moderna. Arruma as indicações de títulos das peças e respetivas páginas em seis secções — Nacional, Internacional, Economia, Vidas, Planeta Terra e Humor. Numa coluna central surgem os destaques através de quatro fotografias, cada uma acompanhada de um curto parágrafo que desvenda um pouco a peça que se encontra no interior da revista, todas referenciadas também no índice do sumário. Uma reprodução da capa surge no canto superior esquerdo, acompanhada de algumas linhas sobre o tema em destaque, e existe ainda uma referência acompanhada de fotografia e um curto parágrafo arrumado perto do canto inferior esquerdo.

Na página 10 surge o editorial, num espaço designado como “Carta do Director” (que faz, por isso, lembrar a “Carta de Sábado” de Joaquim Letria e a “Carta Aberta” de Artur Anselmo), intitulado “Uma nova Época” e assinado por Wilton Fonseca. Sem as amarras da linguagem formal de um estatuto editorial, neste espaço, Fonseca começa por incentivar os leitores a interagirem com a publicação e dá de seguida pormenores concretos sobre a estrutura da revista. A *Época*, explica, abre com uma grande entrevista e termina com seis páginas de humor que pretendem que “o leitor feche a revista com um sorriso nos lábios”. O título vai cobrir “uma vasta extensão de assuntos”, reduzindo ao mínimo o noticiário nacional e internacional de “política partidária e ideológica”, que será remetida, de acordo com o diretor, ao “lugar que ela parece merecer no conjunto das preocupações da opinião pública”. Em vez disso, a revista pretende privilegiar temáticas como ambiente, educação, saúde, consumo e juventude pois “estamos convencidos de que serão elas o centro das grandes movimentações políticas e sociais do futuro” (Fonseca, 1992, p. 10). É de frisar a criação de uma secção semanal autónoma (Planeta Terra) dedicada ao tratamento jornalístico de temas relacionados com o ambiente.

Ao contrário da política, a economia e o consumo serão dois focos de atenção, garante Wilton Fonseca, centrados “em torno das empresas e das pessoas por ela responsáveis”. O diretor apresenta ainda a secção “Vidas” que, afirma, ocupará “pelo menos 40 páginas semanais”, o que significa cerca de um terço das 128 do título. Uma revista dentro da revista, com direito a “capa” própria, “Vidas” terá “tudo” o que “o leitor pode encontrar nas suas horas de lazer”, assegura Fonseca (1992, p. 10). Também na página 10, mas numa coluna à esquerda, encontra-se a ficha técnica da publicação. O nome de Jacques Rodrigues aparece duas vezes. Primeiro no topo, como editor e diretor-geral do grupo Impala, depois na parte final, como proprietário da *Época*. Para além de Wilton Fonseca, a estrutura diretiva da revista inclui Francisco Máximo como Chefe de Redação e Baptista-Bastos, que já colaborara na *Mais*, durante o período da revista no formato newsmagazine, como Redator Principal. Surgem de

seguida seis editores, um deles no Porto (facto que se descobre apenas no número um). Entre estes editores estão António Prata e Luís Fraga que já tinham trabalhado com Wilton Fonseca na *Sábado*. A redação da *Época* conta com 13 jornalistas, 34 colaboradores, entre os quais Helena Roseta, Fernanda Mestrinho e Manuel Carlos Freire, e três correspondentes, em Londres, Paris e S. Paulo. Cinco pessoas asseguram os serviços de secretariado e documentação e mais sete são responsáveis pela produção e grafismo da revista.

Por baixo do editorial, ainda na página 10, Baptista-Bastos assina a peça “Outras Épocas”, que se prolonga pela totalidade da página 11. Neste texto, traça a história de três outros títulos de imprensa também de nome *Época* — todos eles jornais, o primeiro de 1919, o segundo de 1933 e o último de 1971. Recuando até à página 5, Baptista-Bastos assina também a grande entrevista que Wilton Fonseca anuncia como abertura da revista.

A *Época* desenvolve um logótipo que apresenta semelhanças com o da *Opção* (Cf. 4.2.1) e com o da newsmagazine brasileira *Veja*. O logótipo da *Época* diferencia-se do da *Veja* acima de tudo pelo trabalho gráfico sobre a primeira letra — foi introduzido um quadrado de fundo amarelo, delineado a branco onde a letra se arruma à direita. O acento agudo da palavra época ganha a forma de um triângulo vermelho delineado a branco, em tudo idêntico às letras que compõem o título. Curiosamente, em 1998, é lançada no Brasil uma newsmagazine de título *Época*, inspirada na alemã *Focus* que, a par da *ISTOÉ*, iria discutir o mercado com a pioneira *Veja*.

A capa do número zero é multi-tema e multi-imagem. Contabilizando aquele que é o principal, anuncia quatro temas, três deles acompanhados de imagem. O assunto que faz capa é o problema das drogas em ambiente escolar. O título, a duas linhas, centrado, é “Pesadelo/ em família”, em maiúsculas brancas, que ocupam a metade superior da capa situada abaixo do logótipo. Tem um antetítulo explicativo também centrado e em maiúsculas, mas de dimensões consideravelmente inferiores, de cor preta, “Droga na escola”. O tom amarelo alaranjado, semelhante ao de um pôr-do-sol, que preenche a capa é também utilizado como fundo da imagem que ilustra o tema principal. Na capa vislumbram-se as silhuetas de um homem e de uma mulher, de frente para o leitor, ela com uma menina pela mão e ele com um rapaz. As crianças aparentam uns oito e dez anos, respetivamente. O contorno das silhuetas é cor de laranja, contrastando com o interior negro e fundindo-se gradualmente com o tom do fundo. A *Época* cria assim um dispositivo capa que acentua o dramatismo do tema escolhido como principal. Desde o título, à imagem, à aparente pouca idade das crianças, tudo contribui para sublinhar a gravidade da questão do consumo de drogas dentro dos muros da escola.

Um segundo tema de capa com imagem surge no canto superior direito, com os títulos “The Pandora Trail”/“Filme Denúncia” a enquadrarem a fotografia da realizadora australiana Jill Joliffe, autora do documentário *The Pandora Trail — Europe’s Modern Slave Trade*. Curiosamente, esta referência de capa não tem eco no sumário e, apesar da gravidade do tema tratado, — tráfico de escravas humanas —, surge na secção “Televisão” do caderno “Vidas”, a revista *light* que a *Época* inclui no interior.

“O País Arma-se” é o título do terceiro tema, acompanhado pela terceira e última imagem que mostra uma arma na palma de uma mão direita, aparentemente masculina, para ilustrar uma peça sobre as 80 mil armas de defesa pessoais registadas legalmente em Portugal. A quarta chamada de capa localiza-se no cabeçalho e intitula-se “O custo de viver sem susto”, incluindo ainda a palavra “Inquérito” que funciona como antetítulo. Curiosamente, esta chamada de capa não é desenvolvida no interior da revista nem referenciada no sumário. Surge novamente na capa do número um, exatamente no mesmo local e com o mesmo arranjo gráfico, refletindo-se, desta vez, no sumário, enquadrada na Economia, e numa peça sobre o custo de vida em Portugal.

Para além da questão da coincidência de chamadas de capa já referenciada acima, as páginas 10 e 11 do número zero da *Época* são reproduzidas no primeiro número, que sai para as bancas numa sexta-feira, 25 de setembro de 1992, na mesma data de publicação da *Sábado*. Inaugura-se, assim, o segundo momento na história da newsmagazine em Portugal, em que dois títulos se publicaram em simultâneo, novamente em concorrência direta nas bancas à sexta-feira, como acontecera de 1971 a 1974 com *Vida Mundial* e *Observador*. A ficha técnica é igual, o editorial de Wilton Fonseca e a peça de Baptista-Bastos repetem-se, tal como na página 3 o texto do Estatuto Editorial se mantém idêntico. O sumário repete a estrutura de secções do número zero, que são exatamente as mesmas, enumeradas da mesma forma.

A capa do número um é novamente multi-tema e multi-imagem, mas desta vez são seis os temas explorados, quatro acompanhados de imagem. A *Época* aposta num tema de capa polémico: redes ilegais de prostituição. Num fundo negro surge uma mulher jovem, morena, de costas para o leitor, com as costas quase totalmente desnudas. No ombro esquerdo vê-se um carimbo retangular onde se lê a três linhas “Carne/Humana/Export”, convertendo a imagem principal numa ilustração fotográfica. O título principal, tal como no número zero, é dramático, surge centrado, a duas linhas, em maiúsculas, por baixo do logótipo, ocultando a cabeça feminina — “Negócios da Carne”. Desta vez não há um antetítulo, mas sim um subtítulo informativo indicativo que acrescenta “Portugal no centro do comércio de escravas”, num tom amarelo pálido, que usa as únicas minúsculas da primeira página da *Época*. Mais uma vez, todos os elementos do dispositivo capa contribuem para sublinhar o dramatismo, a negatividade da temática. Jill Joliffe perde a fotografia na capa, mas esta é transferida para a secção “Nacional”, acompanhando um testemunho da realizadora sobre a produção do documentário “The Pandora Trail”, incluído no dossier que corresponde ao tema de capa, que ocupa as quatro primeiras páginas noticiosas. A notícia sobre “The Pandora Trail” publicada no número o desaparece.

Em rodapé surge um terceiro tema, “Novo comboio para Sintra”, também em amarelo pálido, acompanhado no canto inferior direito de uma fotografia de uma das novas carruagens adotadas em 1992. No canto inferior esquerdo, surgem as últimas duas chamadas de capa. A primeira, em maiúsculas brancas, “Os despedidos de Cavaco”, remete para a história dos 16 ministros dispensados por Cavaco Silva em sete anos como primeiro-ministro, ao longo de três mandatos (X, XI e XII Governos). Separada por um filete vermelho, surge abaixo uma fotografia tipo passe da atriz Eunice Muñoz. Em legenda lê-se “Eunice: adeus aos palcos”, finalizada por novo filete vermelho — a atriz dá início ao processo de reforma, anunciando o fim da sua carreira no Teatro Nacional. A sexta e última referência secundária de capa com imagem localiza-se no canto superior direito, mostra uma maçã azul com um círculo de estrelas no interior, remetendo de imediato para a bandeira da Comunidade Económica Europeia que, no ano seguinte, daria lugar à União Europeia. O título inicia-se por cima da maçã com “A guerra” e termina por baixo com “dos dinheiros”, uma chamada de capa que remete para uma peça sobre o comportamento dos mercados cambiais após o sim francês ao Tratado de Maastricht.



Figura 55

A escravatura humana é o tema de capa da *Época* n.º 1, que sai para as bancas a 25 de setembro de 1992. Fonte: Reprodução do original.

Nos arquivos nacionais, a *Época* apenas se encontra disponível até 27 de novembro de 1992, data em que publica o seu décimo número, sem referências à tiragem. É o único que em vez de 128 contabiliza apenas 96 páginas. Destas, 11 são de publicidade — que passaram de 40 no número zero para 23 no número 1 e 16 no segundo número, apesar de a tiragem ter

subido de 60 para 70 mil exemplares, do primeiro para o segundo número. A capa trabalha uma ilustração fotográfica e um título expressivo apelativo comprometido fortíssimo apesar de ser constituído por uma única palavra em maiúsculas vermelhas delineadas a branco, “MENTIROSOS”, que corre o rodapé de uma imagem que mostra o ministro das Finanças Braga de Macedo e o Primeiro-Ministro Cavaco Silva de narizes aumentados, o que remete para a imagem da personagem de contos infantis Pinóquio, nos momentos em que mente. Nessa última revista, o editorial de Wilton Fonseca, intitulado “O mais sério aviso de Cavaco”, analisa o congresso do PSD, sem nada fazer prever o fim prematuro da revista — o único indício é a referida redução de páginas.



Figura 56
Última capa da *Época*, a 27 de novembro de 1992, 10 semanas após o lançamento.
Fonte: Reprodução do original.

À semelhança do que aconteceu com o *Novo Observador*, a segunda aposta nas newsmagazines de Jacques Rodrigues esfuma-se misteriosamente, sem qualquer esclarecimento aos leitores. A primeira não atingiu os dois meses de publicação, a segunda ficou aquém dos três. Isto apesar de a *Época* surgir já inserida num grupo de comunicação social sólido, apresentar uma estrutura profissional alargada e qualidades gráficas distintivas que, aparentemente, reuniam condições para discutir o mercado das newsmagazines com a *Sábado*. De acordo com Fernando Correia, o grupo Impala, “é conhecido pela forma expedita como cria e encerra publicações”. O

jornalista, académico e investigador, cita um responsável da Impala que explica a estratégia: “o segredo consiste em fechar as que perdem e lançar outras publicações a fim de se descobrirem os interesses do público. É esta a filosofia do nosso grupo” (Correia, 1997, p. 87).

4.3.4. *Visão*

Decorrem cinco meses entre o fecho da *Época* e a saída para as bancas da *Visão* a 25 de março de 1993. É a terceira newsmagazine lançada à procura do êxito vivido pela *Sábado* durante o seu primeiro ano. Curiosamente, nasce de um percurso semelhante às primeiras newsmagazines europeias dos anos 60 do século passado, entre as quais a *Vida Mundial*. Na génese da *Visão* está *O Jornal*, um semanário publicado durante 17 anos, de 1975 a 1992, e que chegou a ser líder de vendas, ultrapassando o *Expresso*. Essa ligação é lembrada nas páginas do próprio título, quando Luís Almeida Martins escreve que “a *VISÃO*, surgida em 1993, é a herdeira de *O Jornal*, ou, se preferirmos, a sua continuação por outros meios” (Martins, 2006, p. 19)⁵⁴.

Em 1975, 14 jornalistas, dois gráficos e dois gestores⁵⁵ associaram-se e criaram a Projornal, sociedade que chegou a deter os títulos: *O Jornal* (semanário de informação geral); *Se7e* (semanário de espetáculos); *Jornal de Letras, Artes e Ideias* (jornal quinzenal de cultura); a revista *História* (mensal); uma posição maioritária na estação de rádio TSF, oficinas gráficas, livrarias e uma editora⁵⁶. A propósito da possibilidade de entrada de novos acionistas em 1989, a *Face* classificava, na edição n.º 21, de 12 de outubro, a Projornal como “a cooperativa mais bem sucedida da história recente da Imprensa portuguesa, tendo conseguido uma posição de grande relevância no Portugal pós-25 de Abril” (1989c, p. 82).

O Jornal teve como diretores Joaquim Letria, José Carlos de Vasconcelos e José Silva Pinto. No final dos anos 80, conta Daniel Ricardo⁵⁷,

o aumento de concorrência, entretanto verificado, e os erros de gestão e editoriais cometidos, em especial a partir do final dos anos 80, entre outras razões, conduziram a uma situação de crise. Embora as contas da Projornal ainda estivessem equilibradas, o então director de *O Jornal*, José Silva Pinto, dizia, prevendo o futuro: «Ou vendemos a empresa ou deixamos em herança aos nossos filhos uma catrefa de dívidas à banca».

54 Esta afirmação sublinha e reforça a relação quase umbilical que se estabelece entre semanários e newsmagazines em Portugal.

55 Composição indicada por Daniel Ricardo, em entrevista realizada a 19 de julho de 2013. À época, Daniel Ricardo, que morreu em 2015, era editor-executivo da *Visão* e foi um dos jornalistas fundadores da revista. A transcrição pode ser consultada na íntegra nos anexos de Cardoso, 2015 (pp. 5-24).

56 Dados fornecidos em suporte escrito por Daniel Ricardo, aquando da entrevista realizada.

57 No documento escrito entregue.

De acordo com Carlos Cáceres Monteiro⁵⁸, um dos sócios (designação dos elementos da cooperativa), que viria a ser o primeiro diretor da *Visão*, “sentimos que tínhamos necessidade de *know how* estrangeiro e também de capital. Foi assim que começámos a fazer contactos com vários grupos de imprensa, porque achávamos que era preferível à associação a um banco ou outro tipo de empresa”.

Depois de exploradas várias hipóteses, “entrámos em contacto com o grupo Edipresse, um grande grupo suíço, com jornais, revistas, tipografias, e que se mostrou interessado nessa parceria”, contou Cáceres Monteiro. Pertença da família Lamunière, a empresa possuía os principais diários suíços (*24 Heures*, *Le Matin* e *Tribune de Genève*) numa “holding dotada de um capital de 54,5 milhões de francos suíços” (Fonseca⁵⁹, 2006, p. 7).

Em 1993 a Edipresse adquire 66,6% da Projornal e começam a ser procuradas soluções para viabilizar a empresa. Segundo Daniel Ricardo, “quando os suíços compraram *O Jornal*, acharam que aquilo era uma originalidade portuguesa: fazer um semanário em papel de jornal, a preto e branco. Um semanário era uma revista, na opinião deles”. Carlos Cáceres Monteiro conta que “a certa altura nós e o grupo Edipresse tomámos uma decisão. Achámos que o modelo d’ *O Jornal* estava esgotado e o que fazia falta em Portugal e, eventualmente, teria êxito, seria uma newsmagazine”.

A *Sábado*, dirigida por Vasco Fraga, aproximava-se do quinto aniversário e embora as vendas não fossem iguais às registadas em 1989, tinha demonstrado que uma newsmagazine podia ter sucesso em Portugal. Apesar disso, “toda a gente dizia que a *Visão* não ia vingar” lembra Cáceres Monteiro. E uma das razões invocadas era a quantidade de títulos lançados sem êxito. Um ceticismo que se reforçou com o encerramento da *Sábado* a 10 de setembro de 1993, contava a *Visão* apenas seis meses nas bancas. Sobre os receios, o primeiro diretor da *Visão* diz que “nós sabíamos, desde o início, que aquilo era uma aposta muito arriscada”, uma vez que “para lançar uma newsmagazine são precisos muitos meios, nomeadamente financeiros”. O “lastro financeiro do grupo Edipresse” revelou-se determinante, aliado ao *know how*, “não tanto sob o ponto de vista editorial, mas do ponto de vista gráfico”. Os responsáveis gráficos de *O Jornal*, José Pinto Nogueira e João Segurado puderam assim contar com o apoio do gráfico suíço André Stumpgés.

Quando Projornal e Edipresse acordam avançar com uma newsmagazine, “durante cerca de três meses, um “núcleo duro” liderado por José Carlos de Vasconcelos, Carlos Cáceres Monteiro e José Silva Pinto, assessorado depois por João Segurado, José Eduardo Rebelo,

58 As informações que têm como fonte Carlos Cáceres Monteiro, jornalista que morreu em 2006, resultam de uma entrevista concedida em agosto de 2001, quando era diretor da *Visão*. A transcrição pode ser consultada na íntegra nos anexos de Cardoso, 2015 (pp. 111-120).

59 A Dissertação de pós-graduação de Patrícia Fonseca não se encontra paginada, mas uma vez que a autora nos enviou o ficheiro em formato Word, optámos por paginar o trabalho de forma a ser possível citá-lo de forma mais completa.

Daniel Ricardo, Pedro Rolo Duarte, Francisco José Viegas e Manuel Falcão [que tinha sido diretor-adjunto da *Face*], analisou as *newsmagazines* de referência, em busca de uma “fórmula” de sucesso” (Fonseca, 2006, p. 7). Carlos Cáceres Monteiro reconhece que “a *Visão* é o resultado de várias inspirações”, explicando que no caso concreto da *Time*, a ligação da revista resulta da que já existia entre o título americano e *O Jornal*.

Quando o título começa a ser preparado, Cláudia Lobo, que fizera parte da equipa fundadora da *Sábado*, estava a fazer um estágio na *Newsweek*, o que resultou num contributo importante, uma vez que a jornalista integra a equipa fundadora da *Visão* como editora da Sociedade. Outras *newsmagazines* apontadas como influências são a brasileira *Veja*, a recém-lançada *Focus* alemã, assim como as italianas *Panorama* e *L'Espresso*. A experiência de Cáceres Monteiro como correspondente da *newsmagazines* espanhola *Cambio 16* terá sido também uma mais valia, tal como a de Manuel Falcão como diretor-adjunto da *Face*.

O nome da nova *newsmagazine* portuguesa, a primeira lançada com o apoio de capital estrangeiro, é da autoria de José Silva Pinto, de acordo com Daniel Ricardo. Antes do primeiro número, que saiu para as bancas a 25 de março de 1993, a *Visão* lançou três números zero gratuitos, a 8 de janeiro (sexta-feira), 18 de fevereiro e 11 de março (quintas-feiras), apelando ao *feedback* dos leitores alcançados, de forma a detetar falhas e poder fazer os últimos acertos no projeto⁶⁰. Nos números experimentais ensaiaram-se seis capas diferentes (Fonseca, 2006, p. 9). Os dispositivos mostram uma *newsmagazine* que opta pela simplicidade — bem ao estilo das norte-americanas — e aposta em capas do tipo um tema, uma imagem. Procura, assim, seduzir o leitor com uma estratégia única, arriscando tudo no mesmo assunto.

Tal como a *Sábado*, a *Visão* usa uma moldura colorida, de filete interior branco que remete para a *Time*, mas com uma originalidade — escolhe o azul forte em vez do vermelho. O logótipo tem características semelhantes ao da *Sábado* e ao da *Time*, nomeadamente a escolha do vermelho e a ausência de fundo. Contudo, a *Visão* opta por um tipo de letra menos formal e mais largo, apesar de também ser serifado, criando um logótipo centrado que se alonga na horizontal e sobe quase até à margem superior da capa, com o til já a sobrepor-se à moldura azul. Com esta arrumação do nome da revista, aliada ao formato 20,5X27,5 cm, ou seja, mais meio centímetro de largura que a *Sábado*, o resultado é uma capa com mais espaço e liberdade para construir dispositivos originais.

60 Em 2006, para uma investigação anterior, consultaram-se os três números zero na Biblioteca Nacional e recolheram-se materiais que são reutilizados aqui. Neste momento, a Biblioteca Nacional tem apenas o 02 disponível e perdeu o rasto às outras duas revistas. Refira-se ainda que na edição n.º 300 da *Visão*, de 17 de dezembro de 1998, no espaço “Linha Directa”, existe a indicação de que houve quatro números zero — uma informação que não foi possível verificar e que contradiz quer o encontrado em 2006, quer o afirmado por Patrícia Fonseca (2006), quer o referido noutros espaços “Linha Directa” de outras edições da revista.

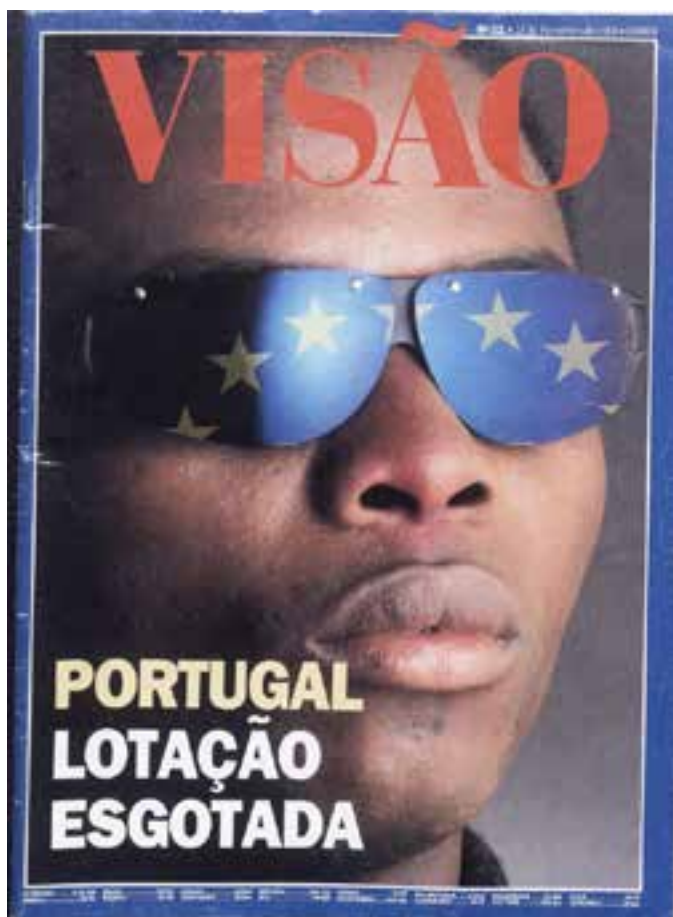


Figura 57

Capa do n.º 02, de 18 de fevereiro de 1993, o único número zero da *Visão* disponível na Biblioteca Nacional.

Fonte: Reprodução do original.

Na rubrica “Linha Directa”, espaço não assinado de diálogo com o leitor que nunca mais deixou de fazer parte da história da *Visão*, insere-se o texto de apresentação da nova publicação, intitulado “*VISÃO* do Futuro” e repetido nos dois primeiros números zero. Neste, vai-se mais longe e fala-se ainda mais claro do que Joaquim Letria em 1989:

Se, por exemplo, nos EUA se publicam a *TIME* e a «*Newsweek*», em França «*Le Nouvel Observateur*» ou «*L'Express*», no Brasil a «*Veja*», porque não existir no nosso país uma revista que dê resposta às mesmas necessidades e exigências dos leitores e dos anunciantes? (1993, p. 15).

São referidos alguns dos trunfos da nova publicação, como o “exclusivo para Portugal dos textos publicados pela *TIME* e por «*Le Nouvel Observateur*»” e os ecos dos objetivos de Hadden e Luce em 1923 tornam-se especialmente identificáveis, quando a *Visão* afirma que tem a “intenção de procurar satisfazer todos os que, não tendo tempo a perder, preferem a qualidade jornalística, a independência editorial, o ângulo original e a síntese prospectiva”. Sobre o horizonte de ambições, este passa por “conquistar muitas dezenas de milhar de leitores, não através das promessas nem por artes da ilusão — mas semana a semana, através

da inovação e do profissionalismo”. Este primeiro contacto com os leitores anuncia, ainda, aquela que será a chave do êxito da nova newsmagazine: “compatibilizar a imaginação com o rigor e a profundidade de investigação com a clareza do estilo e de linguagem” (1993, p. 15).

Desta vez, a aposta não era apenas parecer uma revista semanal de informação geral, mas ser uma. Encarnar o conceito, apreendê-lo, adaptá-lo à realidade nacional e pô-lo a funcionar. E, para isso, a *Visão* mergulha no que ainda não tinha sido aprofundado — o *timestyle*, a escrita inventada por Briton Hadden para a *Time* (Cardoso, 2015, p. 71). Parte-se à procura da narrativa fascinante, sedutora, emocionante, que mostra o pormenor e as histórias das pessoas, para depois introduzir os dados e factos necessários.

De 800 candidatos a jornalistas na *Visão* são selecionados 40 para um curso intensivo de jornalismo com professores portugueses como Daniel Ricardo, Afonso Praça, José Carlos de Vasconcelos e Cáceres Monteiro. No final, apenas metade são eleitos para a formação em linguagem das newsmagazines, sob a orientação de Zuenir Ventura, antigo chefe de redação da *Veja* (Patrícia, 2006, pp. 8, 9).

Na data em que é publicado o segundo número zero, 18 de fevereiro de 2014, os responsáveis pelo projeto divulgam um documento intitulado “Carta Informativa” dirigida a um conjunto restrito de jornalistas e possíveis anunciantes. Nesta, José Carlos de Vasconcelos explica as razões da necessidade de uma formação, afirmando que nas newsmagazines “ *muitos factos ou acontecimentos podem ser os mesmos de que falam os jornais, mas a sua **iluminação** tem de ser diferente — tornando-os mais claros, mais recortados, mais nítidos para os leitores*”. No mesmo documento, Cáceres Monteiro afirmava que “*em trinta ou quarenta linhas, poderemos transmitir uma história bem escrita, bem contada, bem fundamentada. Somente as palavras necessárias, e as precisas imagens que vão abrir novos caminhos ao fotojornalismo português* (Fonseca, 2006, p. 9).

Para além da “escrita newsmagazine”, a *Visão* decide apostar na investigação como forma de garantir informação própria, única e diferenciada. A capacidade da fotografia se assumir como uma forma de narrativa autónoma é outro dos campos desenvolvidos, como fica claro nas palavras acima referidas de Cáceres Monteiro. Por fim, a revista mergulha um campo novo a desbravar, característico das newsmagazines e inexplorado em Portugal — a infografia, ou seja, a capacidade de mostrar de forma simples informação complexa, construída à exata medida do necessário para cada peça.

Voltando ao número zero e ao texto de apresentação do novo título, a *Visão* aponta também o público-alvo desejado, afirmando que a revista se destina “fundamentalmente a quem decide, a quem intervém, a quem quer saber, a quem tem poder de compra”, seguindo-se de imediato a piscadela de olhos aos anunciantes, a quem garantem que, fruto do formato, número de páginas, legibilidade e clareza gráfica, “nenhum anúncio inserido na VISÃO ficará «perdido» ou «esmagado» e de que toda a publicidade será lida e considerada, atingindo os alvos desejados” (1993, p. 15). Palavras que fecham o texto e mostram a atenção em fazer vingar o

projeto não só editorialmente como economicamente, para garantir a sobrevivência do título.

A 11 de março de 1993 é publicado o terceiro e último número zero. O texto de apresentação da publicação no “Linha Directa” foi reformulado e intitula-se “Contagem Decrescente”. As novas informações fazem aumentar as expectativas: “A nossa redacção e o departamento gráfico estão equipados com o mais moderno sistema informático, sendo de salientar o sector da infografia, cuja produção tem uma qualidade ímpar em Portugal”. No parágrafo seguinte chega a assunção do pretendido com o projeto, “a *VISÃO* corresponde à necessidade de um ‘newsmagazine’ como não existe em Portugal” (1993, p. 13). É a primeira vez que a palavra inglesa é usada para definir uma revista semanal de informação geral, o que mostra a clara vontade de impor o conceito. Nas entrelinhas, percebe-se que a ambição é produzir uma revista a meio caminho entre a *Time* e a *Der Spiegel* [o que não deixa de ser curioso, uma vez que a influência da newsmagazine alemã, especializada em jornalismo de investigação, não é referenciada por nenhuma das fontes consultadas], ou seja, apostando na investigação, com os textos redigidos em *timestyle*.

Ainda nos números zero, abaixo do “Linha Directa”, na parte final da página, a *Visão* publica o seu Estatuto Editorial que se encontra hoje disponível online⁶¹ e nunca foi alterado. Muito sintético, divide-se por seis princípios:

VISÃO é uma revista semanal de informação geral que pretende dar, através do texto e da imagem, uma ampla cobertura dos mais importantes e significativos acontecimentos nacionais e internacionais, em todos os domínios de interesse;

VISÃO é independente do poder político, do poder económico e de quaisquer grupos de pressão;

VISÃO identifica-se com os valores da democracia pluralista e solidária;

VISÃO rege-se, no exercício da sua actividade, pelo cumprimento rigoroso das normas éticas e deontológicas do jornalismo;

VISÃO defende o pluralismo de opinião, sem prejuízo de poder assumir as suas próprias posições;

VISÃO pauta-se pelo princípio de que os factos e as opiniões devem ser claramente separados: os primeiros são intocáveis e as segundas são livres (1993, p. 15).

O Estatuto Editorial define a natureza do título, salienta a independência da revista em relação a poderes e grupos de pressão, o respeito pelos princípios democráticos e pelas regras éticas e deontológicas do jornalismo. Os últimos dois princípios complementam-se. *Visão* explica que separar factos de opiniões e respeitar as respetivas características destes dois campos é inquestionável, mas que apesar de respeitar as segundas, a revista não se atém de assumir publicamente posição quando assim o considerar necessário.

⁶¹ No endereço <https://visao.sapo.pt/estatuto-editorial/> (é de salientar que nem a adaptação ao novo acordo ortográfico, em vigor na *Visão* desde junho de 2010, foi feita, uma vez que actividade mantém o c)

Duas semanas após o terceiro número zero, a contagem decrescente chega ao fim. A *Visão* n.º 1 sai para as bancas a 25 de março de 1993, confirmando a quinta-feira como dia de publicação. Antecipa-se, assim, um dia à *Sábado* e dois ao *Expresso*, título que Pedro Camacho⁶², o segundo diretor da *Visão* (2005-2015), considera ser um dos que partilha leitores com a newsmagazine. Na capa, uma impressionante fotografia de reportagem de Inácio Ludgero, recolhida no Huambo durante a guerra civil angolana. Uma “*Pietà* reinventada”, como a descreve Patrícia Fonseca (2006, p. 11). Num plano de conjunto, vê-se um jovem angolano que aparenta estar ferido, se não moribundo, nos braços de um outro tão novo quanto ele. Mas o que mais impressiona são os lábios juntos, o suave esgar de desalento, impotência, dor, aliado ao olhar, quase desaparecido por entre as pálpebras semicerradas, que fita o leitor e o interpela como se perguntasse pura e simplesmente “Porquê?”.



Figura 58

A fotografia de Inácio Ludgero que faz a capa da *Visão* n.º 1, a 25 de março de 1993, viria a ser eleita pela Associated Press, no final de 1999, como uma das 100 melhores do século XX.

Fonte: Reprodução do original.

Uma capa do tipo um tema, uma imagem, de acordo com o que já tinha sido ensaiado nos números zero. A *Visão* escolhe um título a duas linhas amarelo pálido, em maiúsculas, do

62 As informações que têm como fonte Pedro Camacho, jornalista que morreu em 2020, resultam de uma entrevista concedida a 26 de julho de 2013, quando era diretor da *Visão*. A transcrição pode ser consultada na íntegra nos anexos de Cardoso, 2015 (pp. 75-110).

tipo expressivo apelativo, “A Agonia de Angola”, que sublinha o dramatismo da situação retratada, podendo, por isso, ser classificado como comprometido. Por baixo, separado por um pequeno retângulo vermelho, uma frase de caracteres maiúsculos, mas diminutos, “Fugitivos do Huambo: 128 Portugueses Desaparecidos”. Atente-se ao jogo de cores, já que até aos dois pontos a frase usa o vermelho e depois passa para o branco, tom que contrasta de forma total com o fundo escuro e destaca a informação que intensifica o valor-notícia proximidade, de forma a atrair a atenção de mais leitores. A newsmagazine completa o dispositivo com a informação que rasga o canto superior direito com um retângulo do mesmo tom do título, onde se lê em maiúsculas negras, “EXCLUSIVO”. Ainda sem ultrapassar a capa já se encontram à vista a concretização de algumas das promessas dos últimos três meses — investigação própria e histórias emocionantes, que se dão a conhecer através de imagens impressionantes, fruto de fotojornalismo de qualidade.

Convicta do seu valor, a newsmagazine de Cáceres Monteiro apresenta-se com 100 páginas profusamente ilustradas e um preço de capa de 350\$00, mais 55\$00, ou seja, quase 20% mais cara do que a concorrente *Sábado*. O primeiro número tem uma tiragem de 100 mil exemplares, passando para 75 mil no número seguinte. Nesta altura, recorde-se, a tiragem média da *Sábado* cifrava-se nos 45 mil exemplares (Cf. 4.3.1). O sumário ocupa a página 3 e divide-se em três espaços diferentes. Na zona central, a mais larga, uma imagem remete para o tema de capa, acompanhada de um texto e da identificação do autor da fotografia (a partir da semana seguinte passam a ser dois os destaques nesta área). No espaço mais estreito, em cabeçalho, distribuem-se cinco pequenas fotografias, como se de *frames* de um filme se tratassem, tendo por baixo a indicação da página onde se encontra o artigo, a secção enquadadora e algumas palavras sobre o tema em concreto. Por fim, na zona do cabeçalho, há um índice a duas colunas dos conteúdos do número, com uma terceira coluna à direita, mais estreita, intitulada “A Semana”, que se prolonga pelas sete páginas iniciais da revista e que cumpre com uma das funções habituais de uma newsmagazine — o resumo do que está a marcar a atualidade. Mais do que as secções principais, a *Visão* preenche o índice com a indicação de temas concretos, como são exemplos “Comportamentos”, “Polémica”, “Saúde”, “Sexo”, “Crime” ou “Ambiente”.

No interior da revista, para além da já referida secção inicial, “A Semana”, destacam-se como principais “Radar” (uma página de pequenas notícias da autoria da redação da *Visão*); “Portugal” (16 páginas de política nacional); “Mundo” (16 páginas de noticiário internacional); “Economia & Negócios” (oito páginas); “Sociedade” (22 páginas); “Cultura e Espectáculos” (dez páginas); “A Seguir” (duas páginas de sugestões, com espaço permanente para crítica gastronómica e de vinhos); “Viagens” (uma página); e “Entrevista”, a fechar a revista, na página 98. Desta organização percebe-se que a maior editoria é a “Sociedade”, precisamente onde se encontram as histórias de pessoas e que se relacionam com o quotidiano, outro campo de aposta das newsmagazines. Fica também clara a vontade de balancear de forma

equilibrada o noticiário nacional e internacional e a divisão quase igualitária entre as secções de economia e cultura.

Nos espaços mais pequenos das páginas interiores, torna-se necessário referenciar a existência de uma página localizada a seguir ao “Linha Directa”, intitulada “Os Outros”. Nesta, a *Visão* destaca cinco peças tratadas por newsmagazines internacionais, acompanhadas das páginas em causa (por norma, a capa). Por um lado, a inserção desta página mostra a vontade de enquadramento e identificação com o modelo da revista semanal de informação geral — um pouco semelhante ao que a *Grande Reportagem* fizera em 1984 nos anúncios construídos (Cf. 4.2.4). Para além disso, existe a estranha escolha do masculino (“Os Outros”), para referenciar outras revistas — uma vez mais a hibridez da newsmagazine, entre o jornal e a revista, a fazer-se sentir.

Observando a ficha técnica, numa coluna à direita na página 12, encontra-se abaixo do diretor (Carlos Cáceres Monteiro), quatro editores: José Eduardo Rebelo (Coordenador); Pedro Rolo Duarte (Geral); Daniel Ricardo (Executivo); e João Segurado (Grafismo). Seguem-se três “Redactores-principais” que são Fernando Assis Pacheco, Manuel da Silva Costa, e Pedro Rafael dos Santos. De seguida, surgem oito “Coodenadores”, começando com dois “Executivos”, Luís Almeida Martins e Edite Soeiro (que tinha sido jornalista na *Flama* e a última chefe de redação da revista, de 1972 a 1976). Por áreas, Rogério Vidigal é o coordenador para “Nacional e Investigação”, Cláudia Lobo, como referido, coordena a “Sociedade” e Teresa Carmo a “Cultura”. A “Economia” fica a cargo de Miguel Coutinho, enquanto José Pinto Nogueira é o coordenador da “Infografia” e Vasco Colares Pereira do “Planeamento Editorial”. Sublinhe-se a existência de um responsável concreto para a área da infografia, que comprova a importância dada a esta matéria pela nova newsmagazine.

Na redação contam-se 20 nomes, entre os quais Afonso Praça (que também passara pela *Vida Mundial*), Lurdes Feio, Paulo Chitas, Rogério Rodrigues (grande repórter da *Sábado* que saíra com Joaquim Letria) e Viriato Teles. Segue-se a fotografia, com seis fotojornalistas, onde se encontram os nomes de Gonçalo Rosa da Silva, Inácio Ludgero e João Francisco Vilhena. O quadro mais longo pertence aos “Colaboradores permanentes”, com 34 pessoas. Três são da área do grafismo e da ilustração, quatro são correspondentes (África Austral, Madrid, Extremo Oriente e Macau). Entre os restantes nomes estão, por exemplo, Clara Pinto Correia, Carlos Andrade, Eduardo Lourenço, Francisco José Viegas, Helena Roseta, João Govern, Manuel Falcão e Nuno Júdice.

Tanto José Silva Pinto como José Carlos de Vasconcelos surgem associados à administração da Projornal (grupo Edipresse). O primeiro como administrador delegado e diretor-geral, o segundo como diretor-editorial. Com a indicação de “Exclusivos para Portugal” surgem os títulos *Time*, *Le Nouvel Observateur*, *The Washington Post/Los Angeles Times News Services* e os serviços das agências Lusa e DPA. Ao lado da ficha técnica fica o “Correio do Leitor”, que a *Visão* inova, solicitando com grande destaque não só o contacto por carta, como também por telefone.

A estratégia um tema, uma imagem, ensaiada nos números zero e usada na primeira revista, cai logo na segunda semana. A 1 de abril, a capa da *Visão* é multi-tema, uma imagem. O tema principal é a captura nos Estados Unidos do corretor da bolsa Pedro Caldeira, fugido por burla. O canto superior direito é cortado por uma segunda referência: a conversão da Maria Barroso ao catolicismo, depois de, segundo diz, ter sido “ouvida e apoiada”, quando pediu a Deus que salvasse o filho, João Soares, do desastre de avião, na Jamba, Angola, a 28 de setembro de 1989. Existe um regresso à estrutura inicial na capa do n.º 4, de 15 de abril, mas a partir daí é sempre multi-tema, uma imagem, e no n.º 11, de 3 de junho de 1993, a capa já tem três chamadas de capa (uma principal e duas secundárias), sistema que passa a ser o mais comum, regressando pontualmente às duas referências.



Figura 59

A capa um tema, uma imagem é abandonada logo no segundo número da *Visão*, a 1 de abril de 1993.

Fonte: Reprodução do original.

É também no n.º 2 de 1 de abril, que a *Visão* noticia o seu lançamento, na secção “Pessoas”, de uma forma muito semelhante à que a *Face* tinha feito, em 1989, no n.º 1, na secção “Figuras”. Sob o título “VISÃO pára a avenida”, a newsmagazine ocupa duas páginas com 25 fotografias de pequena dimensão. No texto conta-se que a festa decorreu em frente às instalações da revista, na Avenida da Liberdade, na quarta-feira, 24 de março, véspera do primeiro número sair para as bancas. Montou-se uma tenda no meio do jardim, com direito a banda de música, por onde passaram centenas de personalidades da política, economia, cultura e jornalismo (1993, pp. 76, 77).

Na festa organizada por Campos Henriques, esteve presente o Presidente da República, Mário Soares (Cáceres Monteiro tinha sido seu diretor-geral da Comunicação Social em 1984 e 1985, quando este era Primeiro-Ministro), o general Ramalho Eanes, o Procurador-Geral da República, Cunha Rodrigues, vários embaixadores e ministros do Governo Cavaco Silva (como Dias Loureiro, Laborinho Lúcio e Mira Amaral, por exemplo) Jorge Sampaio, José Saramago, José Cardoso Pires, Jorge Amado, Maria Elisa, Carlos Cruz (que dirigira a *Mais*), Raul Solnado, entre outros.

No último número do ano, a 30 de dezembro de 1993, a *Visão*, a caminho do seu décimo mês, anuncia no “Linha Directa” o primeiro aumento, para 380\$00. Após menos de quatro meses sozinha no mercado das newsmagazines, e com uma tiragem média de 72 mil exemplares, o título justifica o novo preço como “um forçoso imperativo” destinado a “consolidar o projecto e aumentar os meios para proporcionar um superior grau de satisfação dos leitores, uma vez que são eles, a par da publicidade, a única fonte de recursos da revista e também o penhor da sua independência”. A newsmagazine dá também conta de “referências muito positivas” ao nascimento e desenvolvimento da revista feitas “em vários balanços de fim do ano, noutros órgãos de informação” (1993, p. 16).

Duas semanas mais tarde, no n.º 43, de 13 de janeiro de 1994, a *Visão* constrói a sua primeira capa multi-tema e multi-imagem, agregando três temas. O principal é de internacional, a revolta dos índios de Chiapas no México, e dois são temas de sociedade — um sobre os crimes cometidos em pequenas localidades do país, e o segundo sobre a vida privada de Manuel Damásio, presidente do Benfica. A segunda imagem da capa diz respeito a este último, que surge em família, numa fotografia de produção, encenada para a câmara, o que provoca um contraste gritante com a imagem de reportagem que mostra um homem aparentemente morto. Este tipo de dispositivo só volta a repetir-se no n.º 61, de 19 de maio de 1994, mas a partir daí torna-se comum. As capas da *Visão* passam a alternar entre o tipo multi-tema, uma imagem e o multi-tema e multi-imagem, o que significa uma aposta na diversificação das ofertas ao leitor no rosto da newsmagazine.

Em total contraste com o que a *Sábado* fizera em 1989 (Cf. 4.3.1), a *Visão* celebra o primeiro aniversário no n.º 53, de 24 de março de 1994, de uma forma muito sóbria. O feito é assinalado com um “Linha Directa” especial de duas páginas, o único assinado por Carlos Cáceres Monteiro. O diretor começa o texto com alguns números: uma audiência regular de 307 mil leitores, uma audiência média de 346 mil, e uma audiência total de 545 mil pessoas, são os dados revelados pela Marktest sobre a *Visão*. Para Cáceres Monteiro, estes dados indicam que o projeto está “em vias de ganhar um desafio particularmente difícil: fazer triunfar um verdadeiro newsmagazine em Portugal” (Monteiro, 1994, p. 14). Há quatro elementos a destacar nesta afirmação. O uso do masculino para referir a palavra em inglês. O desaparecimento do itálico em newsmagazine (que depois regressará), como se esta palavra se tivesse naturalizado no vocabulário português. Por fim, a consciência da dificuldade em implantar o

Figura 6o

A primeira capa multi-tema e multi-imagem da *Visão*, a 13 de janeiro de 1994, usa duas imagens contrastantes que servem temáticas completamente diferentes.

Fonte: Reprodução do original.



modelo da revista semanal de informação geral no mercado português e a convicção de que a *Visão* é a primeira newsmagazine “verdadeira”.

Para Cáceres Monteiro, a *Visão* “representa uma ruptura com hábitos de consumo de informação fortemente enraizados no nosso país, mas de há muito caducos noutras paragens”. Cerca de metade dos leitores da *Visão* têm menos de 34 anos, em linha com a redação do título que conta com “jornalistas na casa dos 20 e 30 anos”, para além de três editores com menos de 30. As duas páginas de “Linha Directa” são ilustradas com duas capas (uma delas a primeira), três gráficos e uma tabela. Nesta última, fica-se a saber que em termos de audiência, a *Visão* encontra-se em terceiro lugar, apenas atrás dos semanários *Expresso* e *O Independente*. Os gráficos mostram uma audiência média em crescendo e uma tiragem média que ronda os 70 mil exemplares. No que diz respeito ao perfil dos leitores, mais de 70% distribuem-se pelas classes A e B, tendo 68% idades entre os 18 e os 44 anos. Cerca de 25% são quadros médios e superiores, enquanto 19% trabalham em serviços administrativos, registando-se um peso de 24,1% de estudantes. Em termos de género, o equilíbrio do público é quase perfeito, uma vez que 52% é masculino e 48% é feminino (Monteiro, 1994, pp. 14, 15).

A 27 de junho de 1994, a *Visão* lança a sua primeira edição extra, numerada como 66a (a n.º 66 data de 23 de junho). Uma edição de 48 páginas e um custo de 250\$00 sobre o bloqueio de camionistas na Ponte 25 de Abril, de 24 de junho, que terminaria com uma carga policial da

GNR que causou acesa e séria polémica. Conta a *Visão*, no “Linha Directa”, que esta revista extra, “produzida em condições naturalmente difíceis, mostra o desejo da nossa revista, apesar de semanal, de responder com rapidez aos desafios da actualidade, o que faremos sempre que tal o justificar” (1994, p. 4). Um discurso em consonância com o de Joaquim Letria quando a *Sábado* inaugurou o conceito de “edição extra” nas newsmagazines portuguesas, em 1989 (Cf. 4.3.1).

O “Linha Directa” volta às duas páginas, mas sem assinatura, para assinalar o n.º 100, a 16 de fevereiro de 1995. À semelhança do que acontecera no primeiro aniversário, publicam-se os dados dos últimos resultados do estudo Bareme/Marktest que se mantêm em linha com o registado, sem qualquer alteração significativa. Os bons resultados, dizem, mostram que “a *Visão* tem vindo a impor-se como semanário de grande informação e a solidificar o seu lugar de único newsmagazine publicado em Portugal” (1995, p. 14). Desta vez, ao masculino de newsmagazine junta-se “o semanário”, traduzindo distanciamento em relação ao universo das revistas e proximidade em relação ao dos jornais.

Seis semanas mais tarde, a *Visão* assinala com o n.º 106, de 30 de março, os dois anos de publicação. Revisita-se a história do título, caracterizando o grupo Edipresse e recordando o percurso da Projornal, que celebra 20 anos. Escreve-se que “não há, na Imprensa portuguesa, outro caso de um grupo de jornalistas que se tenha mantido unido tanto tempo, apesar das vicissitudes de uma época tão turbulenta, no país como na comunicação social”. Ao mesmo tempo que muitos dos primeiros elementos da equipa se mantêm, foram vários os jornalistas novos a começar com a *Visão*. “De tal modo que a conjugação harmoniosa de diferentes gerações é talvez um dos segredos da VISÃO”, conclui-se (1995, p. 15).

A revista informa os leitores que a newsmagazine se associou “à pool de jornais e revistas internacionais que estão a publicar o álbum *Migrações*, de Sebastião Salgado” (1995, p. 15), fotojornalista brasileiro premiado. O ciclo de fotorreportagens inicia-se na edição de aniversário e prolonga-se até 1999, culminando numa exposição mundial agendada para 2000. Uma decisão que mostra a vitalidade e a confiança da revista — que “assina um contrato” que pressupõe a saúde do título nos cinco anos seguintes.

No número de aniversário anunciam-se também “algumas alterações gráficas, embora se mantenham a estrutura e a essência da revista”. A autoria das alterações é de André Stumpges, diretor de arte e editor gráfico da Edipresse e de João Segurado, um dos fundadores da Projornal e responsável gráfico pelas publicações (1995b, p. 15). As mudanças aumentam o logótipo de 16X4 cm para 18X4,5 cm, passando a ocupar quase toda a largura do cabeçalho. As mudanças na capa são acompanhadas por alterações gráficas nas páginas interiores, a começar pelo sumário que se torna mais organizado e passa a individualizar de forma clara cinco secções: “Portugal”, “Mundo”, “Economia & Negócios”, “Sociedade” e “Cultura e Espectáculos”. No “Correio do Leitor”, desaparece o apelo aos telefonemas e passa a surgir a capa da edição da semana anterior, aquela que é alvo dos comentários do público. Mas a

sensação é, de facto, de uma familiaridade refrescada, de um visual que se renova, mantendo uma estrutura idêntica.

O preço aumenta para 400\$00 em janeiro de 1996, no n.º 146, de 4 de janeiro. As explicações são dadas num curto último parágrafo do “Linha Directa”. Recorda-se aos leitores que não tinha havido aumento no ano anterior e explica-se que o preço do papel em 1995 subiu cerca de 52% e que se trata de “uma medida tomada a contragosto” que “incidentalmente” acompanha “os restantes semanários” (1996, p. 14).

É preciso esperar pelo 3º aniversário para a *Visão* fazer referência à efeméride na capa. A 28 de março de 1996, no n.º 158, a revista publicita no canto inferior direito da capa, a três linhas: “EXTRA/ 3º aniversário/164 páginas”, a maior edição de sempre. O balanço chega novamente no “Linha Directa”, ilustrado com uma fotografia da equipa registada por Inácio Ludgero, na Avenida da Liberdade, junto à sede da newsmagazine⁶³. Um plano de conjunto em picado, uma imagem em tudo semelhante à construída pela *Sábado* para o primeiro aniversário, em 1989 (Cf. 4.3.1). Diz-se que “a VISÃO é um projecto que se tem consolidado de forma crescente”, e agradece-se a anunciantes, redatores e colaboradores. Lembra-se também a fórmula newsmagazine: “dar ao leitor, de forma sintética e dinâmica, o essencial dos acontecimentos, das tendências, das opiniões, compatibilizando o tratamento aprofundado dos temas com a clareza dos textos e o modo apelativo de transmitir a informação” (1996b, p. 18).

No balanço do terceiro ano, para além de se resumir uma vez mais o percurso da publicação, sublinha-se a qualidade dos repórteres da *Visão*, e o orgulho no crescimento dos mais novos como profissionais. Como prova do valor da equipa, referem-se os prémios de jornalismo ganhos na semana anterior, dois para Ana Margarida de Carvalho, um para Ângela Caires, um quarto para Filipa Melo e outro para Plácido Júnior. As cinco distinções, considera-se, “são ainda mais importantes porque consagram a nova forma jornalística que tem sido apurada na VISÃO, durante três anos de profundo trabalho em equipa” (1996, p. 18).

Anuncia-se ainda a entrada de Fernando Dacosta, um dos fundadores do jornal *Público*, para a equipa da *Visão* como grande repórter. Olhando para a estrutura da ficha técnica, detetam-se algumas alterações nos cargos de direção. José Eduardo Rebelo surge agora abaixo do diretor, Carlos Cáceres Monteiro, como “Editor-Coordenador”. Depois deste, há três “Editores Gerais”, Cláudia Lobo (agora no Nacional), Daniel Ricardo (Executivo) e João Segurado (Grafismo). Dentro dos Coordenadores, Edite Soeiro e Luís Almeida Martins correspondem ao “Gabinete Editorial”. Seguem-se depois Abílio Ferreira (Porto); Filipe Luís (Política Nacional); Gonçalo Rosa da Silva (Fotografia); João Govern (Cultura); José Pinto Nogueira (Infografia); e Miguel Coutinho (Economia).

63 Que reproduz uma outra de 1993, feita na altura do lançamento do título.

A edição n.º 200 é comemorada a 16 de janeiro de 1997 no primeiro parágrafo do “Linha Directa”. Destaca-se o facto de a *Visão* ser a única revista semanal de informação geral portuguesa e de já ter conquistado “o seu lugar no pódio da informação escrita não diária”, dando até impressão que a memória do êxito inicial da *Sábado* tinha desaparecido. Afirma-se querer fazer mais e melhor, e escreve-se:

O simples facto de uma revista — e, de facto, o primeiro grande projecto de um *newsmagazine* em Portugal — se publicar ininterruptamente há 200 semanas, com crescente reconhecimento da sua qualidade, num país que tem proporcionado solo tão fértil ao aparecimento e ao desaparecimento de títulos de imprensa, fala por si (1997, p. 16).

O quarto ano volta a ser assinalado de forma discreta no n.º 210 de 26 de março de 1997, no “Linha Directa”. Dois gráficos mostram a evolução positiva em termos de tiragem, circulação média e receitas publicitárias desde a fundação do título. E revela-se que “há vários meses que a Redacção está a conceber melhorias que tornarão o projecto editorial mais atractivo e criativo, sem perda das características de actualidade, rigor de conteúdo e cuidadosa selecção do essencial” (1997, p. 16). Na ficha técnica, as editoriais reorganizam-se. Como editores gerais surgem agora apenas Daniel Ricardo e Cláudia Lobo, seguindo-se como editores João Segurado, João Govern, Miguel Coutinho e Filipe Luís.

As prometidas mudanças chegam três semanas mais tarde, no n.º 213, de 17 de abril de 1997. Ao contrário dos ajustamentos realizados no segundo aniversário, as mudanças gráficas são profundas e correspondem a um redesenho da revista “que começa, bem notória, na capa, incluindo o logotipo, e só termina na última página” (1997, p. 7). A revolução no desenho gráfico é tal, que a *Visão* ensaia as alterações com um número de dupla capa com a numeração 002, datado de 20 de março de 1997.



Figura 60

Um ensaio de capa duplo para testar o novo modelo gráfico introduzido a 17 de abril de 1997.

Fonte: Reprodução do original.



Figuras 61 e 62

A reforma gráfica inclui o logótipo e as diferenças são óbvias quando se comparam os n.º 212 e 213.

Fontes: Reproduções dos originais.

As dimensões da revista mantêm-se e vislumbra-se proximidade no desenho dos caracteres usados no logótipo. Mas as semelhanças terminam por aí. A moldura azul desaparece, o logótipo reduz-se, passando a surgir centrado, em caracteres brancos, delineados a preto e ligeiramente sombreados, inscritos num retângulo de fundo vermelho, de limites brancos e barra inferior preta, que inclui a referência ao número, data e preço da revista. Rodapé e cabeçalho tornam-se espaços gráficos de inserção pré-definida de chamadas secundárias — no cabeçalho, em cima de uma barra amarelo brilhante de 1,5 cm, pensada para uma chamada de capa secundária sem imagem; em rodapé, em cima de uma barra azul de 6,5 cm, organizada de forma a comportar duas chamadas de capa, acompanhadas de imagem. O preço não sofre alterações, mantendo-se nos 400\$00, para 102 páginas.

No interior da revista, a ficha técnica, o “Correio de Leitores” e o “Linha Directa”, passam para o início da revista. O sumário espelha as alterações. O logótipo da revista muda-se do seu lugar central no cabeçalho, para a esquerda, surgindo no início de uma barra no cimo da página, com dimensões muito menores — como se o título considerasse que a consolidação do nome da revista dispensava maior autopromoção. Na mesma barra, à direita, a designação “Sumário” surge pela primeira vez, pois até então a página não era titulada. Ao centro da barra em causa é inserida uma reprodução da fotografia de capa, devidamente assinada, e com duas linhas a apresentar o tema. O resto do sumário divide-se em três espaços. À direita,

um terço da página é ocupada por uma coluna com o índice, onde ficam claras duas alterações — surge agora a secção “Em Foco”, que substitui a “Semana” e troca de posição dentro da revista com a “Radar”, passando esta a iniciar a revista, enquanto “Cultura e Espetáculos” passa a designar-se apenas “Cultura”. Os dois terços esquerdos do “Sumário” começam com um retângulo estreito, delineado apenas por um picotado, onde se inserem três imagens para três destaques legendados. Abaixo, arrumam-se mais três destaques, de maior dimensão, acompanhados à direita de imagem e à esquerda de um texto constituído pela indicação da secção em que se insere cada peça, um título e um texto introdutório. O uso desenquadrado das imagens nos destaques confere um maior dinamismo que a opção geométrica anterior. É precisamente o novo posicionamento da secção “Radar” que é mais destacado na apresentação das alterações. Explica a *Visão* que:

a revista deixa de abrir com uma área que, no fundamental, era uma selecção do que de mais importante acontecera na última semana [“A Semana”] e, em seu lugar, aparece uma secção muito mais dinâmica, com notícias em primeira mão (*Radar*), com histórias novas ou contadas sob um ângulo diferente (1997, p. 7).

Uma alteração que, à luz da filosofia das newsmagazines, é importante. Significa que a revista semanal de informação geral começa a valorizar menos o resumo noticioso — um dos seus objetivos tradicionais — dando-se ao luxo de o “empurrar” mais para a frente. No lugar nobre de abertura da revista, reservado até então à súmula semanal, a *Visão* coloca agora informações da sua autoria, ou seja, prefere começar por dar algo novo aos leitores e só depois lembrar o velho. O “Linha Directa” informa ainda que o “renovado lay-out da revista, como o original, é da autoria de André Stumpges, no âmbito das suas funções de director de Arte de novos projectos da Edipresse” em colaboração com o departamento gráfico da Projornal (1997b, p. 7).

Cerca de seis meses mais tarde, no n.º 238, de 9 de outubro de 1997, uma breve inserida no canto inferior direito da página semanal “Media”, de José Silva Pinto, noticia o lançamento de uma nova newsmagazine, a *Factos*, acompanhada da capa do primeiro número zero. O diretor editorial da Edipresse/Projornal escreve:

Chama-se *Factos* o newsmagazine [uso do masculino, mas sem itálico] que o Grupo Semanário vai lançar, na quarta-feira, dia 15, para concorrer com a VISÃO. O director é Dinis de Abreu e a publicação foi concebida como um produto «três em um»: uma revista, um jornal e um magazine. Tudo em 100 páginas. Dia de saída: quarta-feira. Preço de capa: 400\$00. Boas-vindas! (Pinto, 1997a, p. 24).

Uma mensagem calorosa no momento em que a *Visão* se prepara para ver interrompido o seu monopólio de quatro anos no mercado das newsmagazines portuguesas. Ainda na página “Media”, Silva Pinto dá o destaque maior da página a um ponto da situação da imprensa portuguesa, baseado nos resultados divulgados pela APCT para o primeiro semestre de 1997. Estes revelam uma situação de crise entre diários e semanários que só deixa de fora das descidas na circulação a *Visão* (com uma circulação média perto dos 65 mil exemplares), o *Semanário Económico* e o *Diário Económico*. Faz-se ainda referência à ausência de dados sobre o *Semanário*, que se encontra “desde a Primavera de 1996 suspenso da APCT” (Pinto, 1997b, p. 24).

No dia seguinte ao último número da *Factos* (I Série) sair para as bancas, a *Visão* anuncia o quinto aniversário, no n.º 261, de 19 de março de 1998. Com a descrição habitual, mesmo partilhando agora o mercado com um título concorrente, a revista de Cáceres Monteiro nada indica na capa e remete as menções para o “Linha Directa”. Explica-se que o *Guia para Descobrir a Expo’98*, de 68 páginas, produzido pela redação da *Visão* e oferecido com a edição, é uma forma de comemorar com os leitores o aniversário que se registará a 25 de março⁶⁴. De acordo com o título,

foram cinco anos de crescimento sustentado e saudável, que fizeram da VISÃO o primeiro *newsmagazine*, e o segundo semanário de informação geral, português, em vendas e audiências, uma publicação consolidada, com crescente procura no mercado publicitário (1998a: 8).

Pela primeira vez, um discurso que não inclui a referência “única”, mas que destaca o posicionamento cimeiro no mercado das newsmagazines. Segundo a *Visão*, um estudo efetuado pelo departamento de Marketing da Edipresse revelou que os leitores apontavam como características principais do título a objetividade, a abrangência, a atualidade e a concisão. Por outro lado, dizem, os dados mais recentes da Marktest indicavam um crescimento das audiências nas classes sociais A e B, nos quadros médios e superiores, nos técnicos especializados e nos estudantes. Apesar dos resultados, a *Visão* tem o cuidado (um discurso recorrente, presente em todos os textos anteriores deste tipo) de sublinhar que “os progressos registados na implantação da revista não geram, porém, euforias despropositadas, uma vez que o panorama da Imprensa portuguesa não está estabilizado e os leitores são cada vez mais exigentes” (1998a, p. 8). É referida a mudança de instalações (a redação passou da Avenida da Liberdade para a Praça Marquês de Pombal), e a renovação do equipamento técnico.

64 No número seguinte, também no “Linha Directa”, a *Visão* dava conta do êxito da iniciativa, revelando que os 101 mil exemplares que assinalaram o quinto aniversário estavam quase esgotados, “batendo todos os anteriores recordes de venda” (1998, p. 8) e havendo pedidos para uma reedição do guia para a exposição mundial.

Anuncia-se a assinatura do exclusivo para Portugal do serviço internacional do jornal espanhol *El País*, assim como o exclusivo dos artigos do escritor mexicano Carlos Fuentes que passa a dividir o espaço de opinião “Ensaio” com Eduardo Lourenço, José Saramago e Maria de Lourdes Pintassilgo.

A equipa diretiva mostra na ficha técnica do quinto aniversário algumas alterações. Invariável é o primeiro nome, Carlos Cáceres Monteiro como diretor. Seguem-se José Carlos de Vasconcelos como “Coordenador Editorial”, surge Ferreira Fernandes como “Editor especial”, mantendo Daniel Ricardo o cargo de Editor Executivo. Cláudia Lobo é agora “Editora-chefe”, enquanto João Govern, Miguel Coutinho e Filipe Luís são “Editores-coordenadores”. João Segurado continua “Editor gráfico” e José Pinto Nogueira sobe de coordenador a “Editor de infografia”. Como coordenadores mantêm-se Luís Almeida Martins, Edite Soeiro e Rosa Ruela, havendo ainda antes da redação os nomes de Fernando Dacosta e Pedro Rafael dos Santos como “Redactores-principais”.

A 30 de julho, José Silva Pinto, no espaço “Media” dá conta que no segundo trimestre de 1998, ou seja, num período em que a *Factos* também estava nas bancas, a *Visão* confirmou os cinco anos de crescimento sustentado e registou o maior crescimento no segmento dos semanários, assegurando o segundo lugar atrás do jornal *Expresso*, com 367 mil leitores de audiência média, de acordo com dados da Marktest (Pinto, 1998a, p. 96). O mesmo estudo revelava também que a *Visão* era o título com o maior número de leitores do sexo feminino, entre a imprensa semanária portuguesa, atingindo quase o equilíbrio de género — 53,5 leitores contra 46,5 leitoras. Nos restantes títulos a diferença a favor do sexo masculino rondava os 30 por cento (Pinto, 1998b, p. 96).

O n.º 300 da *Visão* é publicado a 17 de dezembro de 1998, quatro meses após o encerramento da *Factos* (II Série), que nascera e morrera sem causar incómodos. Desta vez, a *Visão* destaca o feito na capa, apesar de não ser o tema principal. Alarga também o “Linha Direta” a sete páginas e reproduz as 300 capas publicadas desde março de 1993. No texto que acompanha a mostra, a revista lembra a festa de lançamento do título em 1993 e fala da importância da capa e do processo de produção do dispositivo. Para a *Visão*, a capa “tem uma importância decisiva no impacto de cada edição e, consequentemente, nas suas vendas”. O dispositivo, afirmam, é planificado com semanas de antecedência, mas uma capa já definida pode cair graças a um tema marcante de última hora — a *Visão* dá vários exemplos, entre os quais a morte da princesa Diana, em 1997, e o Prémio Nobel da Paz atribuído a D. Carlos Ximenes Belo e José Ramos Horta no ano anterior. Existe também a possibilidade de, em cima da hora de “dar o OK” à capa definida, a equipa chegar à conclusão que a capa “não funciona” e o melhor é “partir para outra”. Em suma, “fazer uma capa é uma aventura que ocupa uma equipa, durante muitos dias” (1998e, p. 8).

A newsmagazine está convicta que o êxito do título “se deve, em grande parte, ao facto de termos encontrada uma linha de capas que, semana a semana, são capazes de surpreender

os nossos leitores ou pontuar a actualidade” (1998e, p. 8). Chamar a atenção ou marcar a agenda são, assim, os dois caminhos apontados para conseguir construir uma boa capa. Outra novidade desta edição comemorativa é a oferta de um suplemento de 40 páginas com informação sobre a noite de passagem do milénio, antecipando os festejos em 12 meses.



Figura 63

As 300 edições da *Visão* merecem destaque na capa, a 17 de dezembro de 1998.

Fonte: Reprodução do original.

No início de 1999, quando o título se encontra prestes a completar seis anos de existência, a *Visão* passa a integrar o grupo Abril/Controljornal. A Projornal, propriedade da Edipresse, cessa a atividade, enquanto o grupo suíço de Pierre Lamunière se associa aos grupos português Controljornal, de Francisco Pinto Balsemão, e brasileiro Abril, de Roberto Civita.

A referência ao grupo Edipresse (Portugal) desaparece da ficha técnica apenas na *Visão* n.º 310, de 25 de fevereiro, substituída pela indicação Publimedia Lda como proprietária. No “Conselho de Gerência” encontram-se três nomes, Miguel Ribeiro e Silva, João Xara-Brasil e Kaspar von Hammerstein. Carlos Cáceres Monteiro passa a diretor editorial em parceria com

Fernanda Dias⁶⁵, enquanto José Carlos de Vasconcelos se mantém como conselheiro editorial.

Na parte da ficha técnica que diz respeito à *Visão*, não existem alterações significativas, a não ser alguns ajustes nas designações dos cargos. Nem nesse número nem no anterior é referida a integração da Edipresse na Abril/Controljornal. Aliás, no n.º 310 o “Linha Directa” nem sequer é publicado, numa contradição com o caminho de diálogo e esclarecimento aos leitores que existira até ao momento.

Um mês depois, o n.º 314, de 25 de março de 1999, tem 136 páginas e assinala o dia preciso do 6º ano da *Visão*. No sumário, a secção “Economia & Negócios” passa apenas a “Economia”, sem outras alterações concretas. No “Linha Directa”, apenas o primeiro parágrafo referencia o aniversário, no qual se afirma que “hoje a VISÃO é um órgão de referência no panorama da comunicação social portuguesa e uma revista de sucesso”. Referem-se também as tiragens médias de 100 mil exemplares no mês de fevereiro e a previsão de 105 mil para março, “o que corresponde a um constante e sustentado crescimento de vendas e audiências, a que, como é natural, a publicidade tem correspondido”.

Informa-se ainda neste número de nova mudança de instalações, a terceira, desta vez para o edifício da Abril/Controljornal em Linda-a-Velha (1999f, p. 8). A naturalidade deste anúncio torna ainda mais estranho nada ter sido dito sobre a alteração de proprietários. Neste curto texto há duas mudanças assinaláveis em relação aos anteriores “Linha Directa” de aniversário. Não há referências à história do título, nem às empresas Projornal e Edipresse, e desaparece, também, o discurso de humildade, de ausência de deslumbre com os bons resultados e a garantia de esforço cada vez maior.

Logo na semana seguinte, a 1 de abril de 1999, a *Visão* aumenta para 420\$00, “um pequeno aumento, inferior à inflação”, uma vez que o preço não era alterado desde janeiro de 1996, justificam no “Linha Directa”, na página 8. Nesse mesmo número surge pela primeira vez na capa o logótipo da Abril/ControlJornal. Duas semanas mais tarde, no n.º 317, de 15 de abril, na ficha técnica, abaixo de Publimedia, Lda., aparece a indicação “Uma empresa Abril/Controljornal”.

Uma semana depois, a 22 de abril, a revista titula “A maior VISÃO de sempre” no “Linha Directa”. Num discurso entusiasmado, anuncia-se que “o leitor tem entre mãos a mais volumosa edição de sempre da VISÃO” e explica-se que das 180 páginas, “40 são dedicadas ao 25º aniversário do 25 de Abril e formam um destacável para guardar” (1999, p. 10). A partir deste número, outras edições voltam a avolumar-se, passando a variar entre as 136 e as 180 páginas.

65 A os quais se juntam o jornalista Camilo Lourenço uns meses mais tarde.

A *Visão* faz uma extensa e intensiva cobertura do referendo sobre a independência em Timor, a 30 de agosto de 1999, e da reação violenta da Indonésia à esmagadora maioria de 78,5% de respostas a favor do sim. De 26 de agosto a 30 de setembro de 1999, a newsmagazine dedica sete edições consecutivas ao tema (n.º 336 a n.º 342). Uma delas é uma edição extraordinária (a n.º 339), enquanto outra sai para as bancas com duas capas alternativas, em que a grande alteração é a fotografia escolhida para ilustrar o título expressivo, apelativo e comprometido, a duas linhas: “Enfim,/Livres!” (Nº 341, de 23 de setembro). O resultado são oito capas diferentes dedicadas ao referendo em Timor no espaço de seis semanas.

O número extra é publicado a 13 de setembro, uma segunda-feira, e corresponde a um especial que já estava a ser preparado, mas que é antecipado 24 horas. No espaço “Linha Directa” explica-se o porquê da antecipação. No dia anterior, a Indonésia aceitara a intervenção de uma missão militar de paz da ONU em Timor e “este novo dado da actualidade levou a que a Redacção da VISÃO se mobilizasse, mais uma vez com grande competência e profissionalismo” conseguindo colocar nas bancas a revista mais cedo. A “urgência do contacto com o leitor” resulta da vontade da *Visão* em “corresponder ao fluxo vertiginoso da informação e à emoção dos portugueses”.

Ao mesmo tempo, a newsmagazine conta que foi o diretor-geral da Abril/Controljornal, Miguel Ribeiro e Silva, quem decidiu “que a totalidade da receita desta edição da VISÃO, na vertente das vendas em banca, das assinaturas e da publicidade, fosse destinada integralmente ao povo de Timor” (1999c, p. 6). Esta edição especial viria a tornar-se a mais vendida de sempre da história da *Visão*: 231 155 exemplares que resultou na recolha de fundos no valor de 100 mil contos, que reverteram a favor da Diocese de Bacau, Timor.

Na primeira revista que fez capa com Timor, a N.º 336, de 26 de agosto de 1999, a jornalista Bárbara Araújo assina a peça “O grande jogo dos patrões dos media”, inserido num dossier sobre os meios de comunicação social em Portugal. Numa caixa complementar ao texto principal há uma referência ao grupo Impala onde se lê:

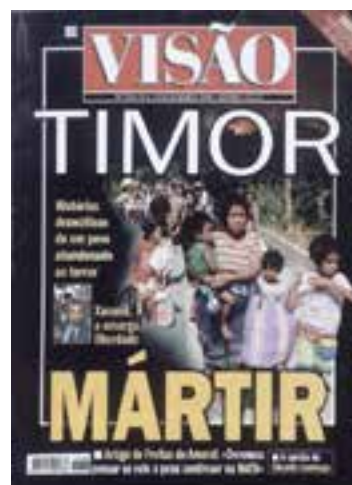
A mais recente aposta da Impala é a revista *Focus*, originalmente alemã [uma das inspirações da *Visão*, recorde-se], que entrará no mercado ainda este ano. Mas a Impala é conhecida pela facilidade com que abre e fecha publicações, contando já com uma larga lista de fracassos: *O Golo* (durou seis meses e meio), a *Época* (durou 10 semanas), a *Nova Cosmopolita* (durou 24 meses) e ainda a *Prática e Criativa* e a *Ego* (Araújo, 1999, p. 34).



26 de agosto



2 de setembro



9 de setembro



13 de setembro



16 de setembro



23 de setembro (1)



23 de setembro (2)



30 de setembro

Figuras 64 a 71

De 26 de agosto a 30 de setembro de 1999, a *Visão* faz oito capas com Timor. A edição de 13 de setembro, cujos lucros reverteram integralmente para a diocese de Baucau, acabaria por ser a mais vendida de sempre, com mais de 230 mil exemplares.

Fontes: Reproduções dos originais.

Este parágrafo na peça de Bárbara Araújo é a única referência que a *Visão* faz ao aparecimento de uma nova concorrente, pouco mais de um ano após a *Factos* (II Série) ter encerrado. Repare-se que não existe referência ao facto de a *Focus*, “que entrará no mercado ainda este ano” ser uma newsmagazine que pretende discutir o mercado da *Visão*, ou seja, os leitores menos atentos e que não conheçam a natureza do título alemão nem isso perceberão. É de relevar, também, a associação da abertura do título aos fracassos do grupo Impala, entre os quais enunciam a segunda newsmagazine de Jacques Rodrigues, a *Época*. Como se, à partida, a *Focus* estivesse condenada a uma curta vida. Um discurso bem diferente do de José Silva Pereira de boas-vindas à *Factos* em 1997.

Pouco mais de um mês depois, a 7 de outubro de 1999, no n.º 343, exatamente no mesmo dia em que a *Focus* distribui o seu número zero, o “Linha Directa” da *Visão* anuncia novos conteúdos e reforços na equipa. Antes, sublinha o “crescimento constante e sustentado” do título, particularmente no mês anterior de setembro, o de “maiores tiragens, vendas e audiências de sempre”. Num retorno ao discurso habitual, diz não pretender “dormir sobre os louros conquistados” e que é essa a razão das mudanças (1999d, p. 10). Na capa, o logótipo sofre algumas alterações e passa a surgir encostado à esquerda. Nas páginas interiores as mudanças no grafismo são subtis e limitam-se à redução dos indicadores das secções, dando mais leveza às páginas, mas mantendo uma estruturação idêntica.

Figura 72

A *Visão* faz ajustes gráficos a 7 de outubro de 1999 e encosta o logótipo à esquerda, o que o torna semelhante ao da *Focus*, lançada na semana seguinte.

Fonte: Reprodução do original.



As alterações, contudo, não passam apenas por ajustes gráficos. A newsmagazine informa que a partir da semana seguinte passa a ser distribuída com a *Visão* uma segunda revista gratuita de 48 páginas. Intitulada “Visão 7”, terá duas edições diferentes, uma para a zona de Lisboa e Sul do país, outra para o Porto e Norte. A responsável pela nova publicação é a jornalista Susana Chaves e a “Visão 7” incluirá peças jornalísticas dirigidas para as áreas a que cada edição diz respeito, assim como “um guia completo do que nelas se pode ver e fazer nos tempos livres”. O conjunto das duas revistas faz a *Visão* crescer para as 228 páginas (1999, p. 10).

No que diz respeito a reforços da equipa, a *Visão* apresenta Lurdes Ferreira, que deixa o jornal *Público*, onde era grande-repórter, para assumir a editoria de Economia. Refere-se de seguida a recente contratação para editor-geral de Rui Tavares Guedes, que fora editor-executivo da I Série da *Factos* e diretor da II Série, e assumira depois o cargo de diretor-adjunto do *Semanário*. Para além de Lurdes Ferreira e Tavares Guedes, mais sete jornalistas são referenciados, oriundos dos mais diversos títulos: Francisco Galope, até então editor-adjunto de Política Nacional do *24horas*; Alexandra Correia, também do *24horas*, João Dias Miguel, vindo do *Público*; Inês Rapazote, do *Jornal de Notícias*; Sara Belo Luís, do *Jornal de Letras*, Ricardo Fonseca, do *Euronotícias*; e Luísa Oliveira, da revista *Nova Gente*. A fechar as mudanças, informa-se que Fernando Dacosta passou a acumular a editoria de Cultura com o trabalho de redator-principal.

Esta mudança estrutural justifica-se pelo facto de a equipa da *Visão*, num espaço de cerca de três meses, ter perdido nove elementos⁶⁶ que decidiram abraçar o projeto da *Focus*, a nova newsmagazine da Impala. Um facto que também pode ajudar a explicar o tipo de (ou a ausência de) abordagem noticiosa feita ao lançamento do título de Jacques Rodrigues. Das nove pessoas, Dora Santos fazia parte do secretariado, os restantes elementos dividiam-se pela redação (Blandina Costa, Filipe Santos Costa, Filomena Lança, Maria Henrique Espada e Patrícia Fonseca), um era redator-principal (Ferreira Fernandes) e saíram ainda os editores de Política Nacional e Economia, Miguel Coutinho, e o de Sociedade e Cultura, João Govern. Baixas de grande peso que obrigaram a novas contratações.

A *Visão* sabia que a *Focus* chegava a Portugal para representar uma newsmagazine alemã de sucesso, que tinha até sido uma das suas inspirações em 1993. A equipa do novo título da Impala tinha, assim, não só a vontade, como os meios financeiros e o *know how* necessários para vencer. A *Focus* prometia ainda uma forte aposta no digital, suporte do qual a newsmagazine de Cáceres Monteiro se encontrava arredada.

66 São nove os nomes que conseguimos identificar através da comparação das fichas técnicas. No entanto, Carlos Ventura Martins refere “12 pessoas” da *Visão*. As informações que têm como fonte o jornalista resultam de uma entrevista concedida em agosto de 2001, quando era diretor da *Focus*. A transcrição pode ser consultada na íntegra nos anexos de Cardoso, 2015 (pp. 121-126).

Na semana seguinte, a 14 de outubro, o “Linha Directa” noticia o nascimento da “Visão 7”, que foi celebrado com duas festas, uma vez que a nova revista tem edições distintas para o Norte e Sul do País. Fica-se a saber que Susana Chaves, a editora, chegou à *Visão* para coordenar a nova publicação vinda de um percurso profissional que incluiu as revistas *Activa*, *Cosmopolitan* e *Caras Moda*. E a esta juntam-se mais nomes novos, Ana Pinheiro, vinda da *Activa*, Cristina Melo, ex-chefe de redação da *Ana*, e Susana Oliveira, que trabalhava no *Comércio do Porto*. Integram a equipa também Florbela Alves, que estagiara na *Visão*, e Sofia Faustino, vinda da área da produção televisiva (1999e, p. 10). Uma equipa reforçada e uma nova publicação, a acrescentar à principal, provam que a *Visão* estava disposta a enfrentar a concorrência — a primeira com um grupo económico forte a sustentá-la — de frente, e a defender o lugar conquistado ao longo de mais de seis anos.

A 20 de janeiro de 2000, os resultados apresentados no “Linha Directa” parecem indicar que as apostas feitas pela *Visão* foram as corretas. Com um título menos neutro que o habitual, “Audiência da VISÃO sobe em flecha”, a revista destaca os resultados alcançados no quarto trimestre de 1999, revelados pelo relatório Bareme da Marktest. A audiência da *Visão* deu “um salto quantitativo de proporções pouco comuns” de 4,3 para 6,9, colocando-se pela primeira vez à frente da “Revista” do *Expresso*, que obteve 6,8, ultrapassando ainda o *Diário de Notícias* e o *Público*.

Conta a newsmagazine que “esta excepcional subida da audiência da VISÃO acaba por reflectir a subida de vendas” que, segundo os dados da APCT, passaram de cerca de 70 mil em janeiro de 1999 para mais de 103 mil exemplares em setembro (2000, p. 10). A escolha do mês de setembro como termo de comparação não é inocente, uma vez que este foi o mês com melhores resultados de sempre, fruto da edição de apoio à causa timorense. Sem desprezar nem a influência das alterações gráficas nem da vitalidade de uma equipa renovada, parece válido colocar a hipótese de que a cobertura dos conflitos em Timor Leste, ao ter colocado a newsmagazine na agenda mediática e em contacto com mais 100 mil pessoas através da edição especial, pode ter resultado na aquisição de novos leitores.

Na semana seguinte, no n.º 359, de 27 de janeiro de 2000, a *Visão* aumenta de preço, para 450\$00. No último parágrafo do “Linha Directa”, informa: “A partir desta semana, o preço de capa da VISÃO passa de 420\$00 para 450\$00. Um aumento semelhante fora já adoptado pela generalidade dos outros semanários” (2000, p. 12). Uma vez mais, a newsmagazine compara-se aos “outros semanários” e justifica alterações de preço com os preços dos jornais que considera concorrentes.

No n.º 367, de 23 de março de 2000, assinala-se o sétimo aniversário da *Visão* apenas no espaço “Linha Directa”, sem referências na capa ou alterações de fundo. O texto é ilustrado com o rosto da *Visão* n.º 1, com uma legenda que indica o facto de a Associated Press, no final de 1999, ter considerado a fotografia de Inácio Ludgero uma das 100 melhores do século XX. Retoma-se, no “Linha Directa”, a estrutura habitual dos textos redigidos nestas ocasiões. Lembra-se a história da publicação desde as suas raízes no semanário *O Jornal*, a importância

da Edipresse no lançamento da *Visão*, e os benefícios “da entrada para uma empresa com a dimensão e as potencialidades da Abril/Controljornal” (2000, p 10). Sublinha-se o facto de a *Visão* ter sido a publicação portuguesa que mais cresceu em 1999 e anuncia-se a iniciativa “Biblioteca Visão”, que colocará à venda com a revista clássicos da literatura mundial.

Ainda no texto comemorativo dos sete anos de publicação, lê-se que “a VISÃO impôs-se e o seu percurso foi sempre ascensional, sob todos os pontos de vista: mais leitores, maior audiência, mais publicidade, mais espaço editorial, mais iniciativas, mais assinantes”. Antes, a fechar o primeiro parágrafo há uma afirmação ainda mais esmagadora. “Nunca, em Portugal, houvera um verdadeiro *news magazine*, e as tentativas nesse sentido tinham sido votadas ao fracasso”, afirma-se (2000, p. 10). Para a *Visão*, a verdadeira história da newsmagazine em Portugal só começa a 25 de março de 1993.

No fim de 2000, os dados da APCT confirmavam que a *Visão* integrara da melhor forma o grupo Abril/Controljornal, assinalando um crescimento superior a 36% entre janeiro e setembro, quando comparado com o mesmo período no ano anterior. No virar do milénio, o título atingia uma circulação média que ultrapassava os 102 mil exemplares por edição. Um resultado tanto mais satisfatório por ser alcançado já com a concorrência da *Focus*, que apenas registara 30 mil exemplares de circulação média (Guerrinha, 2000, p. 4). Estes números vieram dar razão ao estudo “Brand Asset Valuator”, conduzido pela agência de publicidade Young & Rubicam, entre março e maio de 2000. Numa avaliação de cerca de 500 marcas, em termos da sua perceção junto dos consumidores portugueses, envolvendo mil entrevistas junto de uma amostra estratificada por sexo, idade e região, apurou-se que a *Visão* era a publicação semanal de informação geral com maior potencial de crescimento (Nunes, 2001, p. 16).

O oitavo aniversário da *Visão* assinala-se no n.º 420, de 29 de março de 2001, e anuncia o lançamento do portal www.visaoonline.pt. É também em 2001 que a newsmagazine da Impresa institui o Prémio Fotojornalismo Visão que, até ser descontinuado, em 2009, por falta de apoios financeiros, foi o mais importante galardão português nesta área, com um primeiro prémio no valor de 3 mil contos (depois 15 mil euros). Na capa tipográfica de aniversário lê-se “Os 200 portugueses mais influentes” que inaugura a eleição por parte da redação da *Visão* das duas centenas de pessoas com mais influência no país em todos os quadrantes. Um número especial semelhante à *Time 100* criada pela newsmagazine pioneira três anos mais tarde (mas aplicada às 100 pessoas mais influentes do mundo).

Ainda na capa, dentro do destaque arredondado que refere “8º aniversário”, insere-se uma “etiqueta” que passa a repetir-se em ocasiões especiais: “edição para guardar”. Uma inovação que marca uma aproximação da newsmagazine ao universo tradicional das revistas e ao trabalho sobre as relações afetivas com os leitores através da construção de memória. A mensagem conotada é a de que quando anos passados se voltar a folhear aquele objeto especial se encontrará factos que passaram a pertencer à história e que a *Visão* foi capaz de captar no momento em que ainda eram atualidade. Uma aposta no colecionismo que contraria a efemeridade associada aos jornais.



Figura 73

A menção “Edição para Guardar” surge na capa pela primeira vez no oitavo aniversário da revista, a 29 de março de 2001, e marca uma maior aproximação ao universo das revistas. Fonte: Reprodução do original.

No oitavo aniversário, a revista tem 136 páginas, já custa 480\$00 e a “Visão 7” reduziu-se para 18 páginas e tornou-se um destacável inserido entre as páginas centrais da revista. No “Linha Directa” prometem-se algumas alterações no grafismo que, apesar de ligeiras, estão a ser estudadas há meses pelo gabinete gráfico coordenado há cerca de um ano por Eduardo Barreto. Como exemplo da importância do grafismo numa publicação, revela-se que na *Visão* “as vendas da revista chegam a variar 20 mil exemplares conforme as capas, o que obviamente tem muito a ver com o tema, mas passa também pela realização gráfica” (2001b, p. 10). As mudanças chegam no número seguinte e melhoram a clareza da informação, patente de imediato no sumário, que passa a trabalhar apenas duas zonas distintas. Numa coluna mais estreita, à direita, o índice, com as secções bem delimitadas, através de espaços em branco. Nos restantes dois terços da página, alinham-se quatro destaques, com o texto mais à esquerda e as imagens na posição central.

O nono aniversário da *Visão* comemora-se apenas na edição de 4 de abril de 2002, fazendo capa com uma reportagem do diretor, Carlos Cáceres Monteiro, enviado especial ao Médio Oriente, para cobrir a crise israelo-palestiniana. Seis meses mais tarde, é a vez de a *Visão* assinalar a sua edição n.º 500, a 3 de outubro, com uma mostra de capas selecionadas entre as mais de meio milhar (devido aos números extra e especiais) publicadas. A efeméride é também assinalada por um ambicioso trabalho de reportagem de 32 páginas realizado por 15 equipas, cada uma constituída por um redator e um fotojornalista, que percorreram o país para retratarem um dia na vida de portugueses anónimos.

O décimo aniversário da *Visão* foi quase totalmente abafado pelo estalar da Guerra no Iraque a 20 de março de 2003, data em que saiu para as bancas a edição n.º 524. Nesse mesmo dia, em 24 horas, a redação da *Visão* montou um número especial de 96 páginas, que colocou à venda no dia seguinte, 21 de março. Num “Linha Directa” chamado à página 3, explicava-se

aos leitores a natureza deste número extra e dava-se conta de que Cáceres Monteiro, que cobrira a Guerra do Golfo em 1991, já se encontrava na Síria à procura de uma forma de entrar no Iraque. Na região, a *Visão* já tinha outro enviado especial, Filipe Luís, na Jordânia.

Neste contexto, as referências aos dez anos da *Visão* resumem-se a uma coluna no “Linha Directa” do n.º 525, de 27 de março de 2003. No curto espaço, refere-se que em 2002, a circulação média paga cifrou-se nos 110 mil exemplares e que cada número da *VISÃO* é lido por 470 mil pessoas, contando o título com quase 33 mil assinantes. Apresentam-se também as novidades que celebram a primeira década e que passam por algumas alterações gráficas, um ciclo de conferências intitulado “Portugal nos próximos dez anos” e a publicação da coleção Livros Visão de Ouro, com o melhor que a revista publicou entre 1993 e 2003 (três volumes temáticos sobre as “figuras”, as “fotografias” e as “reportagens” de uma década) (2003, p. 12).

Ao fim de dez anos, ostentando já na capa o preço apenas em euros (€2,60) com um sumário agora arrumado com um índice em rodapé e os destaques fotográficos nos primeiros três quartos da página, com uma referência às capas do destacável “Visão 7”, importa olhar novamente para a equipa diretiva na ficha técnica. Carlos Cáceres Monteiro continua, tal como em março de 1993, à frente dos destinos da *Visão*, como diretor. Cláudia Lobo é agora diretora-adjunta, acompanhada por Pedro Camacho. Filipe Luís e Rui Tavares Guedes são editores-executivos. A ficha técnica indica os nomes de José Carlos de Vasconcelos, Daniel Ricardo, Edite Soeiro e Fernando Dacosta como os elementos do Gabinete Editorial. Segue-se uma estrutura de sete editores, seguida de cinco redatores principais e grandes repórteres.

No que diz respeito à empresa proprietária, a Abril/Controljornal dá lugar à Edimpresa do grupo Impresa. No conselho de gerência surgem seis nomes: Francisco Pinto Balsemão, Pierre Lamunière, Luís Vasconcellos, Jean-Claude Marchand, Mário Lopes e Chris Bolton. Miguel Costa Gomes é o diretor-geral, enquanto Fernanda Dias e Carlos Cáceres Monteiro aparecem de seguida como diretores editoriais. A força do grupo Impresa talvez seja a razão para o facto de em novembro de 2003 a *Visão* nem sequer noticiar o lançamento da *Tempo*, do grupo Euronotícias. A nova newsmagazine, que se torna a terceira em circulação, dividindo o mercado com *Visão* e *Focus*, parece não ter sido considerada uma ameaça a ter em conta nem importante o suficiente para apresentar aos leitores.

A 25 de março de 2004, o discurso da *Visão* no “Linha Directa” do n.º 577, que assinala o décimo primeiro ano de vida da revista, é de confiança. Com mais duas newsmagazines em circulação, a *Focus* a caminho dos cinco anos, e a *Tempo*, com menos de quatro meses, não se coíbia de aumentar o preço para €2,70, enquanto as concorrentes se mantiveram, respetivamente, nos €2,40 e €2,50. Sabendo certamente já que uma quarta newsmagazine estava prestes a chegar ao mercado (a *Sábado* — II Série), a *Visão* escreve:

Sem pretendermos ser juízes em causa própria, afigura-se-nos de elementar justiça sublinhar o facto de, ao longo dos últimos 11 anos, o primeiro dos *newsmagazines* portugueses ter habituado

os seus cada vez mais numerosos leitores a um padrão de exigência que viria a importar-se como referencial no sector da língua portuguesa (2004, p. 10).

Esta autoanálise contém quatro mensagens: 1) a referência à longevidade da *Visão* (11 anos); 2) o facto (falso) de a *Visão* ser a primeira newsmagazine portuguesa; 3) a insistência, em 2004, na utilização do masculino e do itálico para designar um tipo de revista (dos *newsmagazines*); e 4) a consideração sobre a consagração da *Visão* enquanto modelo e “padrão de exigência” a seguir por publicações novas. Esta última mensagem diz aos leitores que as revistas semanais de informação geral posteriores à *Visão* nascem tentando combatê-la, mas para o fazerem têm de recorrer ao que esta estabeleceu como as regras do que deve ser feito para se ser newsmagazine em Portugal.

O resto do parágrafo mostra os números que sustentam o afirmado na primeira frase. De 1993 até ao final de 2003, a média de vendas semanais passou de 42 613 para 107 475 exemplares, enquanto os assinantes subiram de 348 para 36 300. No parágrafo seguinte, a *Visão* deixa a promessa “de fazer mais e melhor, movidos que estamos da intenção de não ceder terreno na linha da frente da batalha da informação reflexiva”. Aqui a mensagem é clara e diretamente dirigida aos títulos concorrentes — tudo faremos, garante a *Visão*, para não vos cedermos nem sequer um leitor (2004n, p. 10). De acordo com os dados da APCT, no primeiro bimestre de 2004 a circulação média da *Focus* tinha sido de 30 441. A *Tempo* não revelava os dados.

Tal como acontecera antes de a *Focus* publicar o n.º 1, a *Visão* aposta numa remodelação gráfica a uma semana do n.º 1 da *Sábado* (II Série), do grupo Cofina, ser colocado nas bancas, a 7 de maio de 2004. A mudança de grafismo opera-se do n.º 581, de 22 de abril, para o n.º 582, de 29 de abril de 2004, incluem o suplemento “Visão 7”, mas as alterações só são apresentadas e explicadas no “Linha Directa” da edição da semana seguinte, a 6 de maio, ou seja, na véspera da primeira *Sábado* se dar a conhecer aos leitores.



Figura 73

Tal como acontecera com a *Focus*, a *Visão* antecipa-se à saída da *Sábado* e lança a 29 de abril de 2004 remodelações gráficas e novas ofertas aos leitores.

Fonte: Reprodução do original.

Ao longo de duas páginas, a *Visão* explica que procederam a “ligeiras mudanças” na imagem e conteúdos de um modelo gráfico que já contava quatro anos. Mudanças essas “que, acreditamos, deram à revista um ar mais «limpo», moderno e dinâmico” e que foram feitas pela equipa da revista em parceria com a consultora internacional Innovation. No que diz respeito à “Visão 7”, o número de páginas duplicou, de 16 para 32, e deixou de ser um guia de espetáculos para ser um “Guia Urbano, onde encontrará sempre reportagens sobre o que está a mudar na sua cidade, na sua zona de residência ou perto do seu local de trabalho” (2004, pp. 10, 11).

Na mesma edição de 6 de maio de 2004, que ultrapassa as 200 páginas, é publicada uma peça, não assinada, na secção de Economia, intitulada “Patrões debatem o futuro”, a propósito da X Congresso da Associação Portuguesa da Imprensa, onde Mário Lopes, o responsável pela área de publicações da Imprensa aponta *Expresso* e *Visão* como exemplos de convivência, sem colocar em causa a liberdade de imprensa dentro do mesmo grupo económico (2004, pp. 178, 179). Uma declaração que vai ao encontro das palavras de Pedro Camacho, que indica o *Expresso* (e não a *Sábado*) como o principal concorrente da newsmagazine da Imprensa.

Ainda mais interessante que a peça referida, é a notícia mais curta, também sem assinatura, que ocupa a coluna da direita. Intitulada “Nova revista no mercado” e ilustrada como uma fotografia de João Govern, dá conta do lançamento da *Sábado* (II Série) no dia seguinte. Govern, o primeiro diretor da publicação da Cofina, afirma que a *Visão* foi “obviamente eleita como concorrente alvo” (2004g, p. 179), uma vez que procurará leitores nas mesmas classes sociais — A, B e C1. Tentará também, afirma, explorar “novos nichos de público, nomeadamente entre os universitários”. Diz que vão começar com 110 mil exemplares de tiragem, sem revelar objetivos de quota de mercado. Govern afirma que não se esquece nem da força da *Visão* nem que a *Focus* se encontra em fase de reestruturação (2004, p. 179). Uma referência à entrada de José Rocha Vieira para diretor-executivo da revista da Impala e às mudanças gráficas introduzidas pelas *Focus* em abril (Cf. 4.4.2).

No parágrafo seguinte, a *Visão* faz um historial da newsmagazine em Portugal. Diz que “o mercado português de revistas semanais de grande informação é recente”. Classifica a *Sábado* (I Série) como a primeira do segmento — e refere que a II Série do título se considera autónoma desta. Sobre a revista fundada por Joaquim Letria afirma que “nasceu em 1988 e teve uma existência conturbada até 1993”. Lembra de seguida o lançamento da *Visão* sobre a qual diz ter estado “sozinha no mercado, durante seis anos, até surgir a *Focus*, em 1999”. E sublinha que desde o aparecimento do título da Impala, “a VISÃO manteve-se incontestavelmente à frente e continuou a crescer”, sendo “a newsmagazine que mais vende e com maior audiência” (2004, p. 179).

Este historial sintético refere-se à newsmagazine no feminino e estabelece, em primeiro lugar, 1988 como o ano zero da newsmagazine em Portugal, esquecendo todas as publicações anteriores. Classifica a *Sábado* (I Série) como uma publicação de “existência conturbada”, dando a impressão que em momento algum viveu um período com bons resultados. Depois, não referencia quatro títulos posteriores a 1988, *Face*, *Época* e *Factos* (I e II Séries), apesar de o editor executivo da *Visão*, Rui Tavares Guedes, ter sido o último diretor da II Série da *Factos*. Por fim, deixa de fora um quarto título, *Tempo*, que se encontrava em circulação desde novembro de 2003, o que significa que esta revista não era considerada, pela *Visão*, uma newsmagazine.

Na semana anterior à comemoração dos 12 anos de vida, a 17 de março de 2005, a *Visão* anuncia no “Linha Directa” uma versão em Braille, de periodicidade mensal e tiragem de 950 exemplares. Lançada em cooperação com o Centro Professor Albuquerque Castro, da Santa Casa da Misericórdia do Porto, será de distribuição gratuita por instituições e indivíduos, chegando a “lares, bibliotecas municipais e outros organismos públicos, acabando em várias escolas do primeiro e segundo ciclo, institutos superiores e universidades”. Segundo a *Visão*, o projeto vai estender-se “a “leitores em todos os países africanos de língua portuguesa, no Chile, na República Checa e no Egipto” (2005f, p. 12).

Na semana seguinte, na edição de 24 de março de 2005, no espaço “VISÃOONLINE”, de destaques da edição digital, a primeira breve intitula-se “Doze anos com VISÃO”. Anuncia que no dia seguinte a *Visão* comemora o décimo segundo aniversário e que a 29 de março será a vez da versão digital completar quatro anos. As duas datas vão ser assinaladas com um “dossiê especial” disponibilizado na Visão Online, onde o leitor poderá conhecer a história do título, saber como a revista em papel é feita semanalmente, conhecer quem a faz e descobrir o percurso da versão digital da newsmagazine.

Três meses mais tarde, a 23 de junho de 2005, a *Visão* vive uma das grandes mudanças da sua história. Carlos Cáceres Monteiro deixa a direção do título, cargo que ocupava desde o lançamento da revista em 1993, e é substituído por Pedro Camacho, até então diretor-adjunto, que entrara para a *Visão* em março de 2001. Cáceres Monteiro não abandona, contudo, o grupo Impresa, passando a ocupar o cargo de diretor editorial da Edimpresa e garantindo tanto a continuidade do projeto, como uma passagem do testemunho consistente. A restante equipa diretiva mantém-se inalterável, com Cláudia Lobo no cargo de diretora-adjunta e os jornalistas Áurea Sampaio, Filipe Luís e Rui Tavares Guedes a assegurarem a editoria executiva.

A mudança “é assumida como uma transição tranquila, num momento em que a revista se encontra numa liderança confortável”, apesar do “mercado agitado pelo aparecimento da *Sábado*, em 2004”, noticia o *Diário de Notícias* online numa peça assinada por Miguel Gaspar e Nuno Azinheira. O novo diretor, Pedro Camacho, anuncia algumas inovações, nos planos da infografia e da escrita “que procuram acompanhar a evolução das publicações do sector a nível internacional” (Gaspar & Azinheira, 2005).

É a caminho do décimo terceiro aniversário que a *Visão* sofre aquela que talvez tenha sido a mais dura perda, com a morte de Carlos Cáceres Monteiro, a 3 de janeiro de 2006, vítima de doença prolongada⁶⁷. Já com um caderno da newsmagazine impresso quando a notícia chega à redação, a equipa da *Visão* mobiliza-se e dá honras de capa ao primeiro diretor da revista, com direito a um caderno especial de 18 páginas. Luís Almeida Martins, responsável pelos projetos especiais da *Visão*, escreve uma peça de dez páginas, profusamente ilustrada, onde revisita o percurso profissional de 37 anos de Cáceres Monteiro e o caracteriza como profissional e como pessoa (Martins, 2006, pp. 14-23). O caderno especial inclui também um testemunho de José Carlos de Vasconcelos, uma nota assinada por todos os diretores das publicações do grupo Edimpresa, e um curto texto assinado simplesmente “A Redação da VISÃO”, que titula “Obrigado, Cáceres”. O especial completa-se com a republicação de uma reportagem de Carlos Cáceres Monteiro e de extratos de outra.



Figura 74

A *Visão* homenageia Carlos Cáceres Monteiro na capa de 5 de janeiro de 2006, dois dias depois da sua morte. Fonte: Reprodução do original.

⁶⁷ Uma situação que provavelmente terá influenciado a sua decisão de passar a Pedro Camacho a direção da *Visão*, cerca de sete meses antes.

Talvez o desaparecimento do primeiro diretor há pouco mais de dois meses, explique o facto de não haver referências aos 13 anos de vida do título. A verdade é que o espaço “Linha Directa” do n.º 681 de 23 março de 2006 nada diz sobre o assunto. Mas um ano mais tarde, a *Visão* antecipa o décimo quarto aniversário, lançando a 1 de março de 2007 a maior remodelação gráfica desde a realizada dez anos antes, a 17 de abril de 1997, e que incluiu um aumento do formato, que passa de 20,5X27,5 cm para 21X28 cm.

As mudanças são anunciadas na semana anterior, a 22 de fevereiro de 2007, no n.º 729. No espaço “Linha Directa”, alargado a duas páginas, a *Visão* apresenta uma capa já com o novo desenho gráfico e diz aos leitores:

A VISÃO vai mudar na próxima semana, na sua edição nº 730. Vai mudar de tamanho, de papel, de desenho gráfico, de tipografia, de logótipo, de estrutura interna, de conteúdos. A VISÃO vai mudar porque quer ficar mais elegante, ter um ar mais moderno, ganhar força visual e ser ainda mais agradável de ler (2007, p. 8).

É interessante descobrir mais à frente no texto, as ressonâncias do conceito de *news magazine*, quando se diz que o projeto “ambicioso e arrojado” pretende encontrar “o equilíbrio certo entre o prazer da leitura, uma informação esclarecedora, aprofundada e enquadrada e a necessidade, ditada pelo nosso tempo, de uma informação rápida e criteriosa”. Dar resposta à necessidade de os leitores estarem informados, de forma rápida, mas aprofundada, apesar do pouco tempo que têm disponível, em 1923 como em 2007, continuava a fazer parte do código genético da *news magazine*. A importância da palavra “criteriosa”, contudo, pode ter uma leitura mais contemporânea. Com o papel de *gatekeeper* do jornalista posto em causa pelo mar de informação que a Internet coloca à disposição de todas as pessoas que a ela têm acesso, há que sublinhar a importância do jornalismo, da capacidade de filtrar, seleccionar e informar com critério, fazendo chegar ao público o trigo, depois de o ter separado do joio, logo, dando a poupar tempo — esse bem de tão grande importância.

A *Visão* afirma que vai “reforçar a grande reportagem, o jornalismo de investigação e a presença da boa fotografia”. Anuncia, ainda, as mudanças na VISÃO SETE, que agora usa a expressão numérica por extenso (o que desperta reminiscências do semanário *Se7e*). O suplemento da *Visão* passa a 40 páginas e “dará mais informação lúdica e cultural, e ainda mais sugestões para os nossos tempos livres”. No último parágrafo, o título dirigido por Pedro Camacho, lembra a liderança no segmento das revistas semanais de informação geral e o facto de contar “com mais de meio milhão de leitores” (2007d, p. 8).

Na semana seguinte, a 1 de março de 2007, primeiro dia do novo modelo gráfico, a *Visão* apela no “Linha Directa” ao feedback dos leitores sobre as mudanças realizadas (2007, p. 10). Na página 14, surge um pequeno texto intitulado “Revista nova, site novo”, no qual se chama a atenção para mudanças no portal do título. Em primeiro lugar, de nome, que passa

a ser www.visao.pt, depois traduzidas numa maior aposta nos conteúdos multimédia e virados para a comunidade. No site renovado, afirmam, vai ser possível “encontrar os vídeos, os *podcasts* ou as galerias de fotos que complementam a edição impressa”. Por outro lado, será o sítio ideal para “partilhar opiniões, fotos, testemunhos” (2007, p. 14).

Novamente em parceria com a agência Innovation, as alterações gráficas na capa da revista alargam o logótipo a todo o cabeçalho, com maiúsculas brancas redesenhadas e inseridas numa larga barra vermelha, que o tornam semelhante ao da *Sábado*. O número de chamadas de capa reduz-se para dar mais força à imagem, sem perder identidade. No interior, passa a ser norma existirem páginas inteiramente ocupadas por elementos imagéticos.



Figura 75

Um *look* renovado a partir de 1 de março de 2007 para enfrentar a descida de vendas.

Fonte: Reprodução do original.

Pedro Camacho diz ao jornal *Meios & Publicidade*, em entrevista a 9 de março de 2007⁶⁸, que as mudanças foram motivadas pela “evolução do mercado global da comunicação, a concorrência acrescida, a vontade de fazer diferente e melhor”. Mas quando interrogado sobre

68 Disponível em http://www.meiosepublicidade.pt/2007/03/_N_o_f_cil_chegar_aos_n_veis_d/.

a influência da quebra nas vendas, o diretor não nega que esse facto “consolidou a decisão de mudar”. Camacho sublinha que a *Visão* mantém “uma posição de liderança indiscutível nas newsmagazines” e aponta a conjuntura económica do país e “um acréscimo de concorrência, não só no segmento das revistas como na globalidade dos semanários de informação geral”, como as razões principais para a descida das vendas. Afirmções que vão ao encontro do conceito híbrido da newsmagazine, em concorrência com as outras revistas semanais de informação geral (neste caso, *Focus* e *Sábado*), mas também com os semanários (o eterno rival *Expresso* e o recém-lançado *Sol*).

Cerca de mês e meio depois, o “Linha Directa” da *Visão* n.º 737, de 19 de Abril de 2007, fazia uma avaliação da aceitação da nova imagem recorrendo-se dos últimos dados do Bareme Imprensa da Marktest. Os resultados revelavam que “a VISÃO atingiu uma média de 647 mil leitores por revista, nos primeiros três meses deste ano, trimestre em que efectuou a sua remodelação gráfica e editorial”. Um valor que ganhava destaque por representar uma subida de 81 mil leitores (mais de 14%) quando comparado com o período homólogo do ano anterior. Desta forma, a revista “não só reforçou a sua liderança no segmento das *newsmagazines* como passou para o primeiro lugar, em audiências, no grupo dos semanários de informação geral”. No território das concorrentes directas, a *Sábado* atingira 184 mil e a *Focus* 116 mil leitores, ficando a uma distância muito considerável da líder *Visão* (2007h, p. 10).

Curiosamente, após uma remodelação desta dimensão e da campanha de divulgação que a acompanhou (com publicidade noutros meios de comunicação social, incluindo rádio e televisão), menos de quatro meses depois o logótipo da revista altera-se. Assim, a *Visão* n.º 745, de 14 de junho, mostra o novo logótipo de 1 de março, de letras brancas num fundo vermelho que preenche todo o cabeçalho. No número seguinte, de 21 de junho de 2007, o fundo do logótipo desapareceu e o nome da revista passou a vermelho. Uma solução à qual já tinha havido uma aproximação, aparentemente pontual, no n.º 737, de 19 de abril, quando o fundo vermelho deu lugar a um escurecido e as letras se tornaram vermelhas. Ainda mais curioso é o facto de a *Visão* nada dizer sobre esta alteração inesperada. A mudança, no sentido estrito, consiste no desaparecimento da cor de fundo e na alteração da cor do logótipo — o *lettering*, as dimensões e o posicionamento na capa mantêm-se iguais. Talvez por isso, a *Visão* pode ter considerado que mais do que um novo logótipo se estava na presença de uma variação cromática do introduzido a 1 de março, de um mero *restyling* da identidade da marca, na linguagem do design, não valendo a pena comentar a questão. Contudo, visualmente e em termos de construção do dispositivo capa o efeito é muito diferente. Uma década depois, o logótipo da *Visão* volta, assim, a ser estruturalmente idêntico ao de 1993, embora o tipo de letra e as dimensões os diferenciem.

Figura 76

Cerca de quatro meses após a reformulação gráfica de 1 de março de 2007, o logótipo da *Visão* sofre inexplicadas alterações e, a 21 de junho, torna-se estruturalmente idêntico ao de 1993.

Fonte: Reprodução do original.



Analizando os números, durante os primeiros quatro meses da *Sábado* no mercado, as vendas da *Visão* subiram, tendo atingindo no quarto bimestre de 2004 (julho e agosto), de acordo com os dados da APCT, uma circulação média de 113 658 exemplares, contra 33 156 da *Focus* e 33 674 da revista da Cofina. Mas nos últimos dois meses de 2004, a *Visão* desceu para os 97 504 exemplares, enquanto a *Sábado* subia para os 45 511 e a *Focus* caía para os 18 161. Dois anos mais tarde, a *Visão* fechava 2006 com uma circulação nos meses de novembro e dezembro de 90 930, a *Sábado* registava 56 677 e a *Focus* 19 779. O semanário *Sol*, lançado há quatro meses, registava uma circulação média de 63 411 exemplares, enquanto o *Expresso* liderava com 123 430 exemplares.

No n.º 777, de 24 de janeiro de 2008, a *Visão* dá início às comemorações dos 15 anos da publicação, oferecendo o primeiro de quatro filmes grátis e inserindo na capa um logótipo com a indicação “15 anos”. Em 2009 não foram encontradas referências claras ao décimo sexto aniversário, mas a 20 dias da data, a 5 de março, no “Linha Directa”, a *Visão* celebrava o facto de ter fechado 2008 com resultados na circulação paga acima dos 100 mil exemplares, deixando em segundo lugar a *Sábado*, um pouco acima dos 74 mil, e a *Focus*, que continuava em rota descendente, nos 11 mil exemplares. Para além disso, a *Visão* lembrava que, depois da *Visão Júnior* — publicação mensal lançada em 2004, dirigida aos mais novos —, tinham sido lançadas em 2008 mais “quatro extensões de marca — a *VISÃO Vida & Viagens*, a *VISÃO História*, a *VISÃO Link* e a *VISÃO Estilo & Design*” (2009b, p. 8).

O décimo sétimo aniversário terá sido, provavelmente, assinalado no “Linha Directa” do n.º 890, de 25 de março de 2010. Contudo, este exemplar não está disponível na Biblioteca

Nacional⁶⁹ e tanto o anterior como o posterior (889 e 891) nada referem, logo, não foi possível averiguar. Apesar disso, a 9 de setembro de 2010, a *Visão* noticia no agora já “Linha Direta”, (o novo Acordo Ortográfico foi introduzido em junho de 2010), que consolidou a liderança no segmento das newsmagazines, uma vez que os últimos dados da APCT, referentes ao primeiro semestre do ano, indicavam uma venda média de 101 116 exemplares por semana contra os 100 264 no período homólogo de 2009. Já a *Sábado* descera de 78 346 para 73 594 exemplares, permitindo à *Visão* distanciar-se da principal concorrente, apresentando a *Focus* uma recuperação considerável em termos relativos, ao subir dos 9 211 para os 12 448 exemplares (2010, p. 6).

A história da *Visão* continua a ser escrita em 2022, ano em que a revista, agora dirigida pela jornalista Mafalda Anjos e pertença do grupo de Comunicação Social Trust in News, comemorou 29 anos em circulação, sem interrupções. Entre 2010 e 2022, a *Visão* sofreu várias alterações e a APCT regista uma circulação impressa paga do título inferior a 25 mil exemplares no final de 2021. Uma história que merece ser alvo de uma investigação futura, uma vez que esta tem como limite o ano de 2010.

O nascimento da *Visão*, exatamente sete décadas após a *Time*, marca o encerramento da etapa designada por Modernidade. Num intervalo de cinco anos (1988-1993), foram lançadas quatro newsmagazines. As três primeiras (*Sábado*, *Face* e *Época*) morreram, mas a revista semanal de informação geral tinha vindo para ficar. Com uma equipa que associou experiência e juventude, a *Visão* soube aproveitar os meios financeiros e o *know how* a que teve acesso para encontrar soluções gráficas inovadoras, mas também apreender e ser capaz de usar o *timestyle*, garantindo uma “escrita newsmagazine”. As apostas certas levaram a revista a conseguir o que até então nove títulos tinham tentado sem êxito: consolidar e fazer vencer o conceito de newsmagazine em Portugal.

4.4. Apogeu, queda e resistência

4.4.1. *Factos* — I e II Séries

Quando a *Visão* completa o quarto ano de existência, isolada no mercado das newsmagazines e com uma tiragem média a rondar os 90 mil exemplares, começa-se novamente a

69 Embora não haja qualquer indicação de se encontrar “em falta” no catálogo, a Biblioteca Nacional (BN) afirma não o ter. Por uma questão de exequibilidade, a consulta das 15 newsmagazines identificadas neste livro decorreu apenas na Biblioteca Nacional, uma vez que a Hemeroteca Municipal de Lisboa, à época em que decorreu a investigação, não se encontrava acessível. Estudos posteriores podem completá-la procurando números em falta noutros arquivos. Pela sua natureza, a Hemeroteca Municipal de Lisboa será o arquivo mais lógico para investigadores de revistas portuguesas. Online, a Hemeroteca Digital referencia (tal como a BN) a existência nos seus arquivos do Nº 890 da revista *Visão*.

acreditar que o conceito de revista semanal de informação geral tinha futuro em Portugal. Até ao final do século XX, três novos títulos vão procurar conquistar os leitores da revista dirigida por Cáceres Monteiro. O primeiro é a *Factos*, propriedade da empresa Desporto e Comunicação — Sociedade Editorial, SA, do Grupo Semanário, que sai para as bancas a 29 de outubro de 1997, uma quarta-feira, antecipando-se um dia em relação à *Visão*. O combate era difícil. À época, observando a ficha técnica da *Visão*, encontra-se uma revista com 116 páginas, propriedade do Grupo Edipresse, com uma estrutura que reúne 73 pessoas, entre direção, redação, colaboradores e columnistas, com os exclusivos para Portugal da *Time*, *Le Nouvel Observateur* e *GraphicNews*.

A *Factos* tem como origem o jornal diário *Manhã Popular*⁷⁰, lançado a 7 de abril de 1997 pelos empresários Jaime Antunes (jornalista até 1994) e Joe Berardo, com a direção a cargo de António José Laranjeira e Rui Tavares Guedes na chefia da redação. O tabloide pretendia conquistar o público ao *Correio da Manhã*, apostando no *fait divers* e nos temas de sociedade e desporto, na linha gráfica e editorial do britânico *The Sun*. É lançada uma dispendiosa campanha publicitária, criam-se produtos de merchandising, e o aparecimento do novo título é notícia televisiva.

Apesar disso, uma redação numerosa, jovem e empenhada, a aposta pioneira na fotografia digital, instalações bem equipadas perto do Areeiro, em Lisboa, veículos novos, e um furo jornalístico ainda num número zero⁷¹, não impediram a aventura de durar pouco mais de dois meses. A 5 de junho, o Grupo Semanário, presidido por Rui Teixeira Santos, compra o jornal, anunciando a intenção de o reestruturar e direcionar para a classe média, mas duas semanas mais tarde, a 21 de junho de 1997, o *Manhã Popular* cessa a publicação, no n.º 76.

A redação do matutino transfere-se para o edifício do Grupo Semanário, no Dafundo (nas instalações onde funcionara em 1989 a *Face* de João Mendes), e começa a ser preparada a primeira revista semanal de informação geral com a ambição de concorrer com a *Visão*.

O primeiro número o da *Factos* [no qual o título surge grafado como Facto's] é distribuído gratuitamente a 3 de outubro de 1997, uma sexta-feira. António José Laranjeira e Rui Tavares Guedes são agora editores executivos, o jornalista de economia Vítor Norinha assume a subdireção e a direção do título fica a cargo de Dinis de Abreu, um dos quatro administradores do Grupo Semanário e antigo diretor do *Diário de Notícias*. Como editores surgem Célia Pedroso, Dulce Varela, Eduardo Miragaia e Lígia Simões. Na ficha técnica encontramos o jornalista José Matos Cristóvão, que tinha sido editor na equipa fundadora da *Face* (Cf. 4.3.2) e nomes como Filomena Araújo, Helena Gatinho, Jaime Cravo, Joaquim Oliveira, Miriam Alves e Rita Bertrand.

Com 22X38 cm, 68 páginas, um logótipo vermelho, com os caracteres sombreados a cinza

70 A investigadora Carla Rodrigues Cardoso, que assina este capítulo, integrou, como jornalista, a redação do jornal *Manhã Popular* e das revistas *Factos* (I e II Série).

71 O fotojornalista António José testemunhara a agressão do futebolista Ricardo Sá Pinto, a 26 de março de 1997, ao selecionador nacional de Futebol, Artur Jorge, e a fotografia do momento, com o logótipo do *Manhã Popular*, foi noticiada em todos os meios de comunicação social portugueses, inclusive televisivos.

e um apóstrofo azul, delineado a vermelho, entre o O e o S, tem como subtítulo, a azul: “Revista de Grande Informação”. Apesar disso, o tema de capa — a crise das monarquias europeias, a propósito do casamento da infanta Cristina de Espanha —, o papel couché brilhante, o grafismo e até as dimensões adotadas dão-lhe um caráter híbrido, que a afasta do formato tradicional de uma newsmagazine e a aproxima da versão inicial e final da *Mais*, de Carlos Cruz (Cf. 4.2.3). De assinalar os problemas com a qualidade de impressão, em particular nas imagens, que nunca serão totalmente ultrapassados. É esta capa do número 0 da *Factos* que é reproduzida na página “Media”, de José Silva Pinto, na revista *Visão* de 9 de outubro de 1997 (Cf. 4.3.4).



Figura 77

O número zero da *Factos* escolhe a monarquia em Espanha para capa, uma temática que não é habitual numa newsmagazine.

Fonte: Reprodução do original.

Em termos de tipologia, a capa da *Factos* aposta no multi-tema e multi-imagem. Para além do título principal, “Monarquias as coroas da crise”, a amarelo, inserido numa fotografia da filha mais nova de Juan Carlos e o futuro marido, o rodapé divide-se em três temas secundários, dois deles acompanhados de fotografias. A referência mais à esquerda mostra o secretário de Estado da Indústria, José Penedos, e o título declarativo “Não recuso/ ser/ ministro”. À direita, surge um tema de sociedade, “Testes ADN/ Portugueses/ à procura/ do pai”, acompanhado da fotografia de um bebé de óculos de sol que esconde o rosto com as mãos. Na zona inferior do rodapé, sobre uma barra amarela, um terceiro tema, o segundo de política: “REFERENDO a história do negócio PS/PP”.

A ficha técnica da nova revista regista mais de 60 nomes, entre cargos de chefia, redação, produção, fotografia, direção comercial e outros. O sumário divide-se em cinco secções: “Portugal”, “Mundo”, “Jornal”, “Economia” e “Magazine”. Apesar de haver uma linha gráfica comum nas restantes páginas, a secção “Factos Jornal” apresenta-se como um caderno autónomo, com o logótipo criado a partir do da revista, maioritariamente a preto e branco, desenhado de uma forma semelhante a um jornal tradicional e inserido dentro da revista, numa estrutura em tudo semelhante à usada pela *Sábado* de janeiro de 1989 a março de 1990, que nas páginas iniciais oferecia o “Sábado Jornal”, (Cf. 4.3.1). A secção “Magazine” é a mais colorida e mistura temas de sociedade e cultura com moda e estilo de vida. A revista fecha com a crónica “Imperitências” de António Freitas Cruz, antigo presidente do Conselho de Administração da RTP e ex-diretor do *Primeiro de Janeiro*, do *Jornal de Notícias* e do *Notícias da Tarde*.



Figuras 78 e 79
Quase dez anos depois, em 1997, a *Factos* ressuscita a estrutura do “Sábado Jornal”, de 1989, da revista *Sábado*, ao incluir o “Factos Jornal” como uma das mais valias da nova newsmagazine — à esquerda o design usado na *Facto's* n.º 0, e à direita o da *Factos* n.º 0, já com numeração autónoma. Fontes: Reproduções dos originais.

Na página 11, Dinis de Abreu assina o Editorial, intitulado “Explicação de um Projecto”. O texto contém os princípios do Estatuto Editorial da nova publicação, embora essa designação não surja formalmente. O diretor afirma que “**FACTOS**⁷² [o apóstrofo desaparece, tal como em todas as outras referências ao título no interior da revista] apresenta-se como uma publicação inovadora, na forma e no conteúdo”, inspirada “em conceitos de modernidade

72 No original, a negrito e a vermelho, a cor do logótipo.

que são incontornáveis à beira da viragem do milénio”. Dinis de Abreu é ambicioso e considera que a publicação “acredita na capacidade da Imprensa para ser um parceiro descomplexado do audiovisual”. Contrastando com os objetivos da publicação de onde migrara a redação, o diretor da *Factos* sublinha a reprovação crescente da imprensa sensacionalista e do “tele-lixo”, dando exemplos europeus e considerando que, em Portugal, “o cansaço de leitores e espectadores (...) já desperta no horizonte” (Abreu, 1997, p. 11).

Explica Dinis de Abreu que “é nesta conjuntura, em que reaparecem valores de referência, em contraponto a um laxismo espesso e gelatinoso, que **FACTOS** encontra a sua justificação plena, apostando num jornalismo sério e rigoroso, sem nada ter de cinzento ou de baço” (Abreu, 1997, p. 11). Como garantia de qualidade, o diretor refere que uma das inovações da revista é o Conselho Editorial, “constituído por personalidades de mérito reconhecido”, com “a missão de acompanhar, a par e passo, a evolução da revista” (Abreu, 1997, p. 11). São sete os nomes que integram este órgão, referenciados na ficha técnica, na página 8: António Freitas Cruz, Adelino Gomes, Fernando Guedes, Francisco Sarsfield Cabral, Helena Vaz da Silva, Miguel Beleza e Vital Moreira. Na página 22, a *Factos* apresenta com uma curta nota biográfica os colunistas: Agustina Bessa Luís, António Freitas Cruz, Eduardo Lobo, Francisco Sarsfield Cabral, Helena Vaz da Silva, Miguel Beleza e Vital Moreira — cinco dos sete têm assento no Conselho Editorial.

Regressando ao editorial de Dinis de Abreu, o diretor apresenta a estrutura tripartida da revista, que Silva Pinto, diretor editorial da empresa proprietária da *Visão*, referenciara na breve de boas vindas à concorrente (Cf. 4.3.4). A *Factos* terá 100 páginas e será, ao mesmo tempo, “uma revista de grande informação” que tratará “os assuntos de maior relevo da semana”; “um jornal” que “abordará as notícias, de uma forma objectiva e com uma paginação adequada”; e “um magazine”, que “incluirá temas que dizem respeito às vivências quotidianas, à cultura e espectáculos”. A filosofia da publicação também continua a ser explanada, afirmando Dinis de Abreu que “**FACTOS** é uma aposta na qualidade”, que “não terá tabus, mas respeitará sempre o direito ao bom nome, à privacidade, e à protecção das pessoas em sofrimento ou estado de choque”. No editorial fica também claro que o tipo de publicação em causa é uma newsmagazine e manifesta-se confiança na viabilidade do projeto e no “alargamento do mercado no segmento específico para o qual nos sentimos vocacionados” (Abreu, 1997, p. 11).

Dinis de Abreu repete o texto do editorial na página 9 do segundo número 0 e a ficha técnica continua idêntica. Apesar disso, quase tudo muda na revista. A começar pelo apóstrofo no título, que desaparece, dando lugar a *Factos*⁷³, mantendo-se o subtítulo, “Revista de

73 Na Biblioteca Nacional, esta alteração não é referenciada e todos os números da revista surgem referenciados como pertencentes à revista *Facto's*. No espólio, falta o número 0 da I Série da *Factos*, mas existe o número zero da *Facto's*, que não teve continuidade gráfica.

Grande Informação”. A publicação é redimensionada para o formato de 20,5X27 cm, logótipo, capa e interior são redesenhados. Em maiúsculas brancas, a designação *Factos* passa a inserir-se num retângulo de fundo vermelho, delineado a branco, em cabeçalho, alinhado à esquerda. O retângulo comporta ainda, por baixo do título da revista, o subtítulo também em maiúsculas brancas, mas de muito menor dimensão. Este novo número o é distribuído, também gratuitamente, a 24 de outubro, novamente uma sexta-feira. Mas anuncia no canto inferior direito que a revista vai sair à quarta-feira, antecipando-se em 24 horas à *Visão*, a mesma estratégia que em 1989 a *Face* seguira em relação à *Sábado*.

Na capa surgem alinhados os rostos dos três candidatos às eleições no Benfica: João Vale e Azevedo, Abílio Rodrigues e Luís Tadeu, inseridos numa imagem de fundo que mostra uma multidão com cachecóis do clube de futebol Sport Lisboa e Benfica no ar. Por cima das cabeças dos protagonistas, surge o título em amarelo pálido “Ficheiros Secretos”, acompanhado de uma linha a branco, por baixo: “Os protagonistas e as dívidas do Benfica”. Para além do editorial de Dinis de Abreu, existe um outro ponto em comum — a capa mantém-se multi-tema e multi-imagem. Desta vez são quatro os temas secundários. Dois surgem em cabeçalho, um é de cultura, “Teresa Salgueiro Entrevista Exclusiva”, o segundo, acompanhado de uma fotografia, resulta de uma entrevista a Cardoso e Cunha, o primeiro comissário geral da Expo ‘98, entretanto afastado do cargo. Em rodapé, um tema de política, “Autárquicas Onze candidatos que assustam o PS” e outro sobre clima, “Inundações O El Niño que nos afecta”.



Figura 8o
Novo número zero, novo grafismo
e o desaparecimento do apóstrofo
na capa da *Factos*.
Fonte: Reprodução do original.

No interior, cresce a continuidade gráfica entre as secções, que passam a ser seis. Mantêm-se “Portugal”, “Mundo”, “Economia” e “Magazine”. Desaparece “Jornal” e surgem “Ciência e Vida” e “Documento”, que abre a revista com um dossier especial, que desenvolve o tema que faz a capa. As duas páginas do sumário deixam de ser um amontoado de títulos e ganham um design atrativo, com apontamentos de cor e o recurso a fotografias. No canto inferior direito da página ímpar, depois de todos os destaques, surge a preto e negrito a indicação “SECÇÕES”, que inclui “Editorial”, “Os nossos colunistas”, “Jornal” (passa para aqui a menção a este espaço) e “Impertinências”.

O primeiro número da *Factos* é publicado, como prometido, na quarta-feira seguinte, 29 de outubro, duas semanas mais tarde do que o anunciado na newsmagazine concorrente. Tem 90 páginas, custa 400 escudos, exatamente o mesmo preço da *Visão*, e não contém dados de tiragem, que surge no n.º 2 como sendo de 70 mil exemplares. A ficha técnica inclui agora o nome de José Teles no novo cargo de “Editor Especial”. No que diz respeito às secções, mantêm-se as seis do número zero e surgem mais duas, que continuam nos números seguintes: “Desporto” e “Media”. Outra novidade é o regresso da indicação autónoma no sumário do “Jornal”, com o logótipo por cima, perfazendo nove secções autónomas. O espaço do canto inferior direito do sumário passa a designar-se “Opinião”, referenciando o editorial e os nomes dos colunistas que em cada semana assinam artigos de opinião.

Inserido entre as páginas 46 e 48, o “Jornal” ocupa nove páginas, agora com paginação própria (de I a IX), tem uma primeira página (como no n.º 0 da *Facto's*) e completa as 100 páginas prometidas por Dinis de Abreu. O diretor assina um editorial na página 9 sobre o poder mediático da televisão, desaparecendo qualquer menção ao facto de se estar a dar início oficial a uma nova publicação. A partir do n.º 1, os editoriais de Dinis de Abreu distanciam-se totalmente do dia a dia da revista e os seus contributos semanais não se diferenciam dos restantes colunistas.

A capa do primeiro número da *Factos* é multi-tema, uma imagem e recorre a uma fotografia de reportagem que mostra obras em curso nos terrenos onde se irá realizar a Expo '98. Interessados em captar a atenção dos leitores com o primeiro número, a capa regista mais seis temas que compõem o dispositivo. Dois na parte superior, um em cabeçalho, com um comentário de Arons de Carvalho à atuação da estação televisiva SIC, outro à direita do logótipo, sobre o evento de moda Portugal Fashion. O canto inferior direito é cortado por um triângulo vermelho onde se lê “Os impostos que mudam em 1998”, e em rodapé surgem as restantes três chamadas de capa. Uma sobre Rui Machete, com o título “Apoio a Marcelo contra Cavaco”, a segunda sobre o Sport Lisboa e Benfica, “Toda a verdade sobre Robson”, e a última sobre as consequências das cheias no Algarve, “Um milhão de prejuízos”.



Figura 81

A escolha de uma fotografia de reportagem para a capa n.º 1 da *Factos* mostra que o conceito a trabalhar é o de newsmagazine.

Fonte: Reprodução do original.

Três semanas, mais tarde, a 19 de novembro de 1997, a revista n.º 4 da *Factos* apresenta um logótipo retocado: as letras ganham espaço entre si e tornam o título mais legível. Data, numeração da revista e preço, dados que surgiam à direita do cabeçalho, integram-se no logótipo retangular de 4,5X14 cm, surgindo também a branco, por cima do título. Dois meses mais tarde, nova alteração, desta vez no preço de capa que passa para 420\$00, a 21 de janeiro de 1998, sem uma palavra de explicação aos leitores. Uma decisão tanto mais estranha uma vez que a concorrente *Visão* manteve o preço nos 400\$00. A edição n.º 13, a primeira com o novo preço, traz, contudo, uma novidade, a publicação do Estatuto Editorial formal da publicação. Indo ao encontro dos princípios formulados por Dinis de Abreu em outubro de 1997, o Estatuto Editorial da *Factos* tem dez pontos em que se define como publicação generalista, promete um jornalismo independente e transparente, a aposta na investigação fundamentada, e a recusa do sensacionalismo, fazendo ainda eco da importância do Conselho Editorial.

Figura 82

Ao quarto número, de 19 de novembro de 1997, o projeto gráfico da *Factos* sofre um ajustamento.

Fonte: Reprodução do original.



A 25 de fevereiro de 1998, no n.º 18, a *Factos* deixa cair o caderno “Jornal” e em sua substituição introduz a secção “Factual”, transferindo para o início da revista as notícias curtas que estão a marcar a atualidade, numa estrutura que a aproxima da secção inicial da *Visão*, “Em Foco”. Nada é dito aos leitores sobre esta alteração. Três semanas mais tarde, a publicação do Grupo Semanário sofre um duro revés. O 13º Juízo Cível de Lisboa decreta a apreensão e suspensão da nova revista, que classifica como uma cópia do projeto gráfico da newsmagazine suíça-alemã *Facts*. O último número tinha ido para as bancas a 18 de março, com o n.º 21, e em nada indiciava este desfecho.

A reação dos proprietários foi imediata e na quarta-feira seguinte, a 25 de março de 1998, o primeiro número da II Série de uma “nova” *Factos* surgia no lugar da apreendida. Na página 6, o conselho de administração da Desporto e Comunicação publica um comunicado intitulado “Uma nova revista” em que explica que vão recorrer da sentença, mas decidiram acatar as ordens do tribunal. No entanto, “como o único objecto da empresa e único sustento dos seus cerca de 60 trabalhadores era a dita revista, o conselho de administração decidiu fazer uma nova revista com uma direcção, uma concepção organizativa, disposição formal, grafismo,

cores, apresentação do logotipo, títulos de secções, ou seja, uma estrutura estética totalmente diferente da anterior”. Justificam a manutenção do título *Factos* “porque ele pertence ao Grupo Semanário e está devidamente registado no Instituto de Comunicação Social e licenciado contratualmente à Desporto e Comunicação SA questão que em momento algum foi posta em causa”. Sobre a II Série da *Factos*, o comunicado afirma ser “uma obra totalmente diferente na sua concepção, na sua estrutura e até na sua orientação editorial, mais aberta e virada para um público mais jovem, de classe média, média/alta e alta”.

Na transição da I para a II Série da *Factos*, Dinis de Abreu e António José Laranjeira abandonam a revista, desaparece o Conselho Editorial, e dos colunistas apenas permanece a escritora Agustina Bessa Luís, que passa a assinar semanalmente a crónica que fecha a publicação. A estrutura diretiva simplifica-se, Rui Tavares Guedes sobe de editor executivo, cargo que desaparece tal como o de editor especial, a diretor, e Vítor Norinha continua como subdiretor. Na direção gráfica, sai Edmundo Tenreiro e entra Pedro Góis, que passa a ser o terceiro nome da ficha técnica, logo a seguir aos diretor e subdiretor. Mantém-se o preço de capa nos 420\$00 e as 100 páginas, mas a redação encolhe de 32 para 20 jornalistas, enquanto os editores passam de quatro a seis, entre os quais José Teles, anterior editor especial.

Também na página 6, numa coluna à direita, lado a lado com o comunicado do conselho de administração, Rui Tavares Guedes assina o Editorial, que também indica a condição de “Estatuto” editorial. Intitulado “Futuro”, divide-se em seis pontos. O primeiro é o mais longo e explicativo. Começa por afirmar que a nova revista “aposta na qualidade, a seriedade no tratamento da informação e a certeza de que o jornalismo é baseado na procura da verdade e no rigor”. O diretor classifica a II Série da *Factos* como um “projeto de futuro”, afirmação que regressa no final do texto e corresponde ao sexto e último ponto do estatuto. A nova *Factos*, será uma “revista imaginativa e ágil, que reflecta a realidade, mas que saiba, acima de tudo, perceber e antecipar o que aí vem”. Os pontos seguintes sintetizam os valores a defender: isenção e rigor, recusa do sensacionalismo, transparência e respeito pelos princípios democráticos. No penúltimo ponto, Rui Tavares Guedes comenta as circunstâncias do nascimento da II Série do título. Reconhece que a revista “foi planificada, preparada e executada em tempo recorde”, em quatro dias, refere o comunicado do conselho de administração. Apesar disso, o diretor é claro: “não se pense, todavia, que este é um projecto feito à pressa”, a nova revista “constitui uma prova da seriedade e do profissionalismo dos nossos propósitos”, que “demonstra o empenho que colocamos no nosso trabalho, por respeito para com os leitores e anunciantes”.

Figura 83

Capa n.º 1 da *Factos* (II Série) concebida no espaço de uma semana.

Fonte: Reprodução do original.



A I Série terminara com uma tiragem de 60 mil exemplares, menos dez mil que o indicado no número 2, e a primeira revista da II Série indica apenas 50 mil exemplares. Na capa da nova *Factos*, o logótipo mantém as letras brancas, mas o retângulo de fundo vermelho transforma-se numa barra que atravessa a capa. Do lado esquerdo, sem o fundo vermelho e na vertical, repete-se o título invertendo as cores. Estamos novamente na presença de uma capa multi-tema e multi-imagem, que usa um fino cabeçalho e um espaço largo no rodapé para colocar três chamadas de capa secundárias. A primeira, em cima, refere “Comissão Europeia vai investigar preço dos telemóveis”. No rodapé, acompanhadas de fotografia, a mais à esquerda remete para a megafeijoada na ponte Vasco da Gama, e a da direita para a eleição de Paulo Portas como secretário-geral do Partido Popular. O tema que faz a capa adequa-se à época do ano, a primavera: “Alergias”, lê-se em maiúsculas brancas, sublinhadas. Por baixo uma questão a duas linhas, “Podemos combater/os perigos da Primavera?” A capa da primeira *Factos* da II Série é uma fotomontagem que insere uma jovem mulher a assoar-se num fundo de tons escuros, construído com uma imagem aumentada de um ácaro, trabalhada digitalmente.

A II Série da *Factos* aposta num grafismo moderno, menos espartilhado, mais legível e mais jovem, como promete Rui Tavares Guedes. As capas abandonam as fotografias de reportagem que marcaram o início da I Série e apostam em dispositivos mais sofisticados e artificialmente construídos, trabalhando imagens encenadas e digitalizadas. No interior, os problemas de impressão persistem, mas as melhorias no design são evidentes e notórias. No que diz respeito às secções, e ao contrário do que se lê no comunicado, as alterações são mínimas e continuam a ser nove. A única que desaparece, de todo, é a “Opinião”. As “repetentes” são “Documento”, “Portugal”, “Mundo” e “Economia”. A secção “Factual” passa a designar-se “Sinais”, “Ciência e Vida” passa apenas a “Vida” e a “Magazine” desdobra-se em “Cultura” e “Tendências”, o que significa que, na prática, não existe qualquer secção nova. Outras duas alterações são a criação de um espaço de entrevista de duas páginas a abrir a revista (páginas 4 e 5), prévio ao sumário, e o facto de a secção “documento” manter as características de dossier desenvolvido, mas deixar de corresponder necessariamente ao tema de capa.

Apesar da energia subjacente ao texto do primeiro editorial de Rui Tavares Guedes, da modernidade gráfica assinada por Pedro Góis, e dos temas de capa arrojados e enquadrados no género newsmagazine, como comportamento, saúde ou *news you can use*, a revista reformulada durou apenas cinco meses e ultrapassou apenas num número a I Série. Encerrou por falta de viabilidade económica, sem dar quaisquer explicações aos leitores. A revista *Factos* (II Série) publicada a 19 de agosto⁷⁴ de 1998, foi a última a ir para as bancas. Atingira o n.º 22, terminando exatamente com o mesmo número de edições que a *Face* alcançara, uma década mais cedo.

Figura 84

A 19 de agosto de 1998, os alimentos afrodisíacos são o tema da última capa da *Factos* (II Série).

Fonte: Reprodução do original.



74 E não a 18 de agosto como indica o catálogo da Biblioteca Nacional.

4.4.2. *Focus*⁷⁵

Antes de o milénio findar, sete anos após a *Época* e prestes a completarem-se 21 anos sobre o primeiro número da *Novo Observador*, Jacques Rodrigues lança a sua terceira news-magazine, a segunda já inserida no grupo Impala. Desta vez o empresário não arrisca e resolve importar um modelo gráfico e um conceito com provas dadas, escolhendo licenciar uma versão da revista alemã *Focus*. Nasce, assim, a primeira e por enquanto única tentativa de adaptação ao mercado português de um modelo concreto de uma newsmagazine internacional. Lançada em 1993 pelo grupo editorial Burda, a *Focus* granjeou grande êxito e discutia o mercado alemão das newsmagazines com a pioneira *Der Spiegel*, uma referência internacional que durante décadas se mantivera inabalável na liderança do segmento no país.

Jacques Rodrigues segue os passos da editora Globo que, através de uma parceria com o título alemão, lançara com êxito no Brasil um projeto idêntico, mas com o título *Época*, a 25 de maio de 1998. A Impala mantém título e subtítulo iguais aos originais: *Focus* — Semanário de Grande Informação. No Brasil, a editora Globo tal como alterou o título, também adaptou o subtítulo/assinatura, escolhendo “A moderna revista de informação semanal”. A opção por “semanário” da *Focus*, mostra que, em 1999, e ao contrário do que se passava do outro lado do oceano, se mantinha a popularidade da palavra masculina, associada ao universo dos jornais, mesmo estando em causa um formato de revista.

Tal como título e assinatura, o logótipo da nova newsmagazine é estruturalmente igual ao da *Focus* alemã, sendo esta uma questão incontornável para assegurar o reconhecimento da marca. Assim, a palavra *Focus* surge a preto, com os caracteres delineados a branco, inseridos num retângulo de fundo vermelho, que inclui uma fina moldura interior a branco. O logótipo alinha-se à esquerda da capa, na zona superior da revista, e a letra O de *Focus* é substituída por um globo terrestre. O subtítulo “Semanário de Grande Informação” encontra-se centrado acima do título da revista. A newsmagazine tem um formato de 20X26,5 cm, menos meio centímetro na altura e na largura do que a *Visão*.

Para dirigir a *Focus*, Jacques Rodrigues escolhe António Mateus, jornalista de 39 anos, coordenador de programas da RTP África. Mateus reúne uma equipa vasta e jovem, vinda de meios de comunicação social de referência. A Impala instala a redação no edifício do grupo, em Sintra, e cria as condições materiais que permitam ao novo título concorrer com a *Visão*. A newsmagazine dirigida por Cáceres Monteiro, que integrara no início do ano o grupo Abril/Controljornal, estava isolada no segmento das revistas semanais de informação geral, que dominava há mais de seis anos. A *Visão*, após uma cobertura aprofundada do referendo

⁷⁵ Este é o único título em que a caracterização ultrapassa 2010, uma vez que a revista encerrou em 2012 e não fazia sentido terminar a análise a dois anos da data que se sabia ser a de fecho.

pela independência em Timor, atingira uma circulação média de 103 mil exemplares em setembro de 1999, o melhor resultado de sempre, a um mês do lançamento da *Focus*. Custava 420\$00, rondava as 160 páginas e, fruto da remodelação iniciada a 7 de outubro, oferecia o suplemento autónomo “Visão 7”, de 50 páginas, totalmente a cores, sobre cultura, entretenimento e agenda, em duas edições, uma “Porto & Norte”, outra “Lisboa & Sul” (Cf. 4.3.4).

Na Biblioteca Nacional encontram-se disponíveis dois números zero da *Focus*, ambos datados de 7 de outubro de 1999, cada um com 136 páginas. Explorando cada uma das publicações, descobre-se que não correspondem a duas revistas diferentes — esta é exatamente a mesma, à exceção da capa mas, mesmo aqui, a alteração acontece apenas ao nível do tema principal, a restante estrutura mantém-se. Uma delas pode ser considerada uma brincadeira. Notícia o nascimento da *Focus*, com a imagem de um ovo quebrado que deixa antever algo que parece um planeta, talvez a Terra, acompanhado de um título de grande dimensão, em maiúsculas vermelhas a duas linhas, arrumado no canto inferior direito, “Agora/Nós”. A anteceder-lo, um curto antetítulo, “Como nasce uma revista”.

A capa do segundo número zero com data de 7 de outubro, uma quinta-feira, dia de publicação da *Visão*, será a “verdadeira”, uma vez que corresponde ao tema em destaque no sumário das “duas” revistas. A *Focus* escolhe uma imagem entre a montagem e a ilustração fotográfica, sem autoria claramente identificada, que se sobrepõe ligeiramente ao logótipo. Mostra três rostos, numa composição que quase se traduz na visualização, entre o grande plano e o plano médio, de um homem com três cabeças. À esquerda, em tons acastanhados, um primata de perfil olha para esquerda; ao centro, um homem caucasiano, moreno e de olhos azuis, de corpo nu e rosto ligeiramente virado para a direita, olha para cima; e à direita, a mesma figura masculina duplica-se, agora de perfil, e assume um formato fantasmagórico, em tons brancos e azulados, de olhos postos na margem direita da revista. Passado, presente e futuro, é a mensagem implícita na construção da imagem. O tema clarifica-se pelo título em caracteres brancos, “Como será o Homem do futuro”, pergunta, sem ponto de interrogação, de acordo com a economia gráfica que caracteriza as newsmagazines, respondida no antetítulo a amarelo: “Alto, esperto e feio”. No interior da revista o tema de capa surge na secção “Ciência e Tecnologia” e está identificado como pertença da mãe alemã, a *Focus-Magazin*, tendo a adaptação da versão portuguesa contado com o trabalho da jornalista Teresa Cotrim.



Figuras 85 e 86

Duas capas diferentes para o mesmo número zero da *Focus*, lançado a 7 de outubro de 1999.
Fontes: Reproduções dos originais.

Nos dois casos, a *Focus* opta por capas multi-tema e multi-imagem. O design é moderno e arejado, com a imagem do tema principal a dominar claramente a capa, sem molduras. Para além do assunto principal, surgem mais quatro na zona superior da revista. Três inseridos no cabeçalho, acima do logótipo, sobre uma barra azul escuro, e usando a mesma estrutura: fotografia à esquerda, título à direita com destaque em maiúsculas amarelas em negrito, seguido abaixo de título em finos caracteres brancos, a duas linhas. Da esquerda para a direita temos um tema de política (Legislativas 99 O que vai mudar/com as eleições); saúde (Medicinas Saiba tudo sobre/as alternativas); e cultura (Nobel Grass Entrevista exclusiva/ao amigo de Saramago). Ao lado do logótipo, na zona do canto superior direito, surge uma fotografia de Amália Rodrigues, enquadrada num retângulo negro, onde se lê, como legenda, AMÁLIA (a amarelo) e, por baixo, a branco, 1920 — 1999. A única diferença em termos de chamadas secundárias é o facto de a capa que retrata o nascimento da revista ter um quinto destaque que rasga o canto inferior direito para inserir a imagem⁷⁶ e o título que fazem capa no “outro” número zero.

No interior do número zero, na peça sobre o nascimento da revista, é referido o lançamento prévio de uma edição 00, a 23 de setembro, também com duas capas diferentes, que a *Focus* insere no canto superior direito da página. Uma delas tem como tema principal a gripe, a outra a vida dos professores (Fernandes, 1999, p. 43). A Biblioteca Nacional não possui exemplares dessa edição e apesar de existirem excertos de cartas dos leitores na secção respetiva comentando-a, não há certezas em relação à sua efetiva distribuição. Pelo menos o texto da leitora Joana Simões, de Loures, que começa, na página 24, dizendo “No nº 519 da nossa FOCUS, gostei de ver tratado (...)”, não pode ser verdadeiro.

Sem estatuto editorial, a *Focus* o apresenta na página 3 a “Carta do Director”, acompanhada de uma fotografia de António Mateus, que se assume como um espaço entre o editorial e a apresentação dos principais conteúdos da revista. A designação “Carta do Director” não só remete para estruturas idênticas em duas newsmagazines mais antigas, (“Carta Aberta” na Observador, “Carta de Sábado”, na Sábado — I Série), como é a mesma que Wilton Fonseca usou na *Época*, a segunda newsmagazine de Jacques Rodrigues. O diretor redige um texto de opinião sobre a presença de Xanana Gusmão em Portugal e remete a explicação do novo projeto para a peça jornalística que faz uma das capas 0, assinada por José Ferreira Fernandes⁷⁷, “um dos mais premiados jornalistas portugueses”, sublinha. Na reportagem de cinco páginas, diz António Mateus, acompanha-se o nascimento da *Focus* e faz-se “uma ‘viagem’ que só teria sentido num número ‘zero’ da revista” (Mateus, 1999, p. 3).

76 Em rigor, existe uma diferença entre as duas imagens. A inserida no canto inferior direito mostra à esquerda do homem do presente, um aparente ser do futuro, de aspeto alienígena, igual ao da ilustração que depois aparece nas páginas interiores da revista. Contudo, na adaptação da imagem a capa de revista, no n.º 0, a *Focus* optou por retratar o homem do futuro com a imagem masculina do presente desfocada, retirando uma leitura mais clara à mensagem do antetítulo.

77 De assinatura profissional apenas Ferreira Fernandes.

Antes de se chegar à reportagem, passa-se pelo sumário. São duas páginas (6 e 7) profusamente ilustradas, onde se toma contacto com a estrutura da revista e com a particularidade desta usar um sinal gráfico (um pequeno triângulo de vértice apontado para a direita) que assinala os temas apresentados no sumário que correspondem aos retratados na capa. O número zero divide-se em dez secções: “Tema de capa”; “Especial”; “Portugal”; “Reportagem”; “Cultura”; “Ciência e Tecnologia”; “Sociedade”, “Economia”; “Mundo”; “Rubricas” (que inclui espaços de opinião, humor, a carta ao diretor, o correio do leitor e outros). De salientar também uma zona inicial da revista intitulada “Em Focus”, com notícias curtas, pela similitude quer de designação quer de conteúdos com a secção “Em Foco” da *Visão*.

Quase 20 páginas depois, na 24, surge a ficha técnica, que se estende a duas colunas, deixando uma terceira à direita disponível para um anúncio à própria *Focus*, onde se lê, acima do logótipo e da imagem da newsmagazine, “Conquistou a Alemanha e vai surpreender Portugal!”. Analisando-se a ficha percebem-se duas coisas: a equipa é grande e conta com o apoio dos serviços da Impala no que diz respeito a produção, direção de arte, fotografia, grafismo, revisão, tradução e demais serviços transversais a todos os títulos do grupo. Nessa parte comum da ficha técnica, é de referir a existência de um “Produtor de capas”, Luís Gamboa, o que demonstra a importância dada pela Impala a este dispositivo.

No que diz respeito à estrutura própria da *Focus*, salienta-se que todos os nomes da ficha técnica surgem acompanhados do respetivo endereço de e-mail, uma prática inovadora nas newsmagazines portuguesas, que viabiliza a proximidade permanente e o diálogo direto entre cada membro da equipa e os leitores da revista. A ficha começa com o diretor, António Mateus. Seguem-se dois diretores-adjuntos vindos da *Visão*, João Govern, que era o editor da Sociedade e Cultura, e Miguel Coutinho, que ocupava o cargo de editor da Política Nacional e Economia. Ana Sousa Dias (jornalista que suspendera a carteira para integrar a equipa instaladora da Expo ‘98) e Ferreira Fernandes são os redatores principais (este último também transita da *Visão*, para a mesma função, e passa a assinar um espaço de crónica intitulado “Humores”, a mesma designação que usara num género idêntico na revista de Cáceres Monteiro). A equipa diretiva completa-se com quatro editores: Leonardo Ralha na Economia, Marina Ramos na Cultura, Rui Flores na Política (os três vindos do jornal *Público*) e, também na Política, Filipe Santos Costa, (ex-jornalista da *Visão*).

Antes dos “Redactores” surge a indicação de Martim Avelaz Figueiredo (vindo da *Grande Reportagem*⁷⁸) e Patrícia Fonseca (ex-jornalista da *Visão*), como “grandes repórteres”. Da redação fazem parte 16 jornalistas, entre os quais se encontram Blandina Costa, Filomena Lança e Maria Henrique Espada, também oriundas da *Visão*, surgindo a indicação de

78 O jornalista não trabalhou na I Série, de 1984-85 (formato newsmagazine), mas na versão mensal da *Grande Reportagem*, tendo integrado a revista em 1995.

“coordenadora”, entre parêntesis, à frente do nome de Teresa Cotrim⁷⁹, que chega da revista *Exame*. Os colunistas surgem logo a seguir aos redatores: António Lobo Antunes e Mário Soares. Na ficha técnica constam ainda três “colaboradores”, um deles no Porto, e mais seis “estagiários de redacção”, havendo ainda espaço para quatro correspondentes distribuídos por Londres, Bruxelas, Cidade do Cabo e Jerusalém. A equipa da *Focus* completa-se com um tradutor e três nomes na secretaria de redacção. Fazendo o somatório, a nova newsmagazine conta com 37 jornalistas, sem contabilizar diretor e diretores-adjuntos.

O artigo “O nascimento de uma revista”, de Ferreira Fernandes, ocupa quatro páginas, da 42 à 46, sendo a penúltima de publicidade. A abertura da peça transborda confiança: “O milénio acaba, a modernidade começa. O nº 1 da FOCUS vai estar em cima dessa passagem de testemunho: a história dos primeiros passos de uma revista para os tempos modernos” (Fernandes, 1999, p. 42). As duas páginas de abertura são atravessadas por uma fotografia com a equipa da *Focus* — 50 pessoas de pé, sorridentes e maioritariamente de aspeto jovem e descontraído (só há quatro homens de gravata e apenas dois a acompanham de blazer: António Mateus e João Govern). O fundo da fotografia mostra parte de um globo terrestre e faz a equipa da *Focus* “pairar no universo”.

Esta representação da equipa da newsmagazine escolhida pela *Focus* tem uma leitura diferente da do plano de conjunto em picado que *Sábado* (I Série) e *Visão* usaram, uma vez que ao colocar-se olhos nos olhos com o leitor, de sorriso nos lábios, quem faz a *Focus* procura criar empatia, em consonância com a divulgação dos e-mails individuais. Só a *Face* (Cf. VI.1.2) tinha optado por uma fotografia mais intimista mas, em relação a esta, a diferença está no pano de fundo. Aqui temos, não a redacção, mas um cenário em que tudo remete para a inovação, para a força da ciência e da tecnologia, para o fazer diferente, para o futuro e não para o agora.

Na primeira página do artigo, inserida no canto superior esquerdo, há uma fotografia do edifício do grupo Impala, ostentando em primeiro plano uma bandeira da *Focus*. Na mesma página, em rodapé, surgem mais quatro fotografias, de menor dimensão e formatos variados, retratando o dia a dia da redacção. Na página ímpar, no canto superior direito, surgem as capas das já referidas edições 00 e, em rodapé, uma caixa sobre a “revista mãe”, que inclui um gráfico com as dez capas da revista que mais venderam, com a indicação do valor em causa — mais de 950 mil exemplares, na primeira do pódio. A caixa de texto intitula-se “Focus em alemão quer dizer sucesso”. Explica que a revista é lida por 5,7 milhões de pessoas, e que desde o seu lançamento, em 1993, vendeu sempre mais de 400 mil exemplares. Em maio de 1999 ultrapassou a rival *Der Spiegel* em número de leitores. A paginação do artigo sobre o nascimento da *Focus* portuguesa é exemplificativa do modelo gráfico em causa: dinâmico, com

79 Na peça sobre o nascimento da revista, é apontada como editora da secção de “Ciência e Tecnologia” (Fernandes, 1999, p. 46).

muitas fotografias, gráficos e infografias, inserção de curtas caixas de texto, baixa densidade de texto e uma fonte legível.

Nas duas últimas páginas do artigo há mais quatro espaços de fotografia, o último a fechar o rodapé da última página, de maior dimensão, titulado “Criar uma revista”, construído com sete pequenas fotografias divididas em três fases: “Pensa-se A FOCUS”; “Faz-se A FOCUS”; “A FOCUS nasce”. E surgem ainda mais três pequenas caixas de texto, todas acompanhadas de imagem. Uma delas no canto superior direito da última página apresenta “A irmã Época”, como anuncia no título. A versão brasileira da *Focus* é caracterizada como “um sucesso firme”, que já vende 270 mil exemplares, e demonstra “que o conceito FOCUS pode ser transferido para o mercado internacional”.

Recuando à penúltima página, surge uma caixa intitulada “Revolução nas Revistas”, sobre o êxito do modelo de newsmagazine recriado pela *Focus*. Um texto onde se afirma que “a opinião é unânime: na era da televisão e do zapping esta é a maneira de fazer jornalismo escrito”. No canto inferior direito, a nova newsmagazine portuguesa informa na caixa “Focus Online” que a revista terá desde o seu lançamento uma versão na Internet em formato portal, que será não só um prolongamento da versão em papel, em atualização contínua, como um espaço de “acesso a serviços úteis: trânsito, cinema, Bolsa e também leilões de viagens e livros”. Aqui, a *Focus* marca a diferença e torna-se a primeira newsmagazine portuguesa a apostar na presença no suporte digital. A *Visão*, lembre-se, só aposta no online em março de 2001, ou seja, um ano e meio mais tarde (Cf. 4.3.4). Regressando à ficha técnica, verifica-se que a *Focus* tem dois jornalistas atribuídos especificamente ao portal do título, André Veríssimo (que também surge entre os nomes da redação) e Pedro Marques, o que eleva a equipa para 38.

Resta saber o que está então em causa, o que há de novo no conceito da *Focus* que lhe garantiu o sucesso dos dois lados do oceano. É isso que o texto principal tenta explicar ao longo das quatro páginas. Sem rodeios, Ferreira Fernandes escreve nas primeiras linhas, “Confessamos: não inventámos nada, quem inventou foi a FOCUS alemã”. Diz o redator-principal que a *Focus* tem por trás um “conceito utilitário” com o objetivo de “bem servir”, isto é, aposta nas *news you can use*, no trabalho da informação com utilidade para o dia a dia das pessoas, à época ainda uma novidade pouco explorada no jornalismo português.

O início da explanação das razões do projeto, contudo, não traz nada de novo em relação à pioneira *Time*: “o leitor de uma revista de larga informação quer saber, e muito, mas não tem o tempo disponível de um ocioso: daí que uma entrada seja mesmo um resumo breve e os textos vão directos ao assunto” (Fernandes, 1999, p. 43). A novidade surge a seguir, quando Ferreira Fernandes afirma que “o essencial dessa precisão é feito com a imagem”. O jornalista explica: fotos que falam e muitas vezes entram pelo texto, acompanhadas por legendas que dizem coisas e não somente divagam. E informações gráficas e destaques que sublinham o sumo do assunto...” (Fernandes, 1999, pp. 43, 44).

Esta caracterização da revista, apelidada de “revolução que vai impor o novo modelo de se fazer uma newsmagazine” (Fernandes, 1999, p. 46), permite concluir que o essencial do conceito criado por Hadden e Luce em 1923 se mantém incólume. Excluindo a aposta nas *news you can use*, o anúncio pode ser considerado, não um novo conceito de newsmagazine, mas uma atualização, uma adaptação aos recursos disponíveis no final do milénio e inexistentes no início do século XX. Assim, o “novo modelo” passa por uma forte aposta na fotografia e na infografia, numa conceção gráfica moderna, arrojada e inovadora, que alavanque a capacidade narrativa dos suportes imagéticos e viabilize a redução da mancha de texto, sem implicar perda de sentido.

No resto do texto, Ferreira Fernandes refere as condições de trabalho da equipa da *Focus*, instalada num “edifício moderno, desenhado de raiz para Redacções”, com um estúdio fotográfico que “é o melhor da Imprensa portuguesa”. Vai também apresentando vários dos 60 membros de uma equipa “marcada pela qualidade e juventude”, que afirma ter sido recrutada “sobretudo no jornal *Público* e na revista *Visão*” (Fernandes, 1999, p. 46). Fica-se a saber que Pedro Lourenço, o coordenador do grafismo da Impala viajou para Munique acompanhado do coordenador-adjunto Rui Silva para conhecerem o modelo da *Focus* alemã (Fernandes, 1999, p. 44). Outro dado revelado por Ferreira Fernandes é a forma como se construiu a equipa da revista, “de cima para baixo”, começando com a escolha do diretor, António Mateus. Importa sublinhar que após essa primeira decisão, a segunda — a escolha dos diretores-adjuntos — foi feita por Mateus, “com o apoio do director-geral de publicações da Impala, o jornalista Carlos Ventura Martins”, tendo depois João Govern e Miguel Coutinho selecionado os jornalistas (Fernandes, 1999, pp. 43, 44).

Depois do número zero ter sido publicado a uma quinta-feira, fazendo prever uma concorrência direta com a *Visão*, o número 1 da *Focus* chega às bancas a 25 de outubro de 1999. Uma segunda-feira, que se institui como dia de publicação, antecipando-se em três dias à revista de Cáceres Monteiro. O título aposta numa tiragem de 150 mil exemplares, custa 420\$00, o mesmo preço da *Visão*, tem 228 páginas e arruma agora os elementos fixos — código de barras, número da revista, data e preço — na vertical, ao fundo da margem esquerda da capa, depois de os ter posicionado por baixo do logótipo na revista o. Inicia-se, assim, a movimentação dos elementos fixos, que a *Focus* passa a arrumar nos mais diversos locais da capa ao longo das semanas. Outra característica diferenciadora desta newsmagazine é o facto de não incluir a data da revista nas páginas interiores. Os únicos dados extra paginação que constam são a indicação do nome da revista, do número da edição em causa e do ano. Tal como no número zero de duplo rosto, não inclui estatuto editorial, apesar da obrigatoriedade legal de o fazer.

A primeira *Focus* abre com duas polémicas, que ocupam mais de metade do editorial, intitulado “A pensar em si”. António Mateus refere logo nas primeiras linhas a remodelação gráfica introduzida pela *Visão* há pouco mais de três semanas, na mesma data em que a *Focus* divulgou o número zero, a 7 de outubro. O diretor cita o *Diário Económico*, segundo o

qual “a destrição gráfica entre a **Focus** e a *Visão*”, após os ajustes realizados, se tinha tornado um exercício de “descubra as diferenças” (Mateus, 1999, p. 3). Mas as críticas à *Visão* não ficam por aqui. António Mateus insinua — de forma muito clara, apesar de indireta — que a newsmagazine da Abril/Controljornal se apropriou do tema de capa planeado para o primeiro número da *Focus*.

Diz o diretor que há mais de uma semana que a *Focus* ensaiava capas para servirem “um *dossier* de fundo”, “de grande actualidade e muito útil” sobre a “revolução dos telefones que se avizinha [três novas operadoras preparavam-se para entrar no mercado no início de 2000, pondo termo ao monopólio da PT no que diz respeito aos telefones fixos]”. Para essa capa, tinha sido feito “um *casting* de três bebés porque pretendíamos uma guerra... «benigna»”. A *Focus* tinha também explorado “a hipótese de um único bebé, enrolado a cabos de telefone”, capa de ensaio que António Mateus mostra aos leitores, inserida no canto inferior esquerdo do editorial. Conta com ironia o diretor da *Focus*:

“quinta-feira, saí à rua e apanhei um susto. Uma capa idêntica na banca. Seria que, durante o sono, a Impala me tinha ultrapassado e mandado imprimir a revista, três dias antes do previsto? Mas ainda nem sequer estava acabada! Que diabo. Olhei melhor (porque a *Visão* agora encostou o “logo” à esquerda, como sempre fez a **Focus** alemã) e...afinal, respirei de alívio. Era a concorrência” (Mateus, 1999, p. 3).

Com este editorial, estão abertas as hostilidades entre as duas newsmagazines portuguesas logo no primeiro número — a *Focus* queria conquistar o seu lugar no mercado, a *Visão* não estava disposta a abdicar do seu. As insinuações por parte do diretor da *Focus* ficarão sem resposta por parte da *Visão*. O resto da “Carta do Director” é usada para apresentar alguns dos temas da revista. Com a peça das operadoras telefónicas “empurrada” para chamada secundária, é António Guterres, na “primeira entrevista que concede depois de ganhar as eleições” que o reelegeram primeiro-ministro, que acaba por ser o rosto da primeira *Focus* (Mateus, 1999, p. 3).

Nem sequer a frase de apresentação do tema de capa do n.º 1 da *Focus* de António Mateus está isenta de polémica. As eleições legislativas realizaram-se a 10 de outubro de 1999. Na edição de 14 de outubro, a *Visão* publicara uma curta entrevista a António Guterres, integrada num dossier especial sobre as eleições, que é chamada secundária de capa, em rodapé, acompanhada de fotografia e do título “Guterres / “Não vou mudar””. São nove perguntas e nove respostas divididas em duas páginas, mas que correspondem a menos de uma em termos de mancha de texto. Assinada por José Carlos de Vasconcelos, não tem fotografias de entrevista a acompanhá-la, o que significa que ou não foi planeada ou se realizou via telefone ou outro meio indireto.



Figuras 87 e 88

À esquerda, a capa que a *Focus* afirma ter preparado para publicar a 25 de outubro de 1999, à direita a capa da *Visão* publicada quatro dias antes.

Fontes: Reproduções dos originais.

Quanto à entrevista a António Guterres publicada na *Focus* ocupa seis páginas, profusamente ilustradas, enquadradas em secção própria designada como “Entrevista”. É assinada por três jornalistas: António Mateus, Filipe Santos Costa e Miguel Moutinho, respetivamente, o diretor da revista, um editor e um dos diretores-adjuntos. Na identificação das fotografias surgem os nomes de dois fotógrafos da Impala: Pedro Santa Bárbara e Jorge Firmino. Em rigor, a entrevista ao primeiro-ministro que faz a capa da *Focus* de 25 de outubro devia ter sido descrita como a primeira “grande entrevista”.

No que diz respeito à organização do dispositivo capa, confirma-se a opção pela ilustração fotográfica e pelo visual *clean*. Sobre um fundo branco, um grande plano de António Guterres esboça um sorriso, enquanto um fecho-ecler prateado semiaberto lhe atravessa o rosto, dividindo-o em duas partes. Na metade superior, no espaço em branco que surge na abertura do fecho, a *Focus* arruma os vários pontos que constam da “Entrevista exclusiva”, anunciada em letras vermelhas e finas, de pequena dimensão, a baixo do logótipo, com um filete em pontilhado que sublinha as duas palavras e se prolonga até à margem esquerda da capa. “Guterres abre-se” é o título expressivo formal, de caracteres pretos, centrado acima da imagem, que casa literalmente com a ilustração fotográfica, embora o sentido seja metafórico. Na “cabeça aberta” de

Guterres surgem quatro dos assuntos abordados na entrevista, também a preto, iniciados com uma pequena bola, distribuídos por cinco linhas: “Como vou governar o País”; “Quem recusou o convite”; “Quem me aconselhou”; “O que faço da RTP/e da TAP?”⁸⁰.

No rodapé da capa, sobre uma barra azul, em letras brancas e maiúsculas, anunciam-se os nomes dos dois colunistas: “MÁRIO SOARES e ANTÓNIO LOBO ANTUNES na equipa Focus”, sendo que no lugar da palavra *Focus* surge o logótipo da revista. Na zona do cabeçalho, a arrumação é exatamente igual à ensaiada nas capas zero. Existe, assim, lugar para quatro chamadas secundárias, todas acompanhadas de imagem. A maior, arrumada à direita, alinhada com o logótipo, tem como título “Tragédia esquecida” e remete para uma reportagem sobre a guerra em Angola, realizada por dois enviados especiais nomeados na capa, Ferreira Fernandes e João Miguel Rodrigues. Na fotografia, colocada à direita, o cenário de pobreza é desolador e veem-se duas crianças, presumivelmente angolanas, uma em primeiro plano, aparentando ter um ano, sentada numa manta, no chão, e uma segunda da qual se vê pouco mais do que o rosto, deitada. As três chamadas em cabeçalho abordam, da esquerda para a direita, um tema de política — “Prof. Marcelo/ Examina novo/Governo socialista”, com fotografia do *opinion maker*; um de economia, o já referido sobre as novas operadoras telefónicas; e um de ciência e tecnologia, sobre o homem do futuro, que corresponde ao tema que fez uma das capas do número zero.



Figura 89

“Abrir” a cabeça do primeiro-ministro recém-reeleito foi o tema de capa original (e alternativo) encontrado pela *Focus* para o n.º 1, a 25 de outubro de 1999. Fonte: Reprodução do original.

80 Um tema de Política na capa Nº 1 da *Focus* contraria a aposta anunciada nas *news you can use*, apontada como a grande característica diferenciadora da nova revista no Nº 0. Uma capa com o tema “telefones” serviria de forma clara esse propósito.

O sumário da *Focus* n.º 1 enumera as dez secções já incluídas no número zero, acrescida de uma décima primeira, “Última Hora”. Corresponde a um trabalho da grande repórter Patrícia Fonseca, com fotografias de Rui Costa, nos Açores, onde se deslocaram para fazer a cobertura da destruição de habitações por uma tempestade na freguesia de Rabo de Peixe, na ilha de S. Miguel, na quinta-feira anterior (21 de outubro de 1999). Uma reportagem que marca o estilo de revista que a *Focus* pretende ser, uma newsmagazine capaz de acompanhar a atualidade de perto, sempre que isso o justifique, que aposta na ida ao terreno e na investigação. A imagem pode ser primordial para a *Focus*, mas a revista não pretende ser apenas um belo embrulho, quer fazer jornalismo.

Todos os conteúdos intemporais da *Focus* número zero foram incorporados no primeiro número da revista, como são exemplos os que fizeram as duas capas experimentais, ou seja, a reportagem sobre o nascimento da publicação e o especial sobre o homem do futuro. O número 2 da *Focus*, de 1 de novembro de 1999, produzido no ritmo normal de uma semana, desce de 228 para 164 páginas. Em termos de secções, não consta “Última Hora” nem “Especial”, mas surge “Entrevista”. O número de páginas vai descendo e no n.º 7, de 6 de dezembro, eram apenas 148, baixando para 132 na semana seguinte. Contudo, nesta última revista, a n.º 8 de 13 de dezembro de 1999, a revista inclui um suplemento autónomo de 36 páginas, intitulado “Adeus Macau”, dos enviados especiais Ferreira Fernandes, Martim Avillez Figueiredo e Bruno Portela (o editor de fotografia), a propósito dos últimos dias do ainda território português, antes da entrega da soberania à China, a 20 de dezembro de 1999.

Duas semanas, mais tarde, a 27 de dezembro, a *Focus* está nas 112 páginas, mas regressa às 132 na semana seguinte, valor que se torna constante a partir do início de 2000. Tudo parecia correr dentro da normalidade. No primeiro número, a tiragem indicada na revista é de 150 mil exemplares. Consultando os primeiros dados da APCT⁸¹ referentes à nova newsmagazine, que dizem respeito a setembro e outubro, o que significa, na prática, apenas o primeiro número, confirma-se o valor da tiragem e fica-se a saber que a circulação do n.º 1 da *Focus* foi de 62 492, ou seja, menos de metade dos exemplares impressos.

Nos dois meses seguintes, novembro e dezembro de 1999, a tiragem média da *Focus* desce para os 90 188, e a circulação cifra-se em pouco mais de um terço, nos 35 985 exemplares. No mesmo período, a circulação média da *Visão* registava 99 830, quase três vezes mais que a *Focus*, para uma tiragem de 162 269. Nesta análise de números, importa referir que a newsmagazine da Abril/Controljornal do bimestre setembro/outubro, ou seja, do último sem a *Focus* no mercado (esquecendo o primeiro número de 25 de outubro), para o último do ano, o primeiro em concorrência, baixou apenas 4 872 exemplares na circulação média, que passa de 104 702 para 99 830, uma perda inferior a 5%. Isto significa que se colocarmos a hipótese

81 A APCT disponibiliza online dados desde 1985, mas apenas organizados por bimestres.

de que todos os exemplares perdidos pela *Visão* transitaram para a *Focus*, estes corresponderiam a menos de 14% dos resultados obtidos pela newsmagazine da Impala. Sendo assim, não só o valor da circulação média ficava aquém do pretendido como nos primeiros dois meses de vendas mais de 80% dos leitores da *Focus* nada tinham a ver com quem comprava a *Visão*, quando a intenção era disputar o mercado com o título da Abril/Controljornal.

O proprietário da Impala, Jacques Rodrigues, estava habituado a ser dono de lucrativas revistas semanais especializadas, líderes dos seus segmentos. Em 1999, a *Nova Gente*, fundada em 1976, era líder nas revistas de sociedade, com vendas superiores a 170 mil exemplares, enquanto a revista *Maria*, que criara em 1978, era, não só a n.º 1 no segmento das revistas femininas, como o título de imprensa mais vendido no país, jornais incluídos, com quase 310 mil exemplares vendidos todas as semanas.

Quando os títulos que lança não apresentam os resultados esperados, o patrão da Impala fecha-os com rapidez. É isso que a jornalista Bárbara Araújo lembra na *Visão* quando anuncia o lançamento da *Focus* (Cf. 4.3.4) e dá cinco exemplos de títulos efêmeros da Impala: *O Golo*, a *Época*, a *Nova Cosmopolita*, a *Prática e Criativa* e a *Ego*. Nas entrelinhas, augurava-se um percurso curto à *Focus* (Araújo, 1999, p. 34). Mas “à terceira é de vez” — talvez fosse essa a convicção de Jacques Rodrigues. A Impala tinha apostado muito na nova newsmagazine. O projeto não podia cair ao fim de algumas semanas como acontecera com a *Novo Observador* e com a *Época*. Muito provavelmente, o objetivo acalentado seria mesmo atingir a liderança de um segmento que a Impala nunca dominara, o da informação geral, que permitira ao Grupo impor-se na área das revistas mais respeitadas no meio jornalístico, por serem as mais próximas dos jornais.

Recuando uns meses, o jornal *Público* noticiara o lançamento da *Focus* a 3 de julho de 1999. A peça⁸² foi redigida por Marina Ramos que se tornaria a editora de Cultura da revista da Impala. O artigo acrescenta muita informação ao da *Visão*. A jornalista afirma que a nova revista pretende “entrar em competição directa com a «Visão»” no intuito de “roubar leitores” ao título, sendo uma tentativa de Jacques Rodrigues “diversificar o leque de publicações”. Na altura, os únicos nomes confirmados na equipa eram os de António Mateus, João Govern e Miguel Coutinho, mas o *Público* revelava que a Impala tinha convidado mais 12 jornalistas da newsmagazine da Abril/Controljornal. Explica Marina Ramos que esta foi “uma ofensiva que provocou um enorme mal-estar dentro da publicação dado que, caso todas as propostas sejam aceites, a “Visão” perderá metade da redacção”. Sobre a revista, a jornalista informa “aposta no público com menos de 40 anos e dedicará grande parte das suas 100 páginas a assuntos de sociedade, ciência e tecnologia” (Ramos, 1999).

O artigo do *Público* diz que a *Focus* alemã “cedeu a Jacques Rodrigues a exploração do título através de um acordo de “franchising” por um período que deverá rondar os três anos”.

82 Disponível em <http://www.publico.pt/media/jornal/focus-a-venda-em-outubro-135766>.

A ligação ao título internacional traz à versão portuguesa a obrigação “de seguir o padrão da revista-mãe”. O *Público* também noticia que “a direcção da “Focus” portuguesa negociou com Jacques Rodrigues a total autonomia editorial da revista” e que, por isso, “as condições de trabalho da nova equipa deverão ser totalmente diferentes das existentes nas outras publicações do grupo Impala”, onde já tinha havido queixas de “atropelos aos direitos, liberdades e garantias” por parte dos trabalhadores (Ramos, 1999).

As garantias da marca da revista internacional alemã e a promessa de não ingerência do patrão da Impala nas decisões editoriais foram certamente o motor de agregação da equipa que integrou a *Focus*, cujo otimismo e confiança no projeto são evidentes na peça de Ferreira Fernandes sobre o nascimento da *Focus*. A 13 de março de 2000, a newsmagazine lança o n.º 21 com a indicação de uma tiragem de 100 mil exemplares. Contudo, o site da APCT indica que a tiragem média do título nos meses de março e abril foi de 55 764 exemplares, cifrando-se a circulação nos 31 511. Na página 3, no lugar da habitual “Carta do Director”, assinada por António Mateus, surge um espaço intitulado “Carta Aberta” [a designação usada por Artur Anselmo na *Observador* (Cf. 3.2.2)]. São apresentados alguns dos conteúdos do número em causa, à semelhança do que António Mateus tinha feito durante as primeiras 20 semanas da revista. No último parágrafo da “Carta Aberta” lê-se:

A partir deste número, Miguel Coutinho, 34 anos, é o novo director da FOCUS, substituindo António Mateus, 39 anos, que se manterá no projecto. E fica a promessa: a equipa da FOCUS continuará a fazer, para os seus leitores, uma revista moderna, objectiva e de qualidade (2000b, p 3).

Observando a ficha técnica do n.º 21, constata-se várias alterações. A subida a diretor de Miguel Coutinho deixa João Govern como único diretor-adjunto. António Mateus junta-se a Ana Sousa Dias e a Ferreira Fernandes como redator-principal. Existem agora oito editores, contra os quatro iniciais, que se mantêm. Os novos editores são Martim Avillez Figueiredo (inicialmente grande repórter), Pedro Pinheiro (que começou com a indicação de ser colaborador no Porto), Rui Tentúgal (novo na redação) e Teresa Cotrim (que Ferreira Fernandes já identificara como editora de Ciência e Tecnologia no n.º 0, mas começara por surgir como coordenadora entre os nomes da redação). Patrícia Fonseca passa a ser a única grande repórter. Da redação saem Isabel Lucas e Pedro Coelho dos Santos e entra Maria João Babo. Os estagiários de redação sobem de seis para oito⁸³. Deixa também de haver nomes concretos de jornalistas associados ao portal online, sendo que o de Pedro Marques deixa de constar na

83 Entre os estagiários encontra-se Luís António Patraquim, que Ferreira Fernandes, na peça sobre o lançamento da revista, identificava como “o mais jovem jornalista da editoria de Cultura da equipa da FOCUS” (Fernandes, 1999, p. 44). Contudo, na ficha técnica permanecia como estagiário.

ficha técnica, enquanto André Veríssimo se mantém na redação. O longo percurso de alterações na equipa da *Focus* tinha começado.

A 8 de maio de 2000, no n.º 29, a *Focus* aumenta de preço pela primeira vez, para 450\$00. Nessa semana nada é dito ao leitor, mas na Biblioteca Nacional está em falta a revista da semana anterior, logo, não foi possível saber se o novo preço começou neste número 29 ou se terá sido a 1 de maio, no n.º 28, tendo sido, por isso, impossível apurar, caso a última hipótese seja a correta, se houve ou não explicações por parte da revista.

O primeiro aniversário é assinalado no n.º 53, de 23 de outubro de 2000, sem referências na capa, mas a *Focus* inclui no interior duas páginas que assinalam a efeméride com a reprodução das 53 capas publicadas. No espaço agora designado “Carta aos Leitores”, assinado “A Direcção”, faz-se um balanço dos últimos 12 meses, sem recorrer a qualquer suporte imagético, em contraste total com a reportagem de quatro páginas que marcou o lançamento da revista. A direcção afirma que a *Focus*:

soube juntar, neste curto período de tempo, alguma popularidade e muita credibilidade. Alcançou e consolidou assinaláveis resultados de venda em banca e assinaturas. E, ao mesmo tempo, estabeleceu uma dinâmica e uma identidade próprias, capazes de fidelizar leitores e de suscitar o reconhecimento de fazedores de opinião (2000c, p. 7).

Até aqui, o que diferencia o discurso da *Focus*, quando comparado com o da *Visão* em ocasiões idênticas são duas coisas: a ausência de referências à concorrente e a inexistência de dados numéricos. Consultando a APCT, verifica-se que nos meses de setembro e outubro de 2000 a revista da Impala teve uma tiragem média de 55 411, alcançando 35 206 exemplares de circulação média. No mesmo bimestre, a *Visão* vendeu uma média de 102 843 exemplares, quase o triplo, o que provavelmente explica a ausência de outros tipo de dados na conversa com os leitores.

Sob o título, “Festejar e melhorar”, o texto da direcção da *Focus* apresenta, de seguida, as novidades para a entrada no segundo ano de publicação. Começam com uma nova arrumação das secções. A *Focus* puxa a “Sociedade” para o início da revista, onde antes estava “Portugal”. Depois das notícias breves das páginas iniciais, é a primeira secção que o leitor encontra. A direcção justifica a decisão, dizendo que “se em todas os grandes ‘news magazines’ [atente-se no uso do masculino e na opção de grafia] é esta a área que mais cresce e que maior interesse desperta no leitor, a FOCUS decidiu fazer corresponder a localização ao «peso»” (2000c, p. 7).

A ordem das secções passa então a ser “Sociedade”; “Reportagem”; “Entrevista”; “Cultura”; “Ciência e Tecnologia”; “Economia”; “Mundo”; “Portugal”. Uma sequência inovadora e inédita nas newsmagazines portuguesas, que parecia querer inverter a lógica de arrumação da *Visão*, uma vez que durante muitos anos a newsmagazine utilizou a seguinte sequência:

“Portugal”, “Mundo”, “Economia”, “Sociedade” e “Cultura”⁸⁴ (Cf. 4.3.4). Fechar com a política nacional antecedida do internacional é, de facto, contrariar o que sempre foi feito na imprensa. Depois da autonomização da secção “Ciência e Tecnologia”, a *Focus* inovava agora a estrutura de condução de leitura da newsmagazine.

Na secção agora assumidamente nobre, a “Sociedade”, a *Focus* apresenta uma rubrica nova intitulada “Prazeres” sobre restaurantes, carros, destinos e vinhos. No final da “Cultura” nasce o espaço “Consumo Obrigatório”, um roteiro cultural. A partir da semana seguinte é anunciado um colecionável dedicado aos “*Prazeres Sensuais*”, ao mesmo tempo que João Nabais e Paulo Teixeira Pinto entram como colunistas, em substituição de António Lobo Antunes e Mário Soares. No último parágrafo, a direcção saúda os seis estagiários da redacção que passam nesse dia a integrar o corpo de jornalistas.

Olhando para a ficha técnica, os redatores são agora 24 e descobre-se os nomes de Leonardo Ralha e Marina Ramos, antigos editores de Economia e Cultura, respetivamente, entre eles. Um terceiro editor, Pedro Pinheiro, deixa de constar da ficha técnica, havendo dois novos, Mário Ribeiro, até então redator, e Nuno Paixão Louro. Dos redatores-principais resta Ferreira Fernandes. Ana Sousa Dias e António Mateus já não se encontram na *Focus*.

Sem quaisquer explicações aos leitores, duas semanas mais tarde, o n.º 55 da *Focus* é publicado a 5 de novembro de 2000, um domingo, antecipando-se, a partir dessa data, um dia nas bancas. Três semanas mais tarde, a 26 de novembro, a “Carta aos Leitores”, novamente não assinada, anuncia uma nova contratação, a da jornalista Mónica Bello, que fizera parte da direcção do semanário *O Independente* e da revista *Grande Reportagem*, tendo ganho o Prémio de Jornalismo Fernando Pessoa/Mapfre em 1995 (2000d, p. 3). A jornalista entra para os quadros da *Focus* como Editora-Chefe. Ao mesmo tempo, Rui Tentúgal sobe de editor a Editor Executivo.

A 6 de maio de 2001, o nome de Miguel Coutinho surge pela última vez na ficha técnica da *Focus* como diretor, cargo que assumira há menos de sete meses. O jornalista deixa a publicação que ajudara a lançar sem quaisquer explicações aos leitores. Carlos Ventura Martins, diretor-geral de publicações do grupo Impala, acumula a direcção da *Focus*, revista que acompanhara na fase de preparação. Da equipa inicial, em cargos diretivos, resta Ferreira Fernandes como redator principal. Monica Bello já não está na revista, surgindo agora Rui Tentúgal como chefe de redacção e havendo apenas três editores, João Ferreira, Mário Ribeiro e Nuno Paixão Louro.

Na semana seguinte, a primeira de Carlos Ventura Martins como diretor, a *Focus* n.º 82, de 13 de maio de 2001, ocupa a totalidade da página 3 com uma “Carta Aberta à Alta Autoridade para a Comunicação Social”. A missiva surge na sequência de uma deliberação de 2 de

84 Mais tarde, as secções de Economia e Sociedade trocaram de lugar.

maio, da Alta Autoridade para a Comunicação Social (AACS), em que a entidade reconhece justa causa na pretensão dos jornalistas Leonardo Ralha e Marina Ramos invocarem a cláusula de consciência para solicitarem a rescisão dos contratos de trabalho com a *Focus*.

Os antigos editores de Economia e de Cultura da newsmagazine da Impala alegaram junto da AACS que a revista durante o segundo semestre de 2000 se foi “desviando para o que qualificam de “apimbalhamento” de temas e abordagens”, explica o jornalista José Mário Costa numa notícia publicada no jornal *Record*, a 5 de maio de 2001⁸⁵. Leonardo Ralha e Marina Ramos deram como exemplos de desvio editorial a utilização do programa televisivo “Big Brother” como matéria de capa, a publicitação do então namoro de Catarina Vaz Pinto e António Guterres, e a inclusão do colecionável “Prazeres Sensuais” que, segundo os jornalistas, “implicou a retirada de 16 páginas da esfera editorial da «Focus»”, apesar da oposição do então diretor, Miguel Coutinho.

Analizados os argumentos e as revistas desde o lançamento do título, a AACS considerou demonstrada a “acentuação da tendência para o sensacionalismo, para a exploração do sexo, para a depauperação da grande parte do conteúdo (...) tudo agravado pela redução do número de páginas, de algumas editoriais, nomeadamente de Economia e Cultura”, aquelas em que escreviam os queixosos. A deliberação da AACS concluiu que “tomada uma a uma, ou consideradas em conjunto, estas mudanças comprovam amplamente uma alteração da linha editorial, suscetível de afetar a dignidade profissional e intelectual dos requerentes” (*apud* Carvalho, 2012, pp. 51, 52).

A deliberação, por unanimidade, do terceiro caso no jornalismo português de recurso à salvaguarda da cláusula de consciência (desde a sua consagração legal, em 1975), significava a possibilidade de os antigos editores poderem em tribunal invocar justa causa, com direito à respetiva indemnização, de acordo com o artigo 12º do Estatuto do Jornalista.

A resposta da *Focus* é assinada por sete pessoas, pela seguinte ordem: Miguel Coutinho, João Gubern, Ferreira Fernandes, Rui Tentúgal, Filipe Santos Costa, Martim Avillez Figueiredo e Patrícia Fonseca. Destes, apenas Ferreira Fernandes e Rui Tentúgal se mantinham na newsmagazine. Depois de rebaterem cada um dos argumentos apresentados por Leonardo Ralha e Marina Ramos à AACS, os signatários escrevem que “a AACS, ao considerar, do alto da sua sapiência, que se verificou uma “pauperização de grande parte do conteúdo” da FOCUS, passou um atestado público de incompetência profissional a 33 jornalistas da revista”, sem os seus membros terem “legitimidade”, “conhecimentos” ou “‘currículo’ jornalístico para proferirem tais afirmações” (Costa *et al*, 2001, p. 3).

Ferreira Fernandes, não satisfeito com a carta subscrita, ocupa também a totalidade da sua crónica semanal que fecha a revista, “Humores”, para falar sobre o assunto. Com ironia,

85 Consultado em: http://www.record.xl.pt/fora_campo/interior.aspx?content_id=82024 (link já não permite a consulta).

diz exigir “um duelo”, porque já que “sou o ofendido, tenho direito a desafiar”. O texto fecha com “uma derradeira exigência”, encontrarem-se “bons juízes” para avaliarem o duelo, “porque de juízes medíocres armados aos cucos estou eu farto” (Fernandes, 2001, p. 112).

Na semana seguinte, na edição n.º 83, de 20 de maio de 2001, a organização das secções dentro da revista altera-se, sem ser dada qualquer explicação. Quinze dias após a entrada em funções da nova direção, retoma-se a abertura clássica com os temas de política da secção “Portugal”, passando a “Sociedade” para segundo lugar. Com o passar dos anos, a “Sociedade” vai movimentar-se ao longo da revista, chegando a arrumar-se quase no fim da newsmagazine ou mais perto do início, mas não voltará a abrir a *Focus*. A medida pioneira de Miguel Coutinho, introduzida sete meses antes, é abandonada de vez.

Colocando de parte a questão do tipo e qualidade de conteúdos da *Focus*, os resultados de vendas do título não eram os desejados. Na entrevista concedida três meses mais tarde, em agosto de 2001, Carlos Ventura Martins lembrava que “a Impala detém várias revistas líderes de mercado”, mas reconhecia que “neste tipo de revista [uma newsmagazine] é muito difícil perceber o que as pessoas querem”. O diretor dizia que “em relação à *Focus* eu ainda não lhe descobri o segredo”. Apesar disso, Ventura Martins estava convicto que “as pessoas querem as coisas da bisbilhotice e as pequenas histórias”. E essa certeza colocava a Impala num “dilema”. Sendo uma empresa editorial “que tem que pagar salários” e preocupar-se com “o bem-estar social dos trabalhadores”, até que ponto “uma revista destas não é tocada pela necessidade de vender mais e ir aos assuntos mais populares”.

No mesmo dia em que se completam dois anos sobre o lançamento do número zero da *Focus*, Ferreira Fernandes assume a direção da newsmagazine, tornando-se o quarto diretor em dois anos. Acontece a 7 de outubro de 2001, no n.º 103, novamente, sem uma palavra de esclarecimento aos leitores. João Ferreira passa de chefe de redação a diretor-adjunto, enquanto o resto da equipa se mantém. Apesar do novo cargo, Ferreira Fernandes mantém a crónica “Humores” a fechar a *Focus*.

A primeira novidade da nova direção chega logo na semana seguinte. A revista n.º 104 é publicada mais cedo, a 11 de outubro. A explicação surge numa pequena nota, no canto inferior direito da página 5, inserida numa discreta caixa, que integra a segunda página do sumário: “a partir desta edição, a revista *Focus* passa a sair às quintas-feiras. No próximo número, inicia-se um concurso que assinala o segundo aniversário da revista com prémios aliciantes”. Prestes a completar dois anos, a *Focus* muda pela segunda vez o dia da semana de publicação e muda de estratégia, passando a enfrentar a *Visão* no mesmo dia nas bancas.

Duas semanas depois, a 25 de outubro de 2001, é João Ferreira quem assina o espaço “Aqui entre nós”, novo local de diálogo com o leitor, identificado e inserido nas páginas iniciais da revista. Intitulado “Histórias com pessoas dentro”, mostra a capa da *Focus* n.º 1 e celebra o segundo aniversário alcançado com o n.º 106. Diz o diretor-adjunto que o lançamento da *Focus* em 1999 “fez mexer o panorama da Imprensa portuguesa”, uma vez que

“o compromisso de tratar as notícias de modo rápido, preciso e directo era uma novidade — e abanou velhos hábitos enraizados. A tal ponto que até a concorrência melhorou com a nossa chegada” (Ferreira, 2001, p. 2).

Segundo João Ferreira, a *Focus* “consolidou-se, ganhou credibilidade” e “superou crises de crescimento normais em projectos de futuro”. Diz ainda que “prova de que estamos no bom caminho é o aumento constante das vendas nos últimos meses e a reacção favorável dos nossos anunciantes” (Ferreira, 2001, p. 2). Consultando os dados da APCT verifica-se que, de facto, a circulação média da *Focus* tinha vindo a aumentar, mas apenas entre maio e agosto, os últimos dados disponíveis que podem ser contrastados com o afirmado (admite-se que setembro tenha confirmado a tendência). Contudo, recuando para se ter um panorama mais longo, verifica-se que após as vendas de 62 492 do primeiro número, a circulação média da *Focus* registou sempre valores abaixo dos 40 mil exemplares.

Em 2000 tinham-se verificado várias oscilações, com bimestres a subir e outros a descer. Aquele em que a *Focus* alcançou melhores resultados foi o quarto (julho e agosto) com quase 38 mil exemplares de circulação média. Fechou o ano perto dos 32 mil, mas registou em maio/junho menos de 29 mil revistas vendidas. Em 2001 os resultados tornaram-se piores. No período de março/abril as vendas já tinham descido para pouco mais de 25 mil, o pior resultado de sempre. E só no último bimestre de 2001 conseguiram ultrapassar a fasquia dos 30 mil exemplares (confirmando “o aumento constante das vendas” revelado pelo diretor-adjunto).

No âmbito das comemorações do segundo aniversário, João Ferreira anuncia também o lançamento do “Grande Concurso FOCUS” no valor total de 25 mil contos, com prémios que incluem três automóveis de “gama alta”, viagens, televisores, câmaras de vídeo, computadores e aparelhagens (Ferreira, 2001, p. 2). Uma iniciativa com a duração de seis semanas que pode ajudar a explicar a subida para uma média de 31 238 exemplares vendidos no último bimestre (novembro e dezembro) de 2001, uma vez que no início do ano seguinte os valores da circulação média voltam a cifrar-se abaixo dos 30 mil exemplares, assim se mantendo nos primeiros seis meses de 2002.

O diretor-adjunto garante que a equipa da *Focus* “em larga medida renovada” se encontra mais motivada que nunca para melhorar a publicação. Reafirma que “a aposta continua a mesma de sempre: rápida, precisa e directa ao assunto. Para informar, emocionar, entreter, divertir — destinada a todos os leitores que apreciam uma boa história”. E, reforçando o piscar de olhos ao alargamento do público, explica que a *Focus* é feita para “leitores de todas as classes e origens, sem privilegiar ou discriminar este ou aquele nicho” (Ferreira, 2001, p. 2). A partir do número de aniversário, João Ferreira promete mais reportagens, que tornem possível “contar histórias com pessoas dentro”, um princípio que, tal como a capacidade de emocionar, faz parte do genoma da newsmagazine.

Ao contrário do que tinha acontecido no primeiro aniversário, o segundo reflete-se na

capa. A *Focus* cobre a metade esquerda com um espaço de autopromoção, que simula fazer parte da verdadeira capa. Através desse dispositivo, chama à primeira página da revista todas as novidades. Em primeiro lugar, que mudou o dia de publicação, com um título no quadrante superior esquerdo, em maiúsculas a preto, de grandes dimensões, “O Mundo/Em Directo/Agora/À Quinta-feira”, encimado por uma segunda informação, a do “2º Aniversário”, também a maiúsculas pretas, de menor dimensão, sublinhadas a vermelho. Por fim, em destaque no cabeçalho, anuncia-se “Grande/Concurso” e, mais abaixo, mostram-se os prémios principais, os três automóveis, e dão-se mais informações sobre a iniciativa.

O leitor que levante a parte simulada da capa, encontra no verso um RSF impresso através do qual pode solicitar a assinatura da newsmagazine. Encontra também uma das mais confusas capas da história da *Focus*. A revista não soube trabalhar a transição entre os espaços coberto/descoberto, resultando numa capa bipartida por dois temas totalmente díspares — a vida da escritora J. K. Rowling no Porto, à esquerda, e as últimas descobertas médicas para minorar os transtornos femininos causados pela menstruação, à direita. Para além de mais duas chamadas secundárias em cabeçalho a dividir atenções, a capa deixa a pairar numa zona central a indicação “Com este número ganhe!”, com uma seta a apontar para a esquerda, em busca da explicação que apenas consta do espaço de autopromoção. Como a parte simulada da capa se encontra levantada, logo, invisível, o significado da indicação é inexistente.



Figuras 90 e 91

A *Focus* chama à “capa” o segundo aniversário da revista, a 25 de outubro de 2001, mas quando se levanta a metade esquerda simulada surge um dos mais confusos rostos da história da newsmagazine portuguesa (imagem da direita).

Fontes: Reproduções dos originais.

Com Ferreira Fernandes e João Ferreira, a *Focus* vive um período de estabilidade na direção que dura sensivelmente dois anos. Em maio de 2002 a newsmagazine faz a quarta e última mudança de dia de publicação (e a segunda da direção vigente), passando a sair à quarta-feira, antecipando-se nas bancas um dia em relação à *Visão*, seguindo a mesma estratégia da *Factos*, em 1997, e da *Face*, em 1989, esta última em relação à *Sábado* (I Série). Acontece do n.º 136, de 23 de maio, para o n.º 137, que, em vez de ser publicado a 30, sai para as bancas a 29 de maio de 2002. Ao contrário do que tinha acontecido em outubro de 2001, esta alteração não é nem anunciada nem explicada aos leitores.

A 6 de novembro de 2002, a *Focus* comemora o terceiro aniversário com uma tiragem média a rondar os 50 mil exemplares, um terço do primeiro número, com a circulação média perto dos 30 mil exemplares. Custava agora €2,40, um acréscimo de 30 cêntimos. Apesar disso, João Ferreira assina o espaço de editorial em tom otimista. Intitulado “Três anos”, o texto apresenta os conteúdos do número 160 e no último parágrafo aborda a efeméride, reafirmando o modelo e as ambições da *Focus*, num discurso decalcado do que usara no ano anterior. Diz João Ferreira que “ao iniciarmos o quarto ano de publicação reafirmamos o compromisso de fazer todas as semanas uma revista para informar, emocionar, entreter, divertir e surpreender — destinada a todos os leitores que apreciam uma boa história com pessoas dentro”. No mesmo texto é anunciada a oferta de “uma nova revista, a **FOCUS-Especial/Conhecer**, que promete dar que falar” (Ferreira, 2002, p. 5).

Nasce, assim, a *Conhecer*, uma extensão da *Focus*, que se pretende diferente daquelas que a *Visão* oferecia. A capa da nova revista incluirá sempre o logótipo da “newsmagazine-mãe” abaixo do título, com a discreta menção “Especial”⁸⁶. A *Conhecer* é mensal e de dimensões superiores à *Focus* (23X30 cm contra 20X26,5 cm). Tem 100 páginas em papel de grande qualidade, com lombada e capa em papel couché brilhante. Dirigida por Ferreira Fernandes, cargo que acumula com a direção da *Focus*, e aproveitando as sinergias da redação da newsmagazine, a nova publicação trabalha grandes reportagens, uma vez que a sua periodicidade a liberta do “espartilho do noticiário” (Fernandes, 2002a, p. 96).

86 A revista encontra-se catalogada na Biblioteca Nacional com o título *Focus Especial — Conhecer*.

Figura 92

Em 2002, por ocasião do terceiro aniversário, a *Focus* lança uma extensão da revista, a *Conhecer*.

Fonte: Reprodução do original.



Com o slogan “Tudo o que você sempre quis saber, nós respondemos com grandes reportagens” abaixo do título, do n.º 1, a *Conhecer* coloca várias questões sobre temas variados na capa, muitas a roçar o insólito, às quais dá resposta no interior em peças desenvolvidas. Depois de o primeiro número ter sido oferecido gratuitamente com a *Focus*, e amplamente anunciado e publicitado na capa e no interior da newsmagazine, a *Conhecer* passa a vender-se autonomamente por um preço de €2,25, a partir do n.º 2, datado de dezembro de 2002. A revista encerra no n.º 19, que corresponde ao mês de junho de 2004, sob a direção de João Ferreira, que substituíra Ferreira Fernandes em outubro do ano anterior.

A 26 de novembro de 2003, o jornal *Público* noticia que Ferreira Fernandes se demitiu do cargo de diretor da *Focus* dois dias antes, embora permaneça em funções no título durante mais dois meses⁸⁷. Faltavam dois dias para a *Tempo*, de Alfredo Lavrador, ser lançada a 28 de novembro de 2003, e o segmento das newsmagazines começar a ser disputado por três títulos ao mesmo tempo pela primeira vez em Portugal. “A demissão apanhou de surpresa a redação”, escreve o diário na curta peça não assinada, e “na base da sua decisão estarão conflitos

87 Notícia disponível em <http://www.publico.pt/media/noticia/ferreira-fernandes-deixa-direccao-da-focus-1177006>.

com a administração [da Impala] devido à permanente interferência desta na elaboração do conteúdo editorial da revista”. Em declarações ao *Público*, o jornalista disse que saía “por razões que são internas”. E acrescentou ainda: “vim para cá porque fui convidado e vou-me embora porque decidi sair. Tem sido assim a minha relação com os jornais ao longo da vida”. Neste desabafo que nada revela, cumpre salientar esta última frase, uma vez que, mais uma vez, se encontra um exemplo no discurso de um jornalista de englobamento da newsmagazine no universo dos jornais e não no das revistas.

Na mesma notícia, o *Público* informa também que Ferreira Fernandes será substituído por Carlos Ventura Martins durante os dois meses que ainda ficará no título, mas na ficha técnica da *Focus* o nome do jornalista demissionário mantém-se como diretor até ao final de janeiro. No n.º 225, de 4 de fevereiro de 2004, cede o lugar ao até então diretor-adjunto, João Ferreira e, uma vez mais, nada é dito aos leitores sobre esta transição. O último membro da equipa diretiva fundadora da *Focus* deixa, assim, o título que ajudou a lançar. O cargo de diretor-adjunto desaparece e tudo o resto se mantém igual à semana anterior.

Analisando a ficha técnica, encontra-se uma estrutura mais reduzida, constituída pelo diretor, quatro editores, António Mendes Nunes, Luís Silvestre (que começara como jornalista em 1999), Manuel Catarino e Ricardo Simões Ferreira. Na redação há 18 jornalistas. Blandina Costa, Maria João Leal e Susana Torrão são redatoras desde o primeiro dia, Catarina Carneiro de Brito e Ricardo J. Rodrigues⁸⁸, tinham entrado no n.º 1 como estagiários. Volvidos pouco mais de quatro anos, verifica-se que restam seis dos cerca de 40 elementos da equipa fundadora da newsmagazine.

Dois meses e meio mais tarde, a *Focus*, à semelhança da *Visão*, prepara-se para enfrentar a nova concorrente que se encontra prestes a entrar no segmento das newsmagazines, a *Sábado* do grupo Cofina. Assim, o n.º 235, de 14 de abril de 2004, traz duas novidades — um novo design gráfico e um reforço da direção com a entrada de José Rocha Vieira para diretor executivo, mantendo-se João Ferreira como diretor (na ficha técnica o seu nome passa para segundo lugar). É Rocha Vieira quem escreve a “Nota da Redação”, o novo espaço de diálogo com o leitor, à direita da página quatro, que divide com a ficha técnica. Jornalista há mais de 30 anos, o diretor executivo da *Focus* fizera parte da equipa fundadora do jornal *Tal & Qual*, que chegara a dirigir, fundara e fora diretor da revista *TV Mais*, e do seu currículo faziam ainda parte a revista *Telenovelas* e o diário *24 horas*, que dirigira até 2000.

O texto assinado por José Rocha Vieira divide-se em duas partes, sendo a segunda a habitual apresentação dos conteúdos em destaque no interior da revista. A primeira parte é para explicar a sua entrada na *Focus*. O artigo tem como título “Na hora da mudança” e explica que depois de três anos arredado do jornalismo, chegava à newsmagazine “com o entusiasmo de

88 Que em 1999 assinava apenas Ricardo Rodrigues.

sempre” para “comandar a equipa da FOCUS nesta nova fase da sua vida”. Esclarece que esse trabalho será feito em “parceria com o director editorial [a ficha técnica refere apenas “director”], João Ferreira, excelente profissional e velho amigo” (Vieira, 2004, p. 4).

O diretor executivo diz que aceita o cargo, “norteado pelos princípios mais nobres do jornalismo: independência, rigor, equilíbrio, bom gosto e bom senso”. Consciente das dificuldades que se avizinhavam, admite que “o caminho é longo e sinuoso, não há tempo a perder”. Muito rapidamente, refere-se às alterações de design dizendo que “como o leitor já poderá verificar nesta edição, a FOCUS começou a mexer”. As alterações têm por objetivo tornar a newsmagazine “mais rigorosa, mais clara, mais elegante, mais variada, mais apetecível”, no intuito de fazer “uma grande revista para gente com visão apurada”. No final da coluna de Rocha Vieira há um *post scriptum* de incentivo à participação do leitores na vida da revista, onde se lê “**P.S.** — Caros leitores: Escrevam-nos, sugiram, comentem, critiquem. Executem, se for caso disso, o Director Executivo. Obrigado!” (Vieira, 2004, p. 4).

Através das alterações no sumário, que apenas ocupa uma página, verifica-se que houve um refrescamento do design, mas não alterações radicais. Manteve-se a estruturação em duas áreas, com as imagens dos temas em destaque, acompanhadas de algumas linhas de texto a contextualizá-las, a manterem-se na metade esquerda. A página deixa cair o logótipo no canto superior esquerdo o que permite que a primeira imagem suba, ao mesmo tempo que dispensa filetes a separar as colunas, o que resulta em mais espaço em branco que dá uma maior leveza visual, deixando respirar a página. É na tabela de conteúdos que se registam mais alterações. Passa de duas colunas a uma listagem única e deixa cair as secções para se tornar meramente temática — tendo sempre uma palavra a resumir o assunto ou a corresponder a um espaço concreto. As rubricas fixas, antes arrumadas no final do sumário de forma agregada, surgem agora ao longo do índice que começa na primeira página e termina na última, sem compartimentos de tipo algum. Embora haja diferenças, o sumário com as alterações introduzidas fica mais próximo do da *Visão*.

Comparando as capas das edições n.º 234 e 235 nota-se, nesta última, maior modernidade e dinamismo no *layout*, que recorre a um fundo totalmente alvo que remete para o modelo inicial de 1999. Contudo, a forma como se constrói o dispositivo capa em torno da relação da imagem, uma criança a ser amamentada, com o título expressivo formal de grandes dimensões, a duas linhas, em azul, “PSD mama/ PS chora”, resulta num tratamento que resvala para o enquadrável no sensacionalismo. O título é claramente comprometido, a *Focus* afirma a culpa dos partidos referidos, sublinhada com o antetítulo «O escândalo dos “tachos”». Mergulha, assim, num território que não é o habitual no segmento das revistas de grande informação.



Figuras 93 e 94

Comparada com a edição anterior (à esquerda) a primeira capa da *Focus* com Rocha Vieira como diretor executivo, a 14 de abril de 2004, ganha clareza, mas o jogo entre imagem e título resulta num dispositivo que penetra no território do sensacionalismo.

Fontes: Reproduções dos originais.

Na semana seguinte, a 21 de abril de 2004, é a vez de João Ferreira assinar a “Nota da Redacção”. O diretor dá duas boas notícias aos leitores. O estudo Bareme da Marktest revelou que a audiência média da *Focus* continuava a subir (de 1,7 no primeiro trimestre de 2003 para 1,8 no período homónimo de 2004), e que os números que iam chegando sobre as vendas da edição anterior, a primeira com Rocha Vieira na direção executiva, “apontam para uma elevada adesão dos leitores”. Para o diretor da *Focus*, são “sinais muito animadores”, tanto mais por irem ao encontro de um momento em que a revista “está a mexer, com uma imagem mais apetecível e conteúdos renovados, que trazem a marca do novo diretor executivo, José Rocha Vieira, com quem tenho o prazer de reatar uma cumplicidade antiga” (Ferreira, 2004a, p. 4).

Com este texto de João Ferreira, passa a haver uma certeza — a direção da *Focus* está empenhada num discurso de envolvimento dos leitores, quebrando as mudanças não anunciadas e inexplicadas que se tinham tornado quase uma imagem de marca da newsmagazine da Impala. Isto num momento em que os números da APCT, ao contrário do resultado do Bareme da Marktest, não eram positivos. Nos primeiros dois meses de 2004 a *Focus* registara uma circulação média de 28 511 exemplares, contra 30 441 em igual período de 2003, uma quebra nas vendas de 6,3%. Contudo, numa observação mais atenta e recuando à semana

anterior, ao número de apresentação de Rocha Vieira, constata-se uma alteração de fundo na ficha técnica. Os e-mails pessoais de cada elemento da redação desapareceram, dando lugar a um único, com a indicação “geral”. Não só cai por terra mais uma das características pioneiras e diferenciadoras da *Focus* como nasce uma interrogação: até que ponto a nova direção quer construir uma verdadeira proximidade com o leitor?

Seis meses mais tarde, a 27 de outubro de 2004, no n.º 263, a *Focus* festeja o quinto aniversário, com referência ao facto no canto superior direito da capa, onde anuncia, também, um suplemento especial de 24 páginas comemorativo. Com direito a capa própria, o suplemento é constituído por um “Superteste Portugal e o Mundo”, para averiguar os conhecimentos dos leitores, acompanhado de um revisitar dos principais acontecimentos que marcaram os últimos cinco anos. Contém também uma peça não assinada, intitulada “Como se faz a Focus?”, na qual se explica o processo de produção da revista desde o momento em que é planeada pelo diretor em conjunto com os editores, até ao momento em que é transportada para chegar às bancas. Nas duas páginas finais mostra as 263 capas já publicadas e fecha como uma contracapa de agradecimento aos leitores e anunciantes.

No espaço “Nota da Redacção”, João Ferreira redige um curto texto com quatro parágrafos. Começa por apresentar o suplemento especial referente aos cinco anos da publicação, lembrando de seguida o primeiro número e o conceito “news to use⁸⁹” importado da *Focus-Magazin* alemã, as “notícias para usar, com aplicação prática imediata — ou para guardar e consultar sempre que necessário”. Olhando para fora, João Ferreira garante que “a multiplicação da concorrência é um estímulo para fazermos mais e melhor”. O que resta do terceiro parágrafo debruça-se sobre o crescimento e consolidação da *Focus*, a conjuntura negativa, os problemas no mercado publicitário e a importância de estar integrado num grupo de comunicação com a dimensão da Impala. Um texto que repete o conteúdo, em algumas frases pelas mesmas palavras, do segundo parágrafo do balanço feito por João Ferreira aquando do segundo aniversário da *Focus*, três anos antes. Em menos de cinco linhas, o último parágrafo serve para agradecer à equipa que faz a *Focus*, aos leitores e anunciantes. O diretor termina, dizendo que “renova o compromisso de arregaçar as mangas e deitar mãos à obra para fazer uma FOCUS capaz de o surpreender todas as semanas” (Ferreira, 2004b, p. 4).

Nessa semana de aniversário, a ficha técnica não apresenta alterações. Mas não deixa de ser estranho que o diretor executivo, José Rocha Vieira, não tenha também uma palavra para os leitores num momento de celebração. E ainda mais estranho é o seu rosto não constar da enumeração fotográfica dos 48 elementos da equipa da *Focus* que surgem ao longo da peça “Como se faz a Focus?”. Na edição seguinte, de 3 de novembro, Rocha Vieira já não consta da ficha técnica. Desaparece, menos de sete meses após ter entrado, sem qualquer aviso prévio

89 A expressão correta é *news you can use*.

ou palavra por parte de João Ferreira que se mantém o diretor. A *Focus* regressa às alterações sem direito a explicações aos leitores.

Novamente sozinho na direção, João Ferreira apenas se mantém no cargo mais oito meses, encerrando quase quatro anos de cargos diretivos na *Focus*. No último bimestre de 2004, enfrenta os piores resultados de sempre da newsmagazine. A circulação média da *Focus* nos meses de novembro e dezembro de 2004 cifrou-se nos 18 161 exemplares, pela primeira vez abaixo dos 20 mil, uma descida de 31%, quando comparada com igual período de 2003 (26 335). A *Sábado*, apenas há sete meses no mercado, atingira uma circulação média de 45 511 exemplares, quando a *Focus*, em cinco anos, excecionando o primeiro número, numa tinha atingido os 40 mil. A *Visão*, por seu turno, mantinha a liderança destacada, com uma média de 97 504 revistas vendidas semanalmente em novembro e dezembro de 2004.

No início de 2005, os números da *Focus* começaram a subir de forma muito lenta e no segundo bimestre (março e abril) estavam nos 21 453 exemplares de circulação média. A *Sábado* ultrapassava os 53 mil, a *Visão* os 103 mil. A administração da Impala deve ter decidido que era necessário fazer alguma coisa. A 29 de junho de 2005 é Frederico Valarinho quem assina a “Nota da redação” e na ficha técnica percebe-se que João Ferreira se mantém na *Focus*, mas como redator-principal. Valarinho titula “Verão é sempre tempo de mudança” e usa os primeiros dois parágrafos do artigo para explicar aos leitores a mudança na direção da revista. Começa por fazer um elogio à “notável linhagem de profissionais que ocuparam o lugar de director da FOCUS” (de facto, em menos de seis anos, é a oitava direção a tomar posse e o sétimo diretor que a *Focus* conhece), sem esquecer João Ferreira. Sublinha “a inexcedível dedicação” do seu antecessor e agradece o profissionalismo da equipa da *Focus* “que soube encarar a passagem de testemunho com naturalidade, empenhando-se para que, todos juntos, pudéssemos, desde já, começar a renovar e a melhorar” (Valarinho, 2005a, p. 2).

O segundo parágrafo é dirigido aos leitores, a quem o novo diretor garante que “a FOCUS não vai passar por uma revolução”, uma vez que uma mudança na direção não significa que “o profissional cessante fosse menos capaz do que o seu sucessor”. Mas entendeu-se “ser necessária uma “lufada de ar fresco”, uma “gota de sangue novo”, para trazer ideias e estilos inovadores”. Com esta alteração, explica Valarinho, “queremos melhorar na continuidade, dando aos nossos leitores toda a qualidade de informação a que se acostumaram”. A ficha técnica passa a incluir um e-mail do diretor, para além do geral. Mais tarde, chefe de redação e editores também passam a incluir os seus endereços de correio eletrónico.

Seis dias antes do primeiro número da *Focus* dirigida por Frederico Valarinho chegar às bancas, a mudança de direção na revista foi notícia nos meios de comunicação social. O *Diário Digital* refere que a alteração acontece ao mesmo tempo que Pedro Camacho assume a direção da *Visão*, e tem como objetivo “criar um produto aliciante, mais arrojado e capaz de

recuperar leitores”⁹⁰. Em declarações ao jornal eletrónico, Frederico Valarinho “reconheceu que «a Focus está abaixo dos seus objectivos comerciais e é preciso fazer alguma coisa, sem prejuízo para quem está»”. No *Diário de Notícias*, a peça⁹¹ é maior e acrescenta uma caracterização do novo diretor, dizendo que tem 40 anos, trabalha no grupo Impala há 13 anos, onde era “responsável pelos projectos especiais e coordenava os suplementos da newsmagazine [embora o seu nome nunca tivesse constado da ficha técnica da revista]”.

As declarações de Valarinho ao *Diário de Notícias* são otimistas. Acredita que “a Focus pode recuperar o seu espaço no segmento” das newsmagazines. Sobre as razões da sua escolha, explica que “a administração achou que eu tinha o perfil e a experiência adequadas e eu, que gosto de desafios, decidi aceitar”. Sobre a *Visão* e a *Sábado*, afirma serem “uma concorrência de peso, são dois contendores de grande qualidade e com excelente implantação”, mas garante já ter definido uma estratégia. Assumindo-se “essencialmente como repórter”, o novo diretor afirma querer “uma revista com grande reportagem e investigação, que tenha boas histórias para contar”. Valarinho, “que não descarta a hipótese de reforçar o corpo redactorial”, afirma que não lhe foram exigidos números. Apesar disso, diz que “se no final do ano estivermos a vender mais 30 a 40% significa que vamos no bom caminho” (Gaspar & Azinheira, 2005).

Duas semanas mais tarde, a *Focus* comemora as 300 edições, a 13 de julho de 2005, dedicando a página 3 à efeméride, com uma peça não assinada, ilustrada pelas capas dos n.º 1, 100 e 200 da newsmagazine. O texto, contudo, foge ao habitual nestas ocasiões e olha para fora, para as mudanças no país e no mundo nos últimos cinco anos, desde o lançamento da *Focus*, num sumário claramente negativo que inclui, por exemplo, o atentado de 11 de Setembro nos Estados Unidos, a queda da Ponte de Entre-os-Rios, em Castelo de Paiva, e a crise económica, “com os portugueses a apertar o cinto até ao limite de fractura da fivela” (2005a, p. 3).

A 26 de outubro de 2005, Frederico Valarinho faz um referência em *post scriptum* no espaço “Nota da redacção”⁹² aos seis anos alcançados pela *Focus*, que se traduz também na referência “6 anos” no rodapé das páginas, entre a indicação do número da edição e do ano em causa. Não há qualquer referência ao aumento de preço para 2,75 euros que se regista a partir desse número (o 315). O diretor diz apenas: “A FOCUS comemora, esta semana, seis anos de existência. Uma curta vida, quando comparada com a de outras revistas, mas recheada de factos que mudaram o Mundo e que nas páginas desta edição serão recordadas[sic]” (Valarinho, 2005b, p. 4). Na capa, tal como tinha acontecido no ano anterior, há uma menção ao aniversário no canto superior direito, ao lado do logótipo, com um número seis construído com diferentes capas da revista. Da junção entre imagem e texto lê-se “6 anos/ Nascemos.../ E o Mundo mudou”.

90 Notícia consultada em http://diariodigital.sapo.pt/news.asp?id_news=179759 (já não se encontra disponível).

91 Disponível em http://www.dn.pt/inicio/interior.aspx?content_id=603725&page=-1.

92 Deixa cair a maiúscula em “redacção”.

Apesar do otimismo de Frederico Valarinho quando assume a direção da *Focus*, os resultados obtidos não podiam ser mais contrários aos pretendidos. Em primeiro lugar, no terceiro bimestre de 2005, ou seja, ainda sob a batuta de João Ferreira, as vendas da *Focus* tinham disparado quase 44%, atingindo os 30 819 exemplares (uma informação que quando foi conhecida já Ferreira tinha sido substituído por Valarinho). A última vez que a newsmagazine ultrapassara os 30 mil exemplares tinha sido no período de Julho/Agosto de 2004, ou seja, sensivelmente um ano antes. No primeiro bimestre com Valarinho, os resultados descem para 26 210 e até ao fim do ano não voltam a ultrapassar os 20 mil exemplares⁹³, fechando 2005 com 18 186 revistas vendidas, registo idêntico ao de dezembro de 2004 e uma quebra de 41% em relação ao melhor resultado do diretor anterior.

Neste panorama, em vez de novas contratações, a redação da *Focus* reduz-se, no âmbito de um processo de despedimento coletivo levado a cabo pela Impala em outubro de 2005, envolvendo outras publicações do grupo. O caso teve uma repercussão alargada nos meios de comunicação social. Adelino Gomes noticia no *Público*⁹⁴ que “a revista mais afectada é a *Focus*, que viu os seus jornalistas serem reduzidos para cerca de metade. São despedidos sete jornalistas e um infográfico, ficam seis jornalistas, dois editores, o director e cinco estagiários” (Gomes, 2005).

O *Diário de Notícias*⁹⁵ dá conta de que “os sete jornalistas da revista *Focus* que constam da acção de despedimento colectivo do grupo Impala enviaram ontem uma queixa à *Focus* alemã, empresa dona da marca”. Os queixosos garantem que neste momento a redação da newsmagazine tem somente “cinco jornalistas e seis estagiários não remunerados”. Na carta dirigida à *Focus* alemã, os jornalistas afirmam existir por parte da administração da Impala uma “total ingerência da administração nos conteúdos editoriais”, razão pela qual “a *Focus* perdeu toda a credibilidade”. Acrescentam ainda o facto de a revista ter conhecido três diretores no espaço de um ano, o que consideram impedir “o natural funcionamento da redacção”.

Entre os jornalistas dispensados encontram-se o anterior diretor, João Ferreira, e o chefe de redacção, Paulo Caetano. Frederico Valarinho mantém-se à frente da revista. Regressando à notícia do *Público*, lê-se que Paula Rodrigues, administradora da Impala, justifica os despedimentos pelo “facto de as revistas não estarem a atingir os objectivos previstos a nível de vendas” (Gomes, 2005). No que diz respeito à newsmagazine, mesmo com a redacção reduzida a metade, a administradora da Impala, ao jornal *Meios & Publicidade*⁹⁶, diz acreditar que “com um maior empenhamento dos restantes elementos da equipa, é possível fazer a edição

93 Uma quebra que não se pode justificar pelo aumento do preço, pois no bimestre de setembro/outubro a *Focus* já regista vendas de 18 337 e o aumento de preço acontece apenas no final de outubro.

94 Notícia disponível em <http://www.publico.pt/media/noticia/despedimento-na-impala-reduziu-jornalistas-da-focus-a-metade-1235559>.

95 Notícia disponível em <https://www.dn.pt/arquivo/2005/jornalistas-queixam-se-a-focus-alema-627900.html>.

96 Notícia disponível em: http://www.meiosepublicidade.pt/2005/10/Impala_despede_17_colaboradores/.

com as pessoas que ficam”. Em relação ao futuro, a responsável garantiu a continuidade do título e disse que o “conceito da Focus é para manter”. Apesar disso, Paula Rodrigues não descarta a possibilidade de a revista sofrer algumas alterações, que passem por “melhorias do grafismo e algumas acções editoriais”.

Frederico Valarinho mantém-se na direcção mais um ano e quatro meses, não havendo celebração do sétimo aniversário do título, em outubro de 2006. Durante os primeiros seis meses de 2006, a newsmagazine da Impala manteve-se sempre com vendas pouco acima dos 16 mil exemplares — os piores resultados de sempre. Ultrapassa um pouco os 21 mil no período de julho/agosto, desce novamente para os 16 mil e encerra o ano perto de atingir as 20 mil revistas de circulação média. O início de 2007 traz ainda piores números. A média de vendas em janeiro e fevereiro cifra-se nos 15 569 exemplares, descendo abaixo dos 16 mil pela primeira vez. Isto no mesmo bimestre em que a *Sábado* registava o seu melhor resultado de sempre, atingindo uma média de 75 817 revistas vendidas por semana, aproximando-se da *Visão* que baixara para os 86 564 exemplares.

A 14 de março de 2007, o *Público*⁹⁷ noticia que Luísa Jeremias é a nova diretora da *Focus*, embora a designação apenas passe a constar da ficha técnica da revista na semana seguinte, no n.º 388, de 21 de março. A jornalista era até então diretora editorial das revistas *TV 7 Dias* e *Nova Gente*, também do grupo Impala, acumulando agora os dois cargos com a direcção da *Focus*. Com Luísa Jeremias chega Nuno Ramos de Almeida que assume a direcção executiva. No *Público* lê-se que “a mudança na direcção editorial da revista deve ter como ponto de partida uma alteração do modelo gráfico e editorial, com vista a tentar fazer com que a «Focus» acompanhe as suas duas concorrentes destacadas nas vendas: «Sábado» e «Visão»”.

Uma vez mais, nem uma palavra aos leitores sobre a mudança de direcção. Nem Valarinho se despede, nem Jeremias se apresenta. Aliás, quem passa a assinar semanalmente o espaço “Nota da Redação” é o diretor executivo, Nuno Ramos de Almeida. Comparando as fichas técnicas encontram-se mais alterações. Em primeiro lugar, um regresso ao e-mail geral, desaparecendo todos os outros. Depois, uma total mudança na equipa diretiva. O chefe de redação e os quatro editores que trabalhavam com Frederico Valarinho, assim como o redator principal, passam a estar todos integrados como jornalistas na redação. Os editores reduzem-se a dois, ambos novos na revista, Paulo Santos Ferreira e Paulo Narigão Reis.

Luísa Jeremias não chega a completar dois meses à frente da *Focus*. A última revista com o seu nome na direcção sai para as bancas a 9 de maio de 2007. A jornalista aceita o convite do grupo Controlinveste para trabalhar com Pedro Tadeu na reformulação do jornal diário *24horas* e cessa todas as funções que desempenhava na Impala. Na semana seguinte, no n.º 396, de 16

97 Notícia disponível em <http://www.publico.pt/media/noticia/luisa-jeremias-dirige-revista-focus-a-partir-de-hoje-1288215>.

de maio de 2007, o diretor executivo Nuno Ramos de Almeida passa a diretor da *Focus*. Não há outras alterações na ficha técnica da publicação e, mais uma vez, nada é dito aos leitores. De acordo com os dados da APCT, no terceiro bimestre de 2007 (maio/junho) a newsmagazine volta a registar novos mínimos, com uma circulação média abaixo dos 15 mil exemplares.

Nuno Ramos de Almeida fica sete meses à frente do título da Impala. O bimestre de julho/agosto traz uma recuperação nas vendas de quase 47%, subindo para 21 708 exemplares por semana. Tal como no ano anterior, não se comemoram os oito anos da publicação, em outubro de 2007. No quarto bimestre os resultados voltam a cair, registando-se pouco mais de 17 mil exemplares de circulação média, e o ano fecha com novo mínimo histórico — uma média inferior a 14 mil revistas vendidas por semana. Quase no fim do ano, no n.º 427 de 19 de dezembro de 2007, Nuno Ramos de Almeida escreve no último parágrafo do “Nota da redação”:

Termino hoje o meu trabalho como director da FOCUS. Cabe aos leitores o julgamento do trabalho feito. Quero apenas dizer duas coisas: tive um grande prazer em trabalhar na Impala com as pessoas que fazem esta revista e desejo ao meu camarada Adelino Cunha, e restante equipa, as maiores felicidades (Almeida, 2007, p. 4).

Adelino Cunha já trabalhava com Nuno Ramos de Almeida, como editor executivo, cargo que deixa de existir quando assume a direção. Não há mais alterações na estrutura da redação. A 26 de dezembro de 2007 o novo diretor assina o “Editorial”, designação que substitui “Nota da Redação”, embora continue a não corresponder ao género jornalístico em causa. O espaço divide-se em duas áreas. Uma, em rodapé, que remete para dois temas da revista, acompanhados de fotografia. Na parte superior encontra-se o texto de Adelino Cunha, intitulado “Umbigo”. Metade do texto justifica o título, uma vez que é uma divagação em tom de crónica sobre o momento em que a mãe do novo diretor lhe telefonou a dar os parabéns pelo cargo.

Na segunda parte do texto, Adelino Cunha anuncia que a *Focus* “tem um rumo e uma estratégia”. Lembra que a newsmagazine “integra um dos maiores grupos de comunicação social do país, líder em vários segmentos do mercado”, acrescentando, em tom de desabafo, que “qualquer dia pode ser que me apeteça discutir “jornalistas *light*” e “jornalistas tablói-de””. O diretor garante que “a FOCUS não será melhor nem pior do que a concorrência: a FOCUS será diferente” (Cunha, 2007, p. 4). E termina enumerando os princípios que pautam a sua conduta, voltando, por isso, a “olhar para o seu umbigo”, para apresentar o tipo de diretor que a *Focus* passa a ter:

Acredito na cumplicidade com os leitores. Acredito nos factos. Acredito nas notícias sobre pessoas contadas para pessoas. Acredito nas histórias bem contadas. Acredito no futuro: nas novas técnicas jornalísticas que é preciso descobrir para descobrir os novos leitores e acredito no novo mundo que se está a abrir com as plataformas multimédia (Cunha, 2007, p. 4).

São apenas dois, os meses de Adelino Cunha à frente da *Focus*. O n.º 438, de 5 de março de 2008, é o último em que surge na ficha técnica como diretor. Nessa edição, o espaço de editorial afasta-se do tom de crónica, veste o género jornalístico homónimo, e é assinado apenas por “A Direção”. Não há palavras de despedida. Através de uma notícia da agência Lusa publicada no *Dinheiro Digital*⁹⁸, sabe-se que Adelino Cunha apresentou a demissão do cargo a 29 de fevereiro, o que explica a diferente configuração do editorial de 5 de março, muito provavelmente já redigido por outra pessoa. O até então diretor da *Focus* disse à Lusa que “sempre senti que estava director e não que era director da *Focus*”. Explicou também que tinha estabelecido “«uma série de objectivos» quando iniciou funções como director, quer «em termos de qualidade, de conteúdos, de audiências e de vendas»” que considera alcançados. Adelino Cunha sai no fim do primeiro bimestre do ano. De acordo com a APCT, a circulação média da *Focus* em janeiro e fevereiro de 2008 manteve-se abaixo dos 14 mil exemplares.

Na semana seguinte, a 12 de março de 2008, é Carlos Ventura Martins que assina o editorial. Sete anos depois de ter dirigido a revista, após a saída de Ferreira Fernandes, o diretor-geral de publicações do Grupo Impala surge como diretor interino, e Adelino Cunha mantém-se no projeto, como editor. Não há mais alterações na redação nem na estrutura da revista. As vendas descem ainda mais no segundo bimestre, caindo abaixo das 12 mil revistas vendidas semanalmente. Recuperam entre julho e outubro, para voltarem cair no fim do ano para um novo mínimo — 11 536 exemplares, de acordo com a APCT.

Apesar disso, e ao contrário do que tinha feito nos últimos dois anos, a *Focus* assinala o nono aniversário, na edição n.º 471, de 22 de outubro de 2008. Na capa, uma barra vermelha cruza o canto inferior esquerdo do fundo branco. Para além da indicação “9º aniversário FOCUS” num tom amarelo muito pálido, surge mais uma frase a branco, a duas linhas, “9 jovens que garantem o futuro e os grandes/ números 9 do futebol português”. O tema principal da capa multi-tema e multi-imagem exemplifica bem como, nove anos decorridos, a *Focus* ainda aposta no critério de noticiabilidade “news you can use” no rosto da revista. Centrada no “poder do elogio”, a capa coloca duas questões, deixando cair o ponto de interrogação, ao encontro da economia gráfica da newsmagazine, “Como funciona” e “Onde podemos errar”. A *Focus* oferece um manual para saber trabalhar o poder do elogio. Em termos imagéticos não é clara a razão por trás da escolha de uma massa densa e escura para representar um elogio.

98 Consultado em: http://dinheirodigital.sapo.pt/news.asp?id_news=95043 (a notícia já não se encontra disponível).

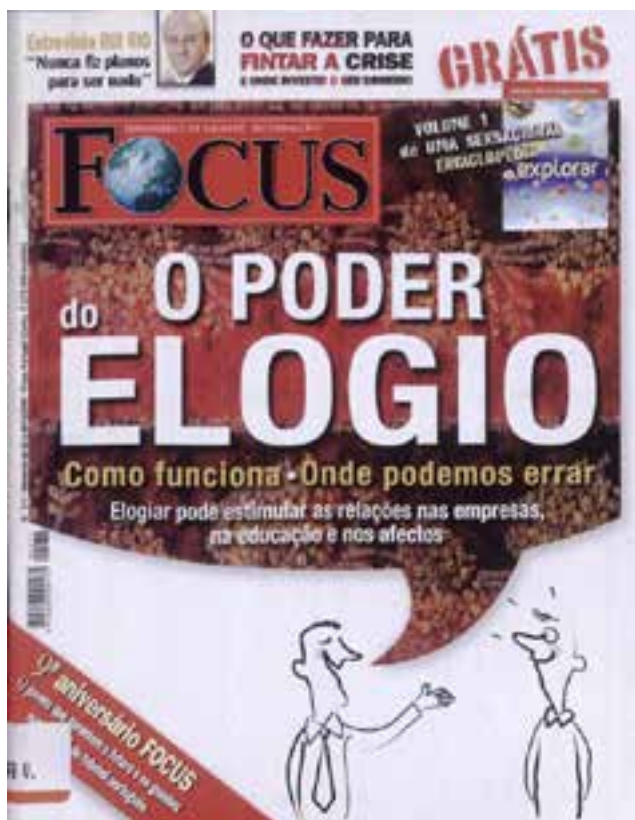


Figura 95

O poder do elogio faz a capa da edição em que se assinala o 9º aniversário da *Focus*, a 22 de outubro de 2008.

Fonte: Reprodução do original.

No editorial, assinado por Carlos Ventura Martins, o diretor interino diz que a *Focus* “permanece fiel ao seu espírito fundador e aos propósitos iniciais”, ser “uma revista moderna de informação, divulgação e lazer”. Apesar de Ventura Martins se referir a “propósitos iniciais”, os objetivos “divulgação e lazer” surgem pela primeira vez. Diz o responsável que “num mundo vertiginosamente célere, mutável e mediático, uma publicação com este programa editorial tem de se querer aberta, sedutora, rigorosa, inovadora, variada, plural e atraente”. Tem também de “saber renovar-se incessantemente” (Ventura, 2008, p. 5).

Ventura Martins considera que através do trabalho desenvolvido ao longo dos nove anos, “conseguimos afirmar uma revista digna, qualificada e reconhecida, com um estilo próprio e inconfundível, que não vende gato por lebre, nem promete o que não dá”. Garante também que “queremos fazer mais e melhor, indo ao encontro das expectativas dos nossos leitores e anunciantes, honrando a confiança que a sua fidelidade nos concede”. Um discurso de tal forma apaixonado que quase faz esquecer os maus resultados acumulados. Para o futuro, o diretor interino promete que “a qualidade, a isenção, a renovação, a ambição e a irreverência continuarão a inspirar-nos” (Ventura, 2008, p. 5).

Durante a direção interina de Carlos Ventura Martins, a redação do “Editorial” alternou entre este, o chefe de redação, Humberto Simões, e o editor Vítor Crisóstomo. A 13 de maio de 2009, é este último que assina o espaço onde o primeiro parágrafo destaca o facto de a *Focus*

ter alcançado o n.º 500. Crisóstomo escreve que “ao longo destes anos, a FOCUS procurou estar sempre na primeira linha da actualidade”, com o objetivo de “dar o melhor do jornalismo aos leitores”, tendo sempre o cuidado de “ser rigoroso na informação prestada”. Termina com um agradecimento aos leitores “que nos acompanharam até aqui e que nos continuarão a apoiar” (Crisóstomo, 2009, p. 5).

Cinco meses mais tarde volta a ser Humberto Simões a redigir o “Editorial” da revista n.º 523, de 21 de outubro de 2009. Assinalam-se os dez anos de publicação, mas sem referências na capa. A revista inclui um caderno especial intitulado “Há 10 anos a informar”. Para comemorar a primeira década de vida, a *Focus* convidou “10 duplas de vários sectores da sociedade portuguesa para ‘meter a foice em seara alheia’” (2009a, p. 19). Como exemplo, uma das duplas que surge é constituída pelo monárquico Nuno da Câmara Pereira e o republicano António de Almeida Santos. O primeiro aponta dez aspetos positivos da república, o segundo dez qualidades da monarquia.

No “Editorial”, o chefe de redação lembra o primeiro número de outubro de 1999, ilustrado com a capa que lançou a newsmagazine da Impala no mercado. Humberto Simões diz que “a FOCUS continua a seguir o caminho pretendido”, ou seja, “aquele que se considera ser o mais adequado”. Segundo o responsável, “para daqui a 10 anos continuar a ir todas as semanas para as bancas”, a *Focus* precisa de ter em consideração dez mandamentos:

1. Serás independente, pioneira e criativa;
2. Terás personalidade forte, agressividade e coragem;
3. Não cobiçarás a próxima;
4. Deverás ser a mudança que queres para o Mundo;
5. Cuidarás do presente, sem esquecer o passado e com os olhos no futuro;
6. Não te esquecerás de que errar é humano;
7. Serás íntegra e autêntica;
8. Terás metas para atingir;
9. Irás resistir estoicamente, mesmo quando sabes que tens razão;
10. Compreenderás o teu superior. (Simões, 2009, p. 5).

Na ausência de um Estatuto Editorial, Humberto Simões parece ter sentido necessidade de criar algo semelhante, dez anos depois da *Focus* se encontrar no mercado. Os primeiros dois pontos nesse sentido apontam. Depois, a enumeração resvala para campos de personificação da revista que aproximam os “10 mandamentos” de uma brincadeira bem-humorada com os leitores, que o chefe de redação remata com “Feliz Aniversário” em letras manuscritas no final da coluna de texto.

Menos de um mês mais tarde, a *Focus* sofre a última transição de direção. Na edição n.º 526, de 11 de Novembro de 2009, a ficha técnica passa a indicar Humberto Simões como

diretor, voltando Carlos Ventura Martins a ocupar-se apenas com as suas funções de diretor-geral de publicações do grupo Impala. Vítor Crisóstomo, que já dividia a responsabilidade de assinatura do “Editorial”, é o novo chefe de redação e não se encontram mais alterações. Esta mudança de contornos quase “naturais” não é comunicada aos leitores. No primeiro número como diretor, Humberto Simões assina um “Editorial” sobre futebol, sem uma palavra sobre o assunto.

Ao longo de 2009 os resultados da *Focus* não cessam de piorar. O melhor bimestre de vendas foi o quarto, com uma média de 11 927 revistas vendidas semanalmente. Nos restantes períodos, os resultados registaram-se sempre abaixo dos 11 mil exemplares, descendo abaixo dos dez mil no segundo e terceiro bimestre de 2009. Neste último, que corresponde aos meses de maio e junho, a newsmagazine registou o valor mais baixo de sempre, 9 071 exemplares de circulação média.

Em 2010, a *Focus*, dirigida por Humberto Simões, consegue uma notável recuperação, quase duplicando as vendas. Apesar de algumas oscilações, a revista da Impala fecha o ano com uma circulação média no último bimestre de 17 971 exemplares. Por curiosidade, referia-se que a 4 de agosto de 2010, no n.º 564, sem qualquer explicação, deixa de surgir na ficha técnica da *Focus* a referência à publicação alemã. Até ao n.º 563, a última zona da ficha técnica era constituída por um estreito retângulo onde, em letras de diminuta dimensão, se lia no primeiro parágrafo: “Partes do material editorial traduzidas e reproduzidas neste número são da revista Focus Alemanha. Todos os direitos reservados. Publicada com a permissão da revista Focus Magazin Verlag GmbH 9 — Arabellastrasse 23 D-81925 Munique, Alemanha”.

Na Biblioteca Nacional só existe uma das edições do mês de outubro de 2010, a que corresponde ao n.º 574, de dia 13. Não foi, por isso, possível averiguar eventuais referências aos onze anos do título ou até à razão do desaparecimento da referência à “revista-mãe”. Em 2011, as vendas da *Focus* continuam a melhorar e logo no segundo bimestre (março/abril) ultrapassam os 20 mil exemplares de circulação média. A revista do grupo Impala não ultrapassava a fasquia das 20 mil revistas vendidas semanalmente há quase quatro anos, desde o quarto bimestre (julho/agosto) de 2007.

No n.º 619, de 24 Agosto de 2011, o logótipo da *Focus* sofre o único *restyling* da sua história, acompanhando as alterações da “revista-mãe”, apesar do desaparecimento da expressão do vínculo na ficha técnica. A alteração mais visível é o desaparecimento do filete branco interior a delimitar o enquadramento do logótipo. O fundo vermelho passa a ser uma barra uniforme, sem fronteiras, e o tipo de letra usado mantém-se, tal como as cores — preto, delineado a branco —, com a letra O substituída por um globo terrestre, também delineado a branco. Apesar das similitudes e da manutenção do posicionamento, o logótipo alonga-se, estreitando-se, também, mas muito ligeiramente. O retângulo vermelho enquadrador passa de 12,5X4 cm, para 13,7X3,7 cm, enquanto os caracteres perdem dois milímetros na altura e aumentam três na largura. Para além disso, desaparece o subtítulo/

assinatura “Semanário de Grande Informação”. Com estas alterações, a marca da revista ganha modernidade, sem deixar de ficar assegurada a continuidade. No editorial, nada é dito sobre o redesenho do logótipo.

Cerca de dois meses mais tarde, a 19 de outubro de 2011, a *Focus* assinala os 12 anos de publicação, tal como acontecera dois anos antes, sem referências na capa. No interior assinala-se o aniversário com um artigo especial que partiu à procura das 12 personalidades mais influentes de 2011 para saber onde estavam 12 anos antes, em 1999. No “Editorial”, Humberto Simões reserva um último parágrafo à efeméride, no qual escreve: “A FOCUS faz 12 anos. Os últimos 12 meses foram maravilhosos, com as vendas sempre a subir. Obrigado, equipa! Obrigado, leitores! Sei que atravessamos uma crise profunda, mas quero mais” (Simões, 2011, p. 5). Neste editorial destaca-se ainda a assinatura do diretor inserida em estilo manuscrito no final do texto, que lembra uma tradição de algumas newsmagazines, que remonta à *Observador* e à “Carta Aberta” de Artur Anselmo, iniciada quatro décadas mais cedo, em 1971.

No final de outubro de 2011, a *Focus* atingiu os 22 254 exemplares de circulação média, uma fasquia na qual não tocava desde outubro de 2005, ou seja, há seis anos. Inesperadamente, cai quase 60% nos últimos dois meses do ano, para 9 551 exemplares, o último número registado pela APCT. A 12 de janeiro de 2012 a *Focus* volta a ser notícia nos meios de comunicação social. O grupo Impala anuncia o encerramento do título. Catarina Madeira, no *Económico Digital*⁹⁹, escreve que o fecho da newsmagazine deixa sem trabalho cerca de 18 pessoas, entre as quais dez jornalistas (Madeira, 2012). No *Diário de Notícias*, Filomena Araújo noticia¹⁰⁰ que a vice-presidente da Impala, Paula Rodrigues, justifica os despedimentos com “os custos com o papel e o peso dos impostos diretos pagos à cabeça” (Araújo, 2012). No dia 13 de janeiro de 2012, o Sindicato dos Jornalistas emite um comunicado¹⁰¹ em que faz um apelo ao grupo de Jacques Rodrigues “para que encete um verdadeiro processo de negociação, com o objectivo de manter a publicação da revista “Focus” e os postos de trabalho agora ameaçados, renunciando à solução mais fácil do encerramento e do despedimento”. Mas a *Focus* não volta a publicar-se.

99 Notícia consultada em http://economico.sapo.pt/noticias/impala-encerra-revista-focus-e-inicia-despedimento-colectivo_135784.html (já não se encontra disponível).

100 Notícia disponível em <https://www.dn.pt/tv-e-media/media/impala-chama-diretores-para-acertar-contas-2239532.html>.

101 Consultado em <http://www.jornalistas.eu/?n=8824> (o link já não se encontra disponível).

Figura 96

A última *Focus* saiu para as bancas a 11 de janeiro de 2012 com um dispositivo capa sombrio que fecha uma história atribulada com mais de 12 anos.
Fonte: Reprodução do original.



A Biblioteca Nacional não tem os três últimos números da newsmagazine¹⁰². A última edição da *Focus*, com o n.º 638, saiu para as bancas a 11 de janeiro de 2012. Não foi possível averiguar se alguma coisa no “Editorial” ou noutro local da revista indicava o encerramento, mas pelo percurso da revista a hipótese mais provável é que isso não tenha acontecido. Na última ficha técnica disponível para consulta, referente ao n.º 636, de 21 de dezembro de 2011, Humberto Simões mantém-se o diretor com Vítor Crisóstomo na chefia da redação. Segue-se um editor, Carlos Correia, e sete jornalistas na redação, bem longe da equipa de quatro dezenas de 1999. A revista tinha 134 páginas, custava 2,75 euros, e indicava uma tiragem de 26 mil exemplares. Os e-mails personalizadas para cada membro da redação da *Focus* tinham regressado.

Em 2001, Carlos Ventura Martins, então à frente da direção da revista, afirmava que “muitas vezes, é necessário pôr na capa da *Focus* assuntos aparentemente menos importantes do que o conteúdo global da revista para tentar fazer um apelo às outras pessoas que não compram a *Focus* habitualmente”. Ao longo da sua história, várias capas da *Focus* causaram acesas polémicas, tendo algumas motivado protestos e até queixas, primeiro para a Alta Autoridade para a Comunicação Social, depois para a Entidade Reguladora para a Comunicação

102 A Hemeroteca Digital indica a existência dos três nos seus arquivos.

Social. A aposta inicial de 1999, de uma capa quase assética construída com infografias criativas e destaques secundários arrumados de forma clara, rapidamente cedeu à capa, também multi-tema e multi-imagem, apostada em temas mais populares. Uma estratégia que faz parte do universo de publicações do grupo Impala, mas que não teve êxito com a *Focus* e a tornou uma revista híbrida, encurralada entre a necessidade de obediência ao modelo informativo da newsmagazine e a multiplicação de estratégias de sedução do leitor, muitas vezes próximas do sensacionalismo, na sua página principal.

A *Focus* resistiu mais de 12 anos a uma existência muito turbulenta. Numa fase inicial em que tentava impor-se no mercado, entre outubro de 1999 e maio de 2002, mudou três vezes o dia de semana de publicação, só o anunciando aos leitores na segunda alteração. Assim, a *Focus* começou por sair para as bancas à segunda-feira, passou para domingo, a seguir quinta-feira (em concorrência direta com a *Visão*) e, finalmente, optou por quarta-feira. A revista da Impala conheceu 13 direções, quatro logo nos primeiros dois anos, que somaram 12 diretores, uma vez que Carlos Ventura Martins ocupou o cargo duas vezes. Em síntese, os diretores da *Focus* de 1999 a 2012 foram os seguintes:

1. António Mateus: de 25 de outubro de 1999 a 12 de março de 2000;
2. Miguel Coutinho: de 13 de março de 2000 a 12 de maio de 2001;
3. Carlos Ventura Martins: de 13 de maio 2001 a 6 de outubro de 2001;
4. Ferreira Fernandes: de 7 de outubro de 2001 a 3 de fevereiro de 2004;
5. João Ferreira: de 4 de fevereiro de 2004 a 13 de abril de 2004;
6. José Rocha Vieira com João Ferreira (sistema duplo, pouco claro em termos hierárquicos, de diretor executivo e diretor): de 14 de abril de 2004 a 2 de novembro de 2004;
7. João Ferreira: de 3 de novembro 2004 a 28 de junho de 2005;
8. Frederico Valarinho: de 29 de junho de 2005 a 20 março de 2007;
9. Luísa Jeremias: de 21 março de 2007 a 15 maio de 2007;
10. Nuno Ramos de Almeida: de 16 maio de 2007 a 25 dezembro de 2007;
11. Adelino Cunha: de 26 dezembro de 2007 a 11 de março de 2008;
12. Carlos Ventura Martins: de 12 de março de 2008 a 10 de novembro de 2009;
13. Humberto Simões: de 11 de novembro de 2009 a 11 de janeiro de 2012.

Neste mar de alterações, a *Focus* deixou muitas vezes os leitores sem explicações. Mas talvez o melhor indicador de que a revista de Jacques Rodrigues não começou da melhor forma seja o facto de nunca ter publicado o Estatuto Editorial, o que significa que a newsmagazine não desenhou, pelo menos publicamente, a sua carta de princípios onde consagrasse o que era, quais os seus objetivos e que princípios defendia. Pontuada por escândalos causados por capas mais sensacionalistas e pelo descontentamento dos jornalistas com as ingerências

da administração e o questionamento das condições de trabalho, termina o seu percurso sem referências na ficha técnica à *Focus-Magazin*, um desaparecimento que fica por esclarecer.

Uma publicação do grupo Impala sem lucros é sempre uma publicação a prazo. E a *Focus* nunca conseguiu impor-se no mercado. Ao longo dos mais de 12 anos em banca, registou sempre resultados de vendas abaixo dos 40 mil exemplares, que foram decrescendo ao longo da sua existência, salvo a recuperação para a fasquia dos 20 mil no último ano de publicação. A vontade de vencer de Jacques Rodrigues no segmento das newsmagazines é a única justificação que encontramos para o lançamento de três títulos diferentes de revistas semanais de informação geral ao longo de 21 anos. Face aos resultados de vendas da *Focus*, também não se encontra outra explicação para a longevidade desta newsmagazine senão a teimosia de não querer deixar morrer um sonho à terceira e provavelmente derradeira tentativa.

4.4.3. *Tempo*

Os primeiros anos do século XXI trouxeram mais duas novas newsmagazines ao panorama jornalístico português, que pretendiam partilhar o mercado dividido entre *Visão* e *Focus*. A primeira foi a *Tempo*, em 2003. Se “Observador” tem sido um título disputado pelos periódicos portugueses, como foi referido (Cf. 3.2.2.), “Tempo” é certamente um dos mais vezes eleito. O catálogo da Biblioteca Nacional indica 73 registos de periódicos em língua portuguesa que usam a palavra tempo no título — de forma isolada ou acompanhada de outros termos. Em Portugal, foram precisos 80 anos sobre o lançamento da primeira newsmagazine do mundo (a *Time*, em 1923) para ser lançada uma revista semanal de informação geral com o mesmo título da pioneira americana. A *Tempo* nasce no fim de Novembro de 2003 e sucede ao semanário *Euronotícias*, em linha com a tradição europeia dos anos 60 do século XX de conversão de jornais em newsmagazines. Tal como no caso da *Visão*, havendo mudança de títulos, a hipótese de continuidade da numeração, do jornal para a revista, é impossível.

A 14 de maio de 1999, tinha surgido nas bancas um semanário generalista, de 64 páginas, intitulado *Euronotícias — O Jornal de um Novo Mundo*, numa clara influência do entusiasmo com a União Europeia e com a proximidade da transição do escudo para o euro, que se verificaria em janeiro de 2002. Dirigido por Tiago Franco, tendo Vítor Cunha como diretor-adjunto e Paulo Neves como subdiretor, apresentava-se no editorial, assinado pelo diretor, como um jornal novo, pensado para “acompanhar as novas formas de estar na vida: a era da informação digital, as novas tecnologias e as novas culturas” (Franco, 1999, p. 6). Em papel branco e encorpado, design moderno e apoiado numa versão online atualizada em permanência (o *Euronotícias Digital*), tinha por objetivo tornar-se o segundo maior semanário português. No primeiro semestre de 2001, de acordo com os dados da APCT, ultrapassou os 30 mil exemplares, subindo quase 60% em relação a igual período do ano anterior. Deixou

para trás o *Independente* e posicionou-se a seguir ao *Expresso*, alcançando, como desejado, o título de segundo semanário mais vendido em Portugal. O jornal oferecia semanalmente o suplemento Bloomberg, de negócios e investimento, e tinha o exclusivo para Portugal dos jornais *The New York Times*, *International Herald Tribune* e *The Independent*. Entre os vários suplementos que o *Euronotícias* oferecia, surge o “OQ”, redigido pela equipa da revista mensal homónima do Grupo Euronotícias, com temas de natureza mais ligeira.

Em 2001, Tiago Franco demite-se por divergências com a administração do Grupo, propriedade de Armando Jorge Carneiro. Acompanha-o José Augusto Fernandes, que entretanto se tornara diretor-adjunto. Quebras na publicidade, necessidade de redução de custos, despedimento de jornalistas e suplementos cancelados são alguns dos problemas que culminaram na saída da direção. A Tiago Franco sucede Alfredo Lavrador, até então responsável pelo suplemento dedicado aos automóveis, primeiro como diretor interino e mais tarde assumindo a direção plena. Dois anos após o lançamento, o *Euronotícias* deixara cair o subtítulo, o preço de 400\$00 iniciais era agora de €2,50, o papel passara a ser igual ao de um tradicional jornal e oferecia 48 páginas, contra as 64 iniciais. A redação tinha encolhido de 29 para 15 jornalistas. Vítor Norinha, que fora subdiretor da newsmagazine *Factos* até 1998, surgia agora em terceiro lugar na ficha técnica como editor de Economia & Negócios, atrás apenas do diretor e do Editor Executivo, Francisco Almeida Leite.

A 21 de novembro de 2003, o *Euronotícias* anuncia aos seus leitores que na semana seguinte o jornal se transformará em newsmagazine. A nova revista não mantém o título, morrendo o semanário *Euronotícias* e nascendo a newsmagazine *Tempo*. Armando Jorge Carneiro, presidente do Conselho de Administração da Euronotícias Publicações SA, assina uma coluna na página 3, onde afirma que a *Tempo* será “uma Revista que vai responder aos anseios e preocupações de um público sequioso de informação independente, mas que quer mais: em conteúdo e em formato...” (Carneiro, 2003, p. 3). Nas duas páginas de abertura do último número do semanário, o tom da apresentação anónima do novo projeto gráfico e editorial, é otimista e sublinha os antónimos “mudança” e “continuidade”. Explica-se que a nova revista anunciada mantém “o grosso da estrutura da redação” e a direção continuará “a ser assegurada por Alfredo Lavrador e Francisco Almeida Leite, enquanto Vítor Norinha permanecerá como editor de economia e negócios”. Preço e dia da semana de publicação também se mantêm, ou seja, dois euros e meio e saída para as bancas à sexta-feira.

A transformação do *Euronotícias* inaugura o primeiro período em que Portugal contou com três newsmagazines em circulação: *Visão*, *Focus* e *Tempo*. Em 2003, a *Visão* celebrara o décimo aniversário, custava €2,60, tinha 126 páginas, uma tiragem de 140 mil exemplares e vendas acima das 110 mil revistas semanais, de acordo com os dados da APCT. Incluía ainda o destacável “Visão 7”, de 26 páginas, com numeração autónoma e destaque no sumário, dedicado à cultura, espetáculos e agenda. A *Focus* completara quatro anos, com uma tiragem que rondava os 50 mil exemplares e lutava para manter as vendas acima dos 30 mil exemplares.

A newsmagazine do grupo Impala tinha 118 páginas, 16 das quais correspondentes ao suplemento “Auto”, e custava €2,40. O facto de a *Tempo* ter optado por manter a sexta-feira como dia de publicação posicionava-a como a última newsmagazine da semana, uma vez que a *Focus* saía à quarta e a *Visão* à quinta-feira. Em relação ao preço opta por um valor a meio das duas concorrentes: €2,50.

Na apresentação do projeto, nada parecia assustar a equipa, até porque se pretendia introduzir um conceito novo, “dois em um”, depois da tentativa “três em um” da *Factos* (Cf. 4.4.1). Explica-se que “a TEMPO continuará a apostar numa informação privilegiada de política e economia”, abordando também temas como sociedade, investigação, ensino, ciência, mundo, internet, desporto e opinião. Promete-se um “especial enfoque às questões que mais directamente afectam a vida e o quotidiano das pessoas”, como faz sentido na missão habitual de uma newsmagazine. A novidade é apresentada a seguir: “um suplemento destacável de 48 páginas, a GALA, será encartado na TEMPO e abordará o “life style” e o “beautiful people”, incidindo ainda sobre áreas como a beleza, o social, viagens, moda, espectáculos e restaurantes”. Para este suplemento anunciam-se os nomes de Maria Guadalupe, uma das mais conhecidas cronistas sociais portuguesas, colaboradora habitual da “Olá! Semanário” (suplemento em formato revista do jornal *Semanário*), e de Abel Dias, conhecido pelo seu trabalho na revista *Caras*. Também no formato a *Tempo* pretende ser diferente, apostando num tamanho maior do que o das newsmagazines clássicas (23X30 cm¹⁰³), destacando-se da *Visão* e da *Focus*. Curiosamente, não há qualquer texto no último *Euronotícias* assinado pelo diretor, é o editor executivo, Francisco Almeida Leite, que assina o Editorial, onde garante aos leitores que “a vontade de fazer um jornalismo sério, credível e inovador também estará presente no novo projecto”.

Como prometido, a nova newsmagazine chega às bancas a 28 de novembro, sexta-feira. A primeira sensação que se tem ao olhar para a capa multi-tema e multi-imagem é de confusão. Os elementos são muitos, há títulos em vários pontos da capa, três fotografias de protagonistas masculinos, e o único que fita o leitor nos olhos, solicitando a sua atenção, é Marcelo Rebelo de Sousa, que não corresponde ao tema em destaque. Ao todo, a capa do n.º 1 da *Tempo* trata quatro temas, tendo por base um fundo branco quase totalmente preenchido. O investigador Sousa Martins, apelidado de “super-polícia”, é o assunto central.

Sobre um fundo negro, no qual se vê desenhado à direita um alvo branco, surge uma fotografia retangular de um plano aproximado de Sousa Martins. Os elementos tipográficos são vários — um título de caracteres amarelos de grande dimensão, a três linhas, alinhado à esquerda da fotografia, “O super/polícia/português”; como antetítulo, a palavra “Exclusivo”, em maiúsculas amarelas, mas de menor dimensão, tendo por baixo mais duas linhas de texto, a branco: “Sousa Martins e as/histórias do crime”; a baixo do título, mais três linhas de

103 Exatamente as mesmas dimensões da *Conhecer* (2002-2004), a revista mensal extensão da *Focus* (Cf. V.3.6).

caracteres brancos: Predeu políticos, mafiosos,/o padre Frederico/ e os irmãos Cavaco”. Estranhamente, não há qualquer referência ao tema de capa no sumário, que surge na página 5. É preciso ir virando as páginas da revista à procura da peça, que se revela num espaço intitulado “Dossier”, inserido imediatamente a seguir ao final do suplemento “Gala”, nas páginas 83 a 85, ocupando três páginas.

O segundo espaço de maior destaque na capa da n.º 1 da *Tempo* surge em rodapé, tendo por base um retângulo em vermelho escuro, como uma fotografia recortada e sobreposta do, à época, analista político Marcelo Rebelo de Sousa, olhos nos olhos com o leitor e palmas das mãos unidas, tendo as pontas dos dedos encostadas ao queixo. Numa barra preta que fecha o lado esquerdo do retângulo, lê-se na vertical, em maiúsculas brancas, “Entrevista”. Dentro do retângulo encarnado, à esquerda da fotografia de Rebelo de Sousa, encontra-se o nome do entrevistado em maiúsculas amarelas. Por baixo há um título declarativo, “Há ministros sofríveis neste governo” e, ainda mais abaixo, também em letras brancas, mas de muito menor dimensão, “As notas, a vida e a política”. Ao contrário do que sucede com o tema principal de capa, a entrevista a Marcelo Rebelo de Sousa é mencionada no sumário, acompanhada de fotografia. É também a primeira peça da revista, abrindo-a com quatro páginas, mais uma que a do dossier de Sousa Martins.

Ainda na capa, mas no canto superior direito, surge uma fotografia tipo passe delineada a branco de António Vitorino, à época comissário europeu. O nome do antigo Ministro da Presidência do PS, em maiúsculas amarelas, a duas linhas, serve de legenda à imagem, havendo ainda mais três linhas de texto, a branco, onde se lê “Franceses/ dizem que será/ primeiro-ministro”. Do lado oposto, no canto superior esquerdo, num retângulo branco lê-se “AMERICA’S CUP”, a vermelho, seguido, a preto, “Porque/ foram os/ espanhóis/ a ganhar”.



Figura 97

Uma primeira capa multi-tema e multi-imagem, de organização confusa, em que as várias chamadas competem entre si.

Fonte: Reprodução do original.

Centrado no cabeçalho, quase perdido, surge o logótipo da revista que usa exatamente as quatro cores que a *Tempo* trabalha na sua primeira capa: vermelho (fundo); branco (caracteres e filete que delinea o logótipo); amarelo (na barra abaixo da designação da revista, onde se inserem, a preto, os dados fixos — número, data, preço e nome do diretor. Há ainda um último elemento a referir, que surge inserido no canto inferior direito: a capa inclinada do encarte, tendo por baixo três linhas de texto alinhadas à esquerda, “No interior”, a preto, seguindo-se, a vermelho escuro, “Destacável/ GALA!”. No cômputo geral, quatro imagens diferentes disputam a atenção do leitor na primeira capa da *Tempo*.

A ficha técnica ocupa uma coluna à direita na página 4. Surge a direção, decalcada, tal como anunciado, da do *Euronotícias*: Alfredo Lavrador como diretor, Francisco Almeida Leite como editor executivo e Vítor Norinha como editor de economia e negócios. A redação reúne 12 jornalistas, entre os quais Teresa Madeira, apontada como “Coordenadora Internacional” e Verónica Castro Neves como “Editora Social”. Em relação ao semanário de origem, as diferenças são a saída de duas jornalistas — Susana de Sousa Nobre e Sofia Arnaud — e a entrada da editora de social, certamente relacionada com o aparecimento da “Gala”. Segue-se uma longuíssima listagem de colaboradores, dividida em “opinião” e “redação”. O espaço de colaboradores de “opinião” inclui 28 designações, 26 das quais correspondem a pessoas como Francisco Seixas da Costa, Jorge Bacelar Gouveia, José Magalhães ou José Adelino Maltez, as duas últimas a escritórios de advogados: Nelson Raposo Bernardo & Associados e F. Sá Carneiro, Fontes & Associados.

Uma vez mais, trata-se de uma duplicação dos nomes que constavam da ficha técnica do *Euronotícias*. No que diz respeito aos colaboradores da “redação”, os seis nomes presentes no semanário mantêm-se e são acrescentados mais quatro, entre os quais os pré-anunciados Abel Dias e Maria Guadalupe. A restante estrutura passa pelos departamentos gráfico, de fotografia e de produção, que se mantêm iguais aos do *Euronotícias*, o mesmo acontecendo com morada e contactos telefónicos. Há contudo, uma alteração importante: António Mateus assina o projeto gráfico da *Tempo*, deixando para trás Vasco Ferreira, o responsável pelo design do *Euronotícias*.

Também localizado na página 4, à direita da ficha técnica, o editorial intitula-se “Já era Tempo”, retomando um dos mais emblemáticos slogans da newsmagazine *Time* (“It’s about Time”). Assinado por Alfredo Lavrador e Francisco Almeida Leite, o editorial retoma a apresentação da revista iniciada no último número do *Euronotícias*, abordando com mais clareza os objetivos da publicação. Aproveita também para esclarecer que o novo título que chega às bancas não tem qualquer tipo de relação com o semanário *Tempo*, publicado de 1975 a 1987, dirigido por Nuno Rocha e associado à direita liberal, que tinha sido protagonista de algumas polémicas.

Sobre a newsmagazine *Tempo*, Lavrador e Leite dizem que é “uma revista bonita, desempoeirada, inovadora e moderna, que traz o essencial da informação nacional e internacional”. Apresentam como mais valias a aposta em notícias, mas também em entrevistas,

reportagens e investigação, e assumem que o destacável de social “Gala” torna a newsmagazine “um produto “dois em um”: revista séria e rigorosa de grande informação com um suplemento “light” incluído” (Lavrador & Leite, 2003, p. 6).

Diretor e editor executivo referem também as razões para a escolha do título *Tempo*: “é fácil, fica no ouvido e, mais do que tudo, é um título que existe em toda a parte do mundo. Pode-se mesmo dizer que não há país desenvolvido que se preze que não tenha uma revista, um jornal ou um projecto com este nome. Portugal agora também está na mesma linha” (Lavrador & Leite, 2003, p. 6). O estatuto editorial surge na página 8, define a *Tempo* como “uma publicação semanal de informação geral”, seguindo-se mais nove pontos, onde se enumeram, entre outros princípios, a independência, o rigor no tratamento dos factos, e o respeito pela Constituição Portuguesa, pela Lei da Imprensa e pelos “critérios éticos e deontológicos inerentes à actividade jornalística”.

Quando se começa a analisar a estrutura da *Tempo*, descobre-se que mais do que uma “dois em um”, a revista é um meio mais meio, isto é, das 116 páginas de numeração contínua, 48 pertencem à “Gala”. Isto significa que o designado “suplemento destacável” fica muito próximo de ocupar metade da revista. Significa também que, destacando a “Gala”, a *Tempo* reduz-se a uma newsmagazine de 68 páginas, muito menos que as 126 páginas da *Visão* e as 100 da *Focus* (se não contabilizarmos o suplemento “Auto”). Sobre a nova revista pode-se, por isso, afirmar que é um produto novo, um híbrido, em que metade é uma coisa e a outra metade é outra.

Outra particularidade da nova newsmagazine é a total ausência de referências ao suplemento “Gala” no sumário, que ocupa a página 5 e inclui cinco destaques fotográficos. De repente, salta-se de uma referência situada na página 33 para a seguinte, na página 97. O “buraco” fica por explicar e é tanto mais estranho pelo facto de estarmos a falar de um destacável de numeração interna, não de um suplemento autónomo, encartado na revista¹⁰⁴. Mas esta não é a única característica peculiar do sumário da *Tempo*. Embora internamente a revista se organize em oito secções, claramente identificadas no cabeçalho das páginas como “Entrevista”, “Nacional”, “Internacional”, “Dossier”, “Sociedade”, “Economia”, “Automóvel” e “Desporto”, o sumário não as referencia, optando por destacar peças jornalísticas concretas, à semelhança do modelo adotado pela *Face*, em 1989, revista com a qual partilha algumas similitudes internas (Cf. 4.3.2).

Um artigo publicado a 13 de novembro de 2003 no *Público Online*, noticiando a transformação do *Euronotícias* e assinado pela jornalista Maria Lopes, justifica a aposta no “social”

104 A lógica estrutural é exatamente a mesma da do suplemento “Auto” da *Focus*: destacável, sem numeração atribuída, sem referências no sumário, mas que entra na contagem de páginas da revista. A diferença está na dimensão muito superior da “Gala” e na assunção de que se trata de uma revista dentro da revista.

como o caminho escolhido pela *Tempo* para “contrariar a tendência das audiências qualitativas das revistas de informação geral que indicam que o leitor habitual é do sexo masculino, tentando piscar o olhar às mulheres” (Lopes, 2003). O mesmo artigo caracteriza o suplemento “Gala” como “uma espécie de resumo daquilo que publicam as revistas “rosa” como a “Caras”, “Lux” e “Flash” ”.

A transformação do semanário em revista é apontada como a “evolução de um título meramente informativo” para “uma publicação de compromisso entre o noticioso e uma forte componente de filosofia “cor-de-rosa” ”, que resulta “da experiência e conhecimentos de Armando Jorge Carneiro, dono da “OQ” e administrador da sociedade Euronotícias”. A notícia do *Público* refere ainda que “a nova publicação será ligeiramente maior que as actuais “newsmagazines” portuguesas, adoptando o mesmo formato da “Paris-Match” — o conceituado magazine francês de actualidades e onde têm também lugar cativo as personalidades do “jet set”, os grandes eventos e os artistas” (Lopes, 2003). O novo produto foi, assim, beber influências às revistas ilustradas de informação, que em Portugal tinham desaparecido.

Nas semanas seguintes, verifica-se uma situação pouco habitual — a movimentação do logótipo. No primeiro número, como referido, surge no cabeçalho, centrado. Na *Tempo* n.º 2 migra para a esquerda, encaixando uma figura masculina ligeiramente sobreposta do lado direito. O terceiro número da revista faz regressar o logótipo à posição inicial, mas inserindo acima uma barra amarela (que também já surgia no n.º 2) com uma chamada de capa secundária. O quarto número assinala o regresso ao alinhamento à esquerda e, a partir daí, haverá alternâncias até à aparente estabilização, a partir do número 7, no modelo centrado.



Figuras 98, 99 e 100

Da esquerda para a direita, nos números 2, 3 e 4 da *Tempo*, as capas multi-tema e multi-imagem, com o texto a invadir e a misturar-se com as imagens, acompanham a alternância de posicionamento do logótipo entre a arrumação centrada e a alinhada à esquerda.

Fontes: Reproduções dos originais.

Em termos de dispositivo, nos primeiros nove números, apenas o terceiro arrisca uma mudança substancial, alargando a imagem principal à totalidade da capa, sem a habitual barra de referências secundárias em rodapé, mas não dispensando um quase invisível filete que cria um subtil enquadramento.

Ao décimo número, publicado a 30 de janeiro de 2004, a *Tempo* mantém-se estruturalmente idêntica, mas redimensiona-se sem aviso prévio, assumindo o tamanho habitual de uma newsmagazine clássica (20X26,5 cm), passando o logótipo, em definitivo, a localizar-se no cabeçalho, alinhado à esquerda, posição idêntica à usada pela *Visão* e *Focus*. Na página 4 da primeira revista reduzida, uma curta nota, não assinada, inserida no canto inferior direito do editorial, refere a alteração e anuncia, logo no título, mais uma novidade, a introduzir na semana seguinte. “TEMPO sai às quartas” é o título da nota, onde se informa o leitor que “Mudámos esta semana de formato — semelhante ao das revistas nossas concorrentes — porque o mercado assim o exige. Na próxima semana, mudaremos também o dia da semana e, em vez de irmos para as bancas à sexta, iremos estar junto de si todas as quartas-feiras”.

Estas duas mudanças indicam, em primeiro lugar, que a *Tempo* resolve abandonar uma das marcas de diferenciação em relação à *Visão* e à *Focus* — precisamente o formato. Por outro lado, que a aposta na publicação da revista à sexta-feira se revelou uma estratégia errada, partindo o título à procura de melhores resultados com a antecipação à *Visão*, alinhando-se pelo caminho seguido pela *Focus*. Pela primeira vez em Portugal, duas newsmagazines saem para as bancas no mesmo dia da semana, em concorrência direta com uma terceira. Esta primeira nova *Tempo* tem apenas 102 páginas contra as 116 iniciais — é a “Gala” que encolhe de 48 para 32 páginas, enquanto a parte de newsmagazine sobe apenas duas páginas, para 70, mas ganha proporcionalmente bastante mais peso. E é este o equilíbrio que se vai manter nos números seguintes.

Três semanas mais tarde, a 18 de fevereiro, no n.º 13, as designações das secções no cimo das páginas interiores introduzem a cor vermelha que se mistura com a cinzenta, até então a única usada. Inicia-se, assim, uma aproximação ao modelo gráfico da *Visão* que, dois números mais tarde, a 3 de março, se torna evidente na capa, quando o vermelho escuro do fundo do logótipo da *Tempo* clareia, tornando-se idêntico ao tom usado na *Visão*. Os logótipos das revistas passam a ter vários pontos em comum: localização no cabeçalho, alinhados à esquerda; letras brancas em fundo vermelho; e elementos fixos (número, data e preço) arrumados numa barra em baixo (amarela na *Tempo*, preta na *Visão*).

Na capa da *Tempo*, a partir do n.º 15, há outra alteração a assinalar: o desaparecimento da referência ao suplemento “Gala”, que durante os dez primeiros números mereceu sempre destaque, acompanhado da imagem da primeira página do destacável. A partir do n.º 11 esse destaque foi desaparecendo e reaparecendo deixando agora de ser

referenciado de todo, mantendo-se a sua inserção dentro da revista no local habitual¹⁰⁵.

O jogo de arrumação de imagens e texto, assim como a escolha das cores — com uma forte aposta no amarelo, vermelho e branco, tornam as capas de *Tempo* e *Visão* muito semelhantes do ponto de vista da construção formal do dispositivo. O logótipo da *Focus*, fruto do modelo gráfico alemão, mantém-no o mais diferente, mas tal como as duas concorrentes, usa o vermelho como cor de fundo e arruma-o alinhado à esquerda no cabeçalho. Embora o tom de vermelho seja diferente nos três logótipos, todos os títulos escolhem um amarelo idêntico como cor de fundo para os destaques localizados no cabeçalho. O resultado são dispositivos formalmente semelhantes a concorrerem semanalmente nas bancas.



Figuras 101, 102 e 103

Observando as capas das três newsmagazines em circulação na primeira semana de fevereiro de 2004, detetam-se semelhanças formais na construção dos dispositivos.

Fontes: Reproduções dos originais.

A 14 de abril de 2004, a equipa de direção da *Tempo* sofre uma alteração. Na página 4 do n.º 21, uma nota em rodapé, abaixo do sumário, intitulada “Francisco Almeida Leite no “DN””, dava conta da saída do até então editor-executivo para o jornal *Diário de Notícias*. Sobre Almeida Leite, lê-se que “fez parte da equipa que fundou o jornal Euronotícias, órgão de comunicação que foi substituído pela TEMPO no final do ano passado, tendo coadjuvado

¹⁰⁵ A *Tempo* n.º 14 está em falta nos arquivos da Biblioteca Nacional. Por esse motivo, a alteração na cor do logótipo e o desaparecimento da referência ao suplemento “Gala” na capa podem ter acontecido uma semana mais cedo, a 25 de fevereiro de 2004. Consultando a Hemeroteca Digital verifica-se que o n.º 14 também não faz parte do acervo.

Alfredo Lavrador na direcção daquele jornal durante os três últimos anos”. São desejadas felicidades a quem apontam as características de “idoneidade, responsabilidade e carácter”. No cabeçalho da ficha técnica mantêm-se três nomes: Alfredo Lavrador, que continua a ser o diretor, Vítor Norinha que ascende a “Editor” e Ana Santos Gomes, que integrava a redação e surge agora como “Coordenadora de fecho”.

Um mês mais tarde, a 12 de maio de 2004, o suplemento “Gala” é publicado pela última vez, sem qualquer explicação sobre o desaparecimento, colocando um ponto final no conceito inovador inicialmente defendido. Na semana seguinte, a *Tempo* faz capa com o casamento dos agora reis de Espanha, Letizia Ortiz e Felipe de Bourbon, e no local habitual da “Gala”, também com numeração contínua, surge um destacável sobre a boda real. Depois disso, a estrutura da newsmagazine reorganiza-se. A partir do n.º 27, publicado a 26 de maio de 2004, mantêm-se no sumário a ausência de referências às secções, mas, analisando o interior da publicação, constata-se que passaram de oito a dez: “Nacional”, “Especial”, “Entrevista”, “Sociedade”, “Dossier”, “Internacional”, “Negócios”, “Cultura e Lazer” (que passa a acomodar parte dos conteúdos até então inseridos no suplemento “Gala”), “Automóvel” e “Desporto”.

Do número 34 para o 35, publicado a 21 de julho de 2004, a *Tempo* desce de 102 para 86 páginas, tornando-se a mais reduzida das três newsmagazines em circulação. Quase um ano mais tarde, no n.º 80 de 1 de junho de 2005, passa para 70 páginas e desaparecem as secções “Dossier” e “Desporto”, mantendo o preço de capa nos dois euros e meio e, mais uma vez, não apresentando qualquer justificação para a alteração. A ficha técnica continua a referir os nomes de 12 jornalistas, mas duas semanas mais tarde, a 22 de junho, restam apenas duas redatoras — Carla Gonçalves de Almeida e Simone Costa Carvalho.

Na semana seguinte, a 29 de junho de 2005, é publicada a *Tempo* n.º 84, a última em formato newsmagazine. Escolhe um tema de saúde para capa — as dietas — um assunto recorrente e muito habitual na época do verão, ou seja, nada indicia que não seja apenas mais um número igual a todos os outros. Sem uma palavra de despedida aos leitores, António Lavrador e Vítor Norinha deixam a direcção.

A *Tempo* passa a publicar-se mensalmente, dirigida por Armando Jorge Carneiro, o proprietário do grupo editorial. Mantém a numeração, e o n.º 85, referente a julho de 2005, é publicado com 102 páginas, mantendo na ficha técnica o nome de Ana Santos Gomes como coordenadora de fecho e na redação um único nome — Carla Gonçalves de Almeida. Uma vez mais, nem uma palavra aos leitores sobre a alteração da periodicidade, direcção e redação. No mês seguinte, restava o nome do diretor, um corpo de colaboradores e uma revista de agosto com 86 páginas. O título encerra definitivamente dois meses mais tarde, com o número 88, de outubro de 2005, reduzido novamente às 70 páginas da última *Tempo* em formato newsmagazine.

Figura 104

O tema de saúde tratado na capa de 29 de junho de 2005 não o indicia, mas seria o último trabalhado pela *Tempo* no formato newsmagazine.

Fonte: Reprodução do original.



No último ano de vida, o jornal *Euronotícias* desvinculara-se da APCT. A *Tempo* nunca chegou a estar associada. Não se sabe, por isso, qual foi a tiragem inicial nem a evolução da circulação da newsmagazine ao longo do seu conturbado ano e meio de existência. A ausência de referências ao nascimento e ao fecho do título por parte das newsmagazines concorrentes permite avançar duas hipóteses: a) a *Tempo* nunca ter sido considerada uma ameaça; b) a *Tempo* não ter sido reconhecida pelas suas congéneres como uma newsmagazine no sentido mais estrito do termo.

4.4.4. *Sábado*¹⁰⁶ — II Série

Faltava pouco mais de um mês para o Campeonato Europeu de Futebol se realizar pela primeira vez em Portugal. De norte a sul, dez estádios tinham sido renovados ou construídos

106 Durante a pesquisa na Biblioteca Nacional, constatou-se que vários títulos de revistas têm números em falta, conforme já foi referido. Informaram-nos que o sistema de Depósito Legal funciona mal — a obrigação de entrega fica do lado de quem publica e não há uma entidade fiscalizadora que garanta o cumprimento da lei. Contudo, o caso da *Sábado* (II Série) é dramático. O primeiro “buraco” vai do número 89 ao 148, a segunda “falta” começa no 159 e termina no 312. Resumindo, o número de exemplares em falta é muito superior aos que se encontram em arquivo. Se a *Sábado* não nos tivesse facultado acesso total aos seus arquivos, teria sido impossível traçar a historiografia dos primeiros seis anos de vida desta newsmagazine. De acordo com o site da Hemeroteca Municipal de Lisboa, este arquivo é muito mais completo do que o da Biblioteca Nacional no que diz respeito à *Sábado*, mas também tem falhas.

de raiz para receber o Euro 2004. Filipe Scolari, à frente da equipa portuguesa, criara uma onda patriótica de apoio à Seleção, visível em inúmeras bandeiras nacionais em destaque nas janelas, expostas em varandas e em circulação pelas estradas. O clima era de confiança a tocar na euforia. A 7 de Maio de 2004, o grupo Cofina lança a *Sábado*, escolhendo para título da nova newsmagazine aquele que Joaquim Letria “inventara” em 1989 para a primeira revista semanal de informação geral moderna.

O mercado das newsmagazines já vivia um momento excecional. Cinco meses mais cedo, em novembro de 2003, o aparecimento da *Tempo* dividira por três o segmento das revistas semanais de informação geral, um feito inédito, num mercado que conhecera períodos sem títulos e nunca tinha ultrapassado as duas revistas concorrentes. E se a newsmagazine dirigida por Alfredo Lavrador não revelava números de tiragem nem de circulação, o mesmo não acontecia com *Visão* e *Focus*, ambas propriedade de grupos económicos consolidados e com tradição na área dos média, a Impresa e a Impala, respetivamente.

A *Visão* celebrara 11 anos há dois meses e mantinha-se líder destacada no segmento, tendo entrado em 2004 a vender cerca de 105 mil exemplares. Por seu turno, a *Focus* estava prestes a completar quatro anos e meio, mas nunca tinha ultrapassado os 40 mil exemplares de circulação média e desde agosto de 2003 que baixara as vendas para menos de 30 mil revistas por semana. A crise da imprensa era uma realidade mundial que chegara a Portugal, com quedas nas vendas dos jornais e fecho de títulos. O vespertino *A Capital*, por exemplo, rondava em 2004 uma média de cinco mil exemplares diários e fecharia portas no ano seguinte, após completar 37 anos de existência. Lançar uma quarta newsmagazine nestas circunstâncias, no cada vez mais exíguo mercado português, parecia uma decisão contrária ao bom-senso.

Em contraciclo, a Cofina, dirigida pelo empresário Paulo Fernandes, crescia. Fundada em 1995, com um capital social de cinco milhões de euros, como *holding* diversificada, detinha participações em vários negócios fora do campo dos média, como a pasta de papel e os aços. O interesse pela comunicação social nascera em 1999 com a aquisição da Investec, grupo nessa área, e traduzira-se no ano seguinte com a compra do *Correio da Manhã*, o diário mais vendido em Portugal, que entrara em 2004 com números a subir e a ultrapassar os 120 mil exemplares de circulação média. Dois anos depois, a Cofina comprara também a revista *TV Guia*, a segunda maior do segmento das revistas de televisão.

Visão e *Focus* estavam atentas. Apesar de as condições económicas serem adversas ao lançamento de uma quarta newsmagazine, a *Sábado*, por ser da Cofina, tinha capacidade para se constituir como uma ameaça. Impresa e Impala avançam com reformas gráficas pouco tempo antes da chegada ao mercado da revista de Paulo Fernandes, e a *Focus* renova também a direção (Cf. 4.3.4 e 4.4.2). A Cofina, por seu lado, estudara a concorrência e João Govern, o diretor da *Sábado*, afirmava nas páginas da líder do segmento, na véspera de lançamento do título, que não esqueciam a força da *Visão* nem o facto de a *Focus* se encontrar em processo de reestruturação. Revelava também que a *Visão* tinha sido eleita “concorrente alvo” (2004g, p. 179).

A 3 de maio de 2004, quatro dias antes de o primeiro número da *Sábado* chegar às bancas, a Cofina distribui uma revista gratuita de 68 páginas a acompanhar os jornais do grupo. São impressos 450 mil exemplares, atingindo pessoas com as mais diversas características. Intitulada *Sábado — Guia para o leitor*¹⁰⁷, a revista apresenta exaustivamente tudo o que diz respeito ao novo título, desde os conteúdos às razões que explicam a campanha publicitária de divulgação da nova aposta do grupo. A diferença que a *Sábado* quer marcar percebe-se de imediato na capa do Guia. Uma caricatura mostra três ardinas a vender a revista. Calcorreiam as ruas imaginadas no fundo branco e aquele que ocupa a posição central em primeiro plano escancara de tal forma a boca que é fácil a ilusão de ouvir um pregão do género “Extra, Extra!! Já à venda o primeiro número da *Sábado*!! Compre já a nova revista!”



Figura 105

A Cofina distribui a 3 de maio de 2004, quatro dias antes de o primeiro número da *Sábado* chegar às bancas, 450 mil exemplares de uma revista gratuita de 68 páginas, com todos os jornais do grupo. Intitulada *Sábado — Guia para o leitor*, a revista chega a pessoas com as mais diversas características, graças a esta estratégia. Fonte: Reprodução do original.

¹⁰⁷ Consultado no arquivo da redação da *Sábado*, inexistente na Biblioteca Nacional. Num contacto posterior, fomos informados que o guia consultado não se encontra localizável — e é por essa razão que a imagem que se inclui da capa é a preto e branco, resultado da digitalização da fotocópia que trouxemos na altura da consulta. Perde-se o vermelho que domina o corpo do ardina. A Hemeroteca Digital assinala a sua existência nos seus arquivos.

No interior do guia, o ilustrador Edgar Raposo explica a ideia por trás da capa. O tema a trabalhar era o lançamento da *Sábado*. A imaginação levou-o a criar “uma situação hilariante e um pouco estranha: a do ardina eufórico por vender uma nova revista” (2004h, p. 50). Ao escolher o ardina para estabelecer o primeiro contacto da *Sábado* com o leitor, a Cofina opta por uma figura mítica da história do jornalismo que se confunde com o aparecimento da imprensa, e é anterior ao aparecimento das revistas tal como as conhecemos hoje. A nova newsmagazine quer ser uma revista, sem dispensar a energia e a tradição enraizadas dos jornais.

Ainda na capa do guia, lê-se no início de quatro linhas de texto: “na próxima sexta-feira, 7 de maio, a SÁBADO chega às bancas. É o culminar de uma fase de intenso trabalho e o início de um grande projecto que vai ocupar um espaço na sociedade portuguesa”. O primeiro passo está dado e as ambições estão assim anunciadas. Fica-se também a saber que a nova newsmagazine segue exatamente a mesma estratégia que a *Tempo* seguira, há menos de seis meses, e posiciona-se como a última revista semanal de informação geral a chegar às bancas. A *Tempo* tinha antecipado no final de janeiro o dia de publicação para quarta-feira, que agora dividia com a *Focus*, enquanto a *Visão* se mantinha, inalterável, na quinta-feira.

Apesar de a *Sábado* ter feito um n.º 00 experimental¹⁰⁸ de 150 páginas, com peças completas e outras paginadas com texto fictício, este nunca chegou a ser divulgado. A opção por um guia explicativo da nova newsmagazine é inédita e ajudou a manter a curiosidade até o título surgir nas bancas. O texto que abre a apresentação da publicação é de João Marcelino, diretor editorial da *Sábado*. O jornalista tinha sido diretor do jornal desportivo *Record* e há dois anos assumira a direção do *Correio da Manhã*, com a qual acumulava agora as funções na newsmagazine. Marcelino escolhe um título que pode ser considerado provocador, “Uma visão independente”, uma vez que utiliza o nome da “concorrente alvo”.

No início do texto, João Marcelino afirma que a *Sábado* chega às bancas “com um propósito: ser uma referência do grande jornalismo e trazer pluralidade à informação de cariz semanal”. Nas primeiras linhas, surge assim uma definição dos concorrentes. Newsmagazines, mas também semanários, sendo que a menção “trazer pluralidade” implica que esta não exista — seria uma alusão ao facto de o grupo Impresa dominar a setor da informação semanal, através do *Expresso* e da *Visão*? O diretor editorial da *Sábado* quer “debater tendências e estar nos grandes palcos internacionais com uma visão independente e um jornalismo de histórias, criativo e rigoroso, atento aos problemas das pessoas” (Marcelino, 2004, p. 4). O responsável explica que o projeto está a ser preparado há nove meses e que será “uma revista absolutamente clara”. Apresenta, de seguida, a primeira marca diferenciadora da *Sábado*:

108 Consultado no arquivo da redação da *Sábado*.

Teremos um Editorial assinado pela Direcção procurando, com isso, privilegiar o consenso refletido acima das opiniões individuais. Não esconderemos o que pensarmos sobre as grandes questões nacionais e internacionais — e desta forma construiremos, semana após semana, a nossa personalidade perante os leitores, recusando todos e quaisquer rótulos (Marcelino, 2004, p. 4)

Uma das características da *Visão*, desde o lançamento, em março de 1993, foi a aposta no “Linha Direta” em detrimento de um editorial clássico (Cf. 4.3.4). Uma opção que a aproximou do universo das revistas, afastando-a dos jornais, criando um espaço de diálogo com os leitores num tom de conversa e de divulgação de informações sobre os conteúdos semanais do título. A decisão de prescindir de um editorial traduziu-se na inexistência de um espaço semanal de argumentação e de posicionamento político no espaço público da responsabilidade da direcção, ou seja, da revista *Visão*. João Marcelino acabava de prometer exatamente o contrário na *Sábado*, uma primeira característica claramente diferenciadora. E Marcelino vai ainda mais longe. O diretor editorial explica que o lançamento da *Sábado* é necessário porque “neste preciso momento, o País necessita de uma alternativa de informação séria, viva, popular, que não esteja datada em termos partidários nem seja uma espécie de albergue espanhol ao nível da Opinião”. Uma vez mais, ao afirmar o que se quer ser, insinua-se uma crítica feroz às publicações existentes. Mais à frente, João Marcelino acrescenta:

A **SÁBADO** é uma aposta intransigentemente séria na qualidade. Um grupo de Comunicação Social como o nosso estuda as apostas que faz. Sabemos o investimento que temos de fazer no leitor para termos o necessário retorno de confiança que nos permita continuar a ser impermeáveis a todos os poderes. Só com total independência financeira haverá jornalismo credível e jornalistas de todo independentes (Marcelino, 2004, p. 4).

Neste texto de abertura, o diretor editorial apresenta também os exclusivos para Portugal da *Sábado*: *The Economist*, *El Mundo* e *Isto É*. Os da *Visão*, em 2004, eram *Le Nouvel Observateur*, *El País*, *GraphicNews* e *Time*, enquanto a *Focus* contava com as peças da casa-mãe alemã. Prometia também, a partir do n.º 1, a oferta em cinco fascículos da obra *100 fotografias que mudaram o mundo*, da autoria do grupo Time/Life. João Marcelino revela que a *Sábado* terá 148 páginas fixas e suplementos temáticos “sempre que entendermos necessário”. Quanto ao preço, fixa-se nos €2,70, nivelando-se pelo valor de capa da *Visão*. A newsmagazine da Impresa rondava habitualmente um número de páginas próximo do planeado para a *Sábado*, mas no dia anterior publicara mais de 200, acompanhadas do suplemento “Visão 7”. A *Focus* custava €2,40, a *Tempo* €2,50, e ambas rondavam as 100 páginas.

No final do texto, o diretor editorial garante que a newsmagazine da Cofina chega para “abrir novos caminhos na Informação feita em Português”. E, para que isso seja possível, “ao registo habitual das *newsmagazines* juntámos áreas novas: Família, Segurança e União

Europeia” [sublinhe-se a opção pelo uso do feminino e do itálico na palavra newsmagazine]. Em período de preparação para o Euro 2004 e até a competição terminar, o responsável promete ainda que haverá “um espaço privilegiado fora da secção Sociedade” para acompanhar o “fenómeno desportivo” (Marcelino, 2004, p. 4).

Avançando no guia, descobre-se que a seguir à definição dos conteúdos e dos princípios que vão nortear a *Sábado*, considera-se que o mais importante é apresentar a forma de construção do dispositivo capa. Escreve a newsmagazine que em relação ao rosto da revista “o cuidado vai ser extremo”, uma vez que “a capa de qualquer publicação é uma área sensível em que devem intervir o bom gosto gráfico e o bom senso jornalístico”. Fica-se a saber que a primeira página da revista começa a ser preparada oito dias antes de cada edição e são colocadas várias alternativas. Depois disso, se “a actualidade não impuser a sua lei, um dos assuntos discutidos acabará feito capa”. Quando se chega à “reunião de definição final” participam todos os elementos da direcção, o chefe de redacção, o redator principal, o editor de fotografia, os responsáveis gráficos e o jornalista autor do artigo que é tema de capa (2004b, p. 5).

Abaixo do texto, dois terços da página são ocupados por uma infografia que desmonta o rosto da *Sábado* nos seus elementos e mostra mais três capas de teste, numa coluna à direita. A newsmagazine, de 20,5X27,5 cm (as mesmas dimensões da *Visão*), divide a capa, do tipo multi-tema e multi-imagem, em:

1. Logótipo — a preocupação, afirmam, “foi construir um título moderno e capaz de se distinguir nas bancas”. A escolha recai sobre “letras abertas a branco sobre fundo vermelho, a combinação que os estudos gráficos aconselham”. Era também a usada, em 2004, pela *Visão* e pela *Tempo*, depois da *Face* e da *Factos* (na I e II Séries) o terem feito, respetivamente, em 1989 e 1997/98. Acrescente-se que a newsmagazine resolve dar uma cor diferente ao inevitável acento da palavra sábado, que surge a preto. Também não prolonga a barra vermelha de fundo a toda a largura da capa, deixando uma estreita zona de um centímetro descoberta, do lado esquerdo, também a preto;

2. Antetítulo — o segundo grande tema da capa, dizem, será arrumado no cabeçalho, acima do logótipo, numa zona que chamam “antetítulo”. Uma designação que pode causar alguma confusão, uma vez que se afasta do sentido habitual na linguagem jornalística, para significar acima do título da newsmagazine;

3. Data — espaço, dizem, “importante para quem colecciona”, que inclui o número da revista, a data e o preço. Nesta curta explicação, a *Sábado* aproveita para trabalhar uma característica diferenciadora do género revista — a capacidade de criar relações afetivas com o leitor, ao ponto de este guardar exemplares, fazendo-os perdurar no tempo de uma forma que não é usual no caso dos jornais;

4. Fotografia — diz a *Sábado* que “a imagem é crucial em qualquer publicação” e que, por isso, será dada uma “especial atenção à escolha da figura em consonância com a notícia,

reportagem ou entrevista que der origem à capa”. Designar o espaço de imagem como “fotografia” indicia que a nova newsmagazine vai apostar neste tipo de suporte e, em particular, em “figuras”, ou seja, no retrato de pessoas, na tradição mais clássica da newsmagazine;

5. Manchete — o assunto em destaque traduzido num “título ao mesmo tempo sintético, substantivo e forte q.b.”. Os conteúdos que a *Sábado* afirma querer privilegiar são os temas de atualidade informativa, de investigação e os ligados a comportamentos e tendências da sociedade, apostando numa “comunicação directa”, uma nota que, uma vez mais, traduz vontade de cultivar uma relação de proximidade com o leitor;

6. Rodapé — o espaço reservado a outras chamadas secundárias e à divulgação de iniciativas da *Sábado*, que podem ser acompanhadas de imagem (2004b, p. 5).

Numa pequena nota, o diretor, João Govern, afirma que a grande ambição da revista “é nunca deixar de progredir, sabendo poupar o leitor ao pó e aos andaimes” (Govern, 2004a, p. 6). O jornalista transita da direção da *TV Guia*, também da Cofina, e chega à *Sábado* com uma experiência alargada no campo das newsmagazines, acumulada primeiro como editor na *Visão*, depois como diretor-adjunto na equipa fundadora da *Focus*, cinco anos antes (Cf. 4.3.4 e 4.4.2). No artigo seguinte explica-se o projeto gráfico da *Sábado*, percorrendo os espaços de estruturação das páginas. Um princípio, esclarecem, percorre todo o grafismo: “a SÁBADO quer ser sempre entendida pelos leitores”. A aposta vai, por isso, para a “clareza, elegância, leitura fácil e força” (2004e, p. 8).

Ao longo do guia, em pequenas caixas ilustradas com fotografia, vão surgindo os rostos dos jornalistas e colaboradores que farão a revista todas as semanas. Para além de João Govern, há mais três nomes que trabalharam sob a direção de António Mateus, na redação inicial da *Focus* (Cf. 4.4.2). O subdiretor, Martim Avillez Figueiredo, antigo grande repórter da newsmagazine da Impala, Ferreira Fernandes, que deixara a direção da *Focus* três meses antes, em fevereiro de 2004, e integra a *Sábado* como redator-principal, cargo inicial que desempenhara na revista agora concorrente, ao lado de Ana Sousa Dias, que surge como uma das responsáveis pelas entrevistas da *Sábado*, (a par de Maria Flor Pedroso).

Fica claro que a Cofina vai rentabilizar os seus recursos humanos. Filomena Martins deixa a direção executiva do *Correio da Manhã* para se tornar subdiretora da *Sábado* e da redação do diário transita também o editor de política, André Macedo¹⁰⁹, que assume a chefia de redação da newsmagazine. Noutros casos, os jornalistas acumulam funções, como no

109 Que também tem no seu currículo uma passagem pela *Focus*, como editor de Economia (e de Política, também se encontrou essa referência). Contudo, não conseguimos identificar em que período. Em todas as fichas técnicas consultadas (sempre as anteriores e posteriores a mudanças de direção e outras pontualmente), não foi encontrado o seu nome, o que significa que André Macedo trabalhou na *Focus* num período intermédio de alguma das 13 direções da revista. Uma das notícias que referencia a sua passagem pela newsmagazine da Impala encontra-se neste link: http://www.jn.pt/PaginaInicial/Sociedade/Media/Interior.aspx?content_id=1643809.

caso de João Marcelino. É também o caso de João Vaz, diretor adjunto do *Correio da Manhã*, que ficará com a secção “Semana” a seu cargo, as duas páginas de abertura da *Sábado* com o resumo das notícias que marcam a atualidade. Outros exemplos são Edgardo Pacheco e Miguel Ganhão, que acumulam funções na nova newsmagazine com as de editores, respetivamente, de Política e de Economia no diário, e Rui Hortelão, de apenas 25 anos, responsável na newsmagazine pela página “Obituário”, em paralelo com o cargo de diretor executivo no *Correio da Manhã*.

Entre os colaboradores vindos de outros títulos do grupo contam-se Eva Gaspar, editora de Política e Economia no *Jornal de Negócios*, especialista em assuntos europeus, que fará a síntese informativa desta temática para a *Sábado*, e o veterano jornalista Rui Cartaxana, que aos 74 anos vai escolher citações nacionais e internacionais a reproduzir na newsmagazine, acumulando com a coluna para o *Correio da Manhã* e o trabalho como provedor dos leitores no *Record*. Nos artigos de opinião surgem colunas de Sérgio Figueiredo, diretor do *Jornal de Negócios*; Alexandre Pais, diretor do *Record*; António Tadeia, editor do *Record* e da revista *Dez*; e Júlia Santos, diretora da revista *Flash!*, que no seu currículo inclui a newsmagazine *Face*. De fora da Cofina chegam como *opinion makers*, José Pacheco Pereira, Pedro Santana Lopes, José Sócrates, Miguel Monjardino e como cronista social a escritora Margarida Rebelo Pinto.

O guia para a primeira *Sábado* também explica as razões da administração da Cofina para apostar no novo título. Escreve-se que o mais fácil seria “deitar-se à sombra dos quiosques”, uma vez que são donos de títulos reconhecidos e de grande êxito, mas que isso seria “não contar com a ambição (a vontade de fazer cada vez mais e melhor) do grupo Cofina e da sua empresa de *media*, Investec”. Assim, Paulo Fernandes, presidente do grupo e Luís Santana, diretor-geral da Investec, decidiram apostar numa newsmagazine, que classificam como “um dos modelos jornalísticos com maior futuro”, logo, dizem, “Cá estaremos para o ganhar!” (2004k, p. 30).

Numa entrevista perto do final do guia, inserida numa coluna à direita de duas páginas com a montra de todas as publicação do grupo, Paulo Fernandes dá mais informações em discurso direto. Afirma que os média são “um dos dois sectores que a Cofina considerou estruturantes para o seu desenvolvimento económico”, uma vez que tinham representado no ano anterior (2003), “cerca de 44% do volume de negócios e dos resultados do grupo”. Quanto à *Sábado*, é uma aposta que nasce para alargar o “portefólio de revistas” e que Paulo Fernandes considera “uma importante pedra para encaixar no xadrez que, com ponderação mas firmeza, estamos a construir”. Aquilo que a ficha técnica da nova newsmagazine revela é assumido pelo administrador da Cofina. Considera-se que a *Sábado* vai ser “mais um importante motor de crescimento orgânico do Grupo”, uma vez que, a par de novos investimentos, se pretende recorrer às “sinergias que podemos utilizar dentro do grupo” (2004a, p. 65).

A página 49 do guia é dirigida aos futuros leitores. Intitulada “Reclame, sugira, duvide, afirme...”, inclui todos os contactos da *Sábado* e apresenta a secção “Do Leitor”. O contacto com “os verdadeiros patrões da revista (quem a compra)” vai ser uma “aposta absoluta da SÁBADO e uma das provas que mais depressa teremos de estar a ir no caminho certo”. A newsmagazine explica que a secção não será um “mero repositório de cartas”. “Do Leitor” vai ocupar quatro páginas, terá “uma apresentação gráfica clara” que vai colocar em destaque “a opinião mais forte e a frase mais incisiva” da semana. Por outro lado, “os assuntos tratados nas revistas anteriores e que merecem reparo serão recuperados com informação adicional”, contactando os protagonistas das peças e complementando-as com estatísticas e infografias (2004l, p. 49). Estas informações do guia diretamente dirigidas aos leitores complementam-se mais à frente, com uma página inteiramente dedicada à forma como funciona o sistema de assinaturas da revista.

O guia termina com uma página de antecipação dos temas que serão abordados no n.º 1, mas um pouco mais atrás recorda o título homónimo antecessor. Fá-lo para esclarecer que “a SÁBADO que se estreia agora não tem nada a ver com a revista que nasceu no dia 25 de junho de 1988”, ou seja, não se trata do “renascimento de um velho título”. Caracteriza a *Sábado* de Joaquim Letria como a “newsmagazine que fez Portugal deixar de ser o único país europeu sem uma revista semanal de grande informação” (2004f, p. 62), lembra o percurso do título¹¹⁰ e os principais protagonistas. Deixa, contudo, por explicar quais as razões para a Cofina ter apostado num título já usado no segmento das newsmagazines, especialmente se a intenção não é qualquer tipo de identificação com a primeira revista *Sábado*. O guia também não contém o estatuto editorial da nova newsmagazine.

Quem consultou o guia ficou com expetativas elevadas em relação ao n.º 1. E a capa da primeira edição de qualquer revista é marcante e retomada ao longo da história de um título quando se recorda como tudo começou. As capas de teste mostradas no guia distribuído, todas com destaques para temas internacionais, (eleições nos Estados Unidos, Timor, e o atentado terrorista em Madrid de 11 de março), antecipavam uma newsmagazine próxima das francesas *L'Express* e *Le Nouvel Observateur*. Aliás, talvez o único aspeto não referido no guia fossem as fontes de inspiração da *Sábado*, apresentada como um produto inovador, situado para lá de quaisquer influências, pelo menos substanciais o suficiente para valerem a pena serem referenciadas.

O primeiro número da *Sábado*, publicado a 7 de maio de 2004, contraria todas as expetativas e não escolhe um tema internacional, nem um rosto da política nacional, muito menos um desconhecido para figurar na capa. É o treinador José Mourinho que domina a primeira página da *Sábado*, num dispositivo que fica aquém da qualidade das quatro capas de teste incluídas no guia distribuído. Mais do que o tema, o problema é a imagem escolhida. Um fotografia em que

110 Com algumas imprecisões, como o facto de ter sido sempre publicado ao sábado, coisa que nunca aconteceu.

Mourinho levanta o braço direito em jeito de saudação. Braço e mão ficam em primeiro plano em grande desproporção com o rosto do treinador, ao ponto de a mão, levantada num movimento pouco natural, ter uma dimensão maior do que a cabeça de José Mourinho.

A imagem de fundo é um estádio de futebol vazio, à noite, não se chegando a perceber se é parte de uma montagem ou o real cenário em que se enquadra Mourinho no momento do registo fotográfico. O cenário escuro confunde-se com o fato também escuro do treinador. Para além disso, José Mourinho está de perfil, sisudo e afasta o olhar do leitor — não há empatia nem equilíbrio de enquadramento no dispositivo. O título é expressivo apelativo, em maiúsculas, a duas linhas, “O Herói/ Português”, estando a palavra “herói” a amarelo, as restantes a branco. Por baixo, duas linhas de texto: “José Mourinho os métodos, as ideias e o futuro/ do melhor e mais cobiçado treinador europeu”. O jogo cromático é igual ao do título, amarelo em “José Mourinho”, branco no restante texto. Se dúvidas houvessem, a chave estaria aqui, nas duas palavras a amarelo, Herói = José Mourinho. A final da Liga dos Campeões jogava-se a 26 de novembro e o Porto, treinado por Mourinho, ia marcar presença.

Na capa há ainda mais texto complementar ao tema principal, inserido abaixo do símbolo do Futebol Clube do Porto. Lê-se “O dinheiro não é tudo” e, por baixo, “Saiba quanto custa cada uma das equipas da Liga dos Campeões, prova que o FC Porto pode vencer este ano e sem conseguir lucros para a SAD”, numa referência ao baixo orçamento do clube quando comparado com outros candidatos ao título. Esta quantidade de massa informativa na capa, que contraria o enunciado no guia, [que referia, recorde-se, um “título ao mesmo tempo sintético, substantivo e forte q.b.”], não é habitual nas newsmagazines, mas tornar-se-ia uma imagem de marca da construção do dispositivo capa da *Sábado*.

A capa, tal como tinha ficado claro no guia, é do tipo multi-tema e multi-imagem. Em cabeçalho, no local reservado ao segundo destaque mais importante, noticia-se em fundo azul escuro a saída de Carlos Cruz da prisão a 4 de maio, acompanhada de uma pequena fotografia do antigo diretor da revista *Mais*. Os caracteres trabalham as mesmas cores do título principal, também em maiúsculas, surgindo numa linha única, Carlos Cruz (a amarelo) Primeiro Dia em Casa (a branco). Em rodapé, em cima de uma barra vermelha, há mais duas chamadas de capa. A da esquerda diz respeito a um artigo sobre o dia a dia da Irmã Lúcia, a última dos Três Pastorinhos de Fátima viva e, à direita, publicita-se o início do “Frente a Frente”, rubrica que coloca Pedro Santana Lopes e José Sócrates a debaterem na *Sábado*, todas as semanas, um tema da atualidade (uma reedição em papel do espaço televisivo que ambos partilharam no Telejornal da RTP ao longo de dois anos). Se compararmos o primeiro número da newsmagazine da Cofina com o primeiro da II Série da *Factos*, de 1998, verifica-se que as duas capas são estruturalmente idênticas, na organização, nos jogos cromáticos e até na proximidade dos logótipos.



Figuras 106 e 107

Criadas com seis anos de distância, as primeiras capas das II Séries das newsmagazines

Factos (março de 1998) e *Sábado* (maio de 2004) são estruturalmente idênticas.

Fontes: Reproduções dos originais.

O primeiro número da *Sábado* tem 172 páginas, ultrapassando as 148 fixas anunciadas, que apenas chegariam a partir da quarta edição. Alguns dos conteúdos mais intemporais produzidos para o n.º 00 experimental são aproveitados. A três colunas, o sumário ocupa uma página e divide-se em duas áreas, com o logótipo da revista no canto superior direito. No terço superior surge em destaque a chamada de cabeçalho da capa, com uma fotografia a duas colunas, acompanhada à direita de título, antetítulo e parágrafo enquadrador. Nos dois terços inferiores surge a tabela de conteúdos que se divide em 11 secções: “Entrevista”; “Portugal”; “Europa”; “Mundo”; “Dinheiro”; “Segurança”; “Sociedade”; “Família”; “Social”; “Desporto”; e “Artes”. Cada secção encima um ou dois temas, acompanhados de duas linhas de texto explicativas. Surge mais uma pequena fotografia da Irmã Lúcia, mais ou menos a meio da página, a acompanhar a remissão para a peça. Para além destas divisões principais, no canto inferior direito, abaixo do título “E ainda...”, há mais 13 espaços individualizados, onde se incluem a “Semana” e o “Editorial” que se destaca a negrito. Num retângulo final intitulado “Opinião” surgem os nomes de todos os colunistas que colaboram na *Sábado*, 12, no total, muitos do universo Cofina.

João Govern assina um texto de apresentação do primeiro número intitulado “Os grandes planos”, enquadrado num espaço identificado como “Bastidores” no sumário. Neste, narra o caminho que a revista percorre até chegar à organização final que irá apresentar semanalmente ao leitor. Explica que o facto de a *Sábado* ter decidido autonomizar mais secções, torna ainda mais dura a luta pelo equilíbrio do espaço, que se complica ainda mais com o evoluir da atualidade que faz e desfaz planos a cada dia. Govern diz que estão orgulhosos com os conteúdos do primeiro número da newsmagazine e refere o “1ª Escolha”, um espaço não identificado no sumário, mas que no interior da revista surge com capa própria e a indicação “1ª Escolha|Sábado” no final das páginas, de numeração integrada, com sugestões de restaurantes, música, livros e beleza. O diretor fecha o texto dizendo que “a partir de hoje, sabe o leitor que pode contar com este desafio de saber mais, com a ajuda de uma revista que quer dar-lhe todas as pistas para que, depois, possa pensar por si mesmo” (Govern, 2004b, p. 8).

A ficha técnica da *Sábado* partilha a página 8, onde se insere o artigo de apresentação de João Govern. Para além da estrutura já referenciada, constituída por diretor editorial, diretor, dois subdiretores e um chefe de redação, surge também uma direção de arte, com Sofia Lucas e Helena Correia, diretora e diretora adjunta, respetivamente, e um editor de fotografia, Guilherme Venâncio. Ferreira Fernandes, como redator principal, é o nome que se segue na ficha técnica, antes do conselho editorial, um órgão que Dinis de Abreu também implementara na I Série da *Factos*, com convidados externos, (Cf. 4.4.1.). No caso da *Sábado*, o conselho editorial é constituído por diretores e editores de outras publicações do grupo Cofina. A redação integra 12 jornalistas, entre os quais, Carlos Torres, que trabalhara na *Factos* (I e II Séries) e Filipe Santos Costa, que fora editor de Política na equipa fundadora da *Focus*, elevando assim para cinco o número de pessoas com experiência prévia na newsmagazine da Impala. Ainda na ficha técnica, descobre-se que a *Sábado* segue a estratégia inicial da *Focus* e todos os membros da equipa que fazem a newsmagazine indicam o seu e-mail individual, o que vai ao encontro do discurso de proximidade e preocupação com o leitor desenhado no guia prévio ao primeiro número.

Apesar de ser a primeira edição, a *Sábado* preenche três páginas com a secção “Do Leitor”, reservando para a coluna à direita da última página o estatuto editorial. Este é constituído por dez parágrafos não numerados, que se arrumam em duas colunas de texto com data de “Maio de 2004”. Ao longo do documento, a publicação define-se como “uma revista semanal de Grande Informação”, independente de todos os tipos de poder e “intransigente na defesa de um Estado de Direito”. Declara-se respeitadora da Constituição, da Lei da Imprensa, dos códigos deontológicos e do Estatuto do Jornalista. Promete “debater as grandes questões nacionais e empenhar-se na criação de uma opinião pública forte, interessada e participativa que reforce uma sociedade democrática e plural” (2004d, p. 12).

A *Sábado* afirma que vai trabalhar uma “informação aberta a todas as áreas da actividade humana” procurando “corresponder ao interesse do leitor, cuja expectativa procurará satisfazer dentro dos limites da Lei, do bom senso e do bom gosto”. Começam aqui as

referências ao público da revista, que regressam mais à frente, quando a newsmagazine diz que “entende a actividade jornalística como um permanente exercício de criatividade e interacção com o leitor, cujas opiniões pesará regularmente na evolução dinâmica do projecto” (2004d, p. 12). A *Sábado* compromete-se, desta forma, não só a ouvir o leitor como a refletir sobre as críticas recebidas e a tê-las em linha de conta na construção da revista, procurando ir ao encontro da vontade de quem a compra.

A newsmagazine diz que “nasce com a intenção de ajudar o País a ver a Vida por um prisma positivo sem nunca abdicar do exercício da crítica, forte e contundente quando a entender necessária”. Apostará no “rigor, na melhor tradição de um jornalismo de qualidade que, por isso, deve ser popular e um veículo para a circulação e debate de ideias”. Define como limite do dever de informar “o direito de todo e qualquer cidadão ao seu bom nome e imagem” (2004d, p. 12). O último parágrafo resume os princípios éticos e filosóficos da publicação:

A SÁBADO acredita nas pessoas, na liberdade de opinião, na Justiça para todos, no primado da Família, na autoridade do Estado, na solidariedade social, numa economia competitiva, livre e concorrencial, em trabalhadores competentes e responsáveis, num patronato moderno, justo e interessado em promover bem-estar e riqueza (2004d, p. 12).

Esta síntese refere uma série de aspetos inabituais num estatuto editorial, nomeadamente, “economia competitiva”, “trabalhadores competentes”, “patronato moderno”, para além de colocar em maiúsculas “Justiça”, “Família” e “Estado”. Se o estatuto editorial da *Opção* correspondia a um programa político revolucionário e assumidamente de esquerda (Cf. 4.2.1), o estatuto editorial da *Sábado* tem neste parágrafo final um pendor ideológico oposto, que pode ser classificado como conservador ou de direita, traduzido no “primado da Família”, na “autoridade do Estado” e na referida “economia competitiva”.

Neste primeiro número, como prometido, surge o primeiro “Editorial”, um balanço do estado da justiça no país com uma argumentação e opiniões claras. Um artigo sem assinatura, um editorial no sentido estrito do género jornalístico, que responsabiliza o título coletivamente e não encontra paralelo em nenhuma das outras três newsmagazines concorrentes. A *Sábado*, sem dispensar no “Bastidores” um espaço de diálogo mais descontraído e próximo do “Linha Directa” da *Visão*, opta claramente por ter opinião através do editorial.

Para além desta diferença de posicionamento no espaço público, comparando a estrutura da nova newsmagazine com a da *Visão*, uma vez que foi a eleita como concorrente preferencial, identificam-se quatro diferenças principais: uma maior diversificação de secções; a existência, como referido, de um editorial no sentido estrito do termo; uma maior aposta na imagem, com domínio da fotografia, que por vezes ocupa duas páginas seguidas, par e ímpar; um discurso mais envolvente e próximo do leitor, traduzido na atenção dada ao longo das quatro páginas da secção “Do Leitor”.

Interrogado sobre as diferenças entre as duas newsmagazines, Miguel Pinheiro¹¹¹ diz que a percepção que tinha da newsmagazine da Impresa era a de “uma revista envelhecida, institucionalizada, a todos os níveis, e uma revista elitista, no mau sentido”. Para o antigo diretor, a *Sábado* tem “uma variedade de temas maior do que a *Visão*” e “tentámos que a revista tivesse uma imagem irreverente”, ou seja, “independente e sem a noção do ‘respeitinho’, aquela coisa do ‘respeitinho’ português”. Para além disso, “nós temos uma preocupação de utilização de formatos diferentes, um estilo de escrita mais coloquial que a *Visão*, e graficamente, também, de tentar ter soluções gráficas menos institucionais e mais criativas”.

A segunda capa da *Sábado* dá origem à primeira polémica da newsmagazine da Cofina. A revista faz capa com Abdool Karim Vakil, presidente do Banco Efisa, com um título expressivo formal, “Banco Efisa em Xequê”, noticiando que a instituição bancária está a ser alvo de investigações por suspeitas de branqueamento de capitais e de ligação a uma facção fundamentalista da comunidade islâmica. Duas semanas mais tarde, na edição n.º 5, de 4 de junho, a *Sábado* apresenta na capa, como chamada secundária em cabeçalho, o título “Direito de resposta do Banco Efisa e de Abdool Vakil” e reproduz na página 11 duas cartas do advogado João Nabais, em representação do Banco Efisa e de Abdool Vakil, desmentindo a investigação da *Sábado* e assegurando que o documento de suporte da reportagem é falso.

A *Sábado* escreve que de forma a cumprir o estipulado na Lei de Imprensa, prestará os devidos esclarecimentos na semana seguinte. No n.º 6, de 9 de junho, [não é explicada a razão da publicação antecipada em dois dias, mas presume-se que esteja relacionada com o feriado nacional de 10 de junho], a revista dedica a página 14 a um esclarecimento organizado em 12 pontos no qual explica o percurso da investigação jornalística e de que forma os jornalistas da *Sábado* foram induzidos em erro. Termina com um pedido de desculpas e assegura que a newsmagazine agiu sempre de boa-fé.

Com um arranque aparentemente tão sólido e estruturado por parte da *Sábado*, mesmo com uma primeira capa menos bem conseguida do ponto de vista estético e uma polémica na semana seguinte, nada fazia adivinhar que se registassem alterações de fundo passados apenas quatro meses. Contudo, a 10 de setembro de 2004, no n.º 19, é João Marcelino quem assina o espaço “Bastidores” intitulado “Mudanças na Direcção”. O diretor editorial anuncia que Miguel Pinheiro vai ocupar o lugar de diretor da newsmagazine, substituindo João Govern na sequência de “ajustamentos internos”. Govern, explica, mantém-se na Cofina e continuará a colaborar com a *Sábado*. João Marcelino garante que “Miguel Pinheiro é uma solução natural e de continuidade”, uma vez já ocupava o cargo de subdiretor. Entrara em substituição de Martin Avelaz Figueiredo, que apenas ficara no projeto durante um mês, até ao n.º 4, de 28 de maio

111 As informações que têm como fonte Miguel Pinheiro resultam de uma entrevista concedida a 26 de julho de 2013, quando era diretor da *Sábado*. A transcrição pode ser consultada na íntegra nos anexos de Cardoso, 2015 (pp. 45-74).

de 2004. Gonçalo Bordalo Pinheiro, até então editor da Sociedade, passa a subdiretor, ao lado de Filomena Martins que mantm o cargo que ocupava desde o primeiro dia da revista.

Miguel Pinheiro e Gonçalo Bordalo Pinheiro chegam  *Sábado* com quatro semanas de diferença, vindos da direção do jornal *24horas*, do grupo Controlinveste, onde eram, respectivamente, diretor-adjunto e editor-executivo. Após a saída de Martim Avillez Figueiredo, Miguel Pinheiro entra na semana seguinte, na edição n.é 5 de 4 de junho. Gonçalo Bordalo Pinheiro integra a redação da *Sábado* a 25 de junho, na edição n.é 8. Na altura, nem a saída de Martim Avillez Figueiredo nem a entrada de Miguel Pinheiro e Gonçalo Bordalo Pinheiro são referenciadas por João Marcelino ou João Govern. Dada a proximidade entre a saída do subdiretor e a polémica que envolveu o tema de capa do n.2 coloca-se a hipótese de poder ter havido alguma relação entre os dois factos.

Esta mudança de direção repentina e precoce lembra de imediato o percurso da *Focus*, com a agravante de haver dois protagonistas que se repetem — João Govern e Martim Avillez Figueiredo. Mas João Marcelino garantia aos leitores que as alterações na direção não eram “avulsas”, mas sim “integradas numa estratégia de desenvolvimento da revista que tem passado pelo reforço do quadro editorial” e que em breve se tornar mais visível “numa modernização gráfica em sintonia com estudos entretanto realizados” (Marcelino, 2004, p. 6).

Sobre os resultados da *Sábado*, o diretor editorial diz que têm sido “estimulantes”, tendo já ultrapassado a fasquia dos 35 mil exemplares de circulação paga, agradecendo a João Govern “pelo trabalho efectuado em condições difíceis como sempre são as inerentes ao lançamento de um novo projecto” (Marcelino, 2004, p. 6). De acordo com a APCT, no bimestre julho/agosto as vendas da *Sábado* tinham registado um valor abaixo dos 34 mil exemplares, idêntico ao da *Focus* e muito longe dos mais de 113 mil exemplares da *Visão*, isto depois de em maio/junho terem ultrapassado as 47 mil revistas vendidas por semana. O diretor editorial termina o texto com um discurso de confiança e de reafirmação das características diferenciadoras da *Sábado*, misturado com críticas  concorrência:

Os nossos leitores podem estar tranquilos quanto ao rumo da SÁBADO: continuará a ser alegre e independente, resistindo tanto ao jornalismo fácil quanto a um outro perigo, menos assinalado mas até por isso mais perigoso, latente no pretensioso e cinzento exercício da profissão, com o qual às vezes alguns “jornalistas” mascaram ambições várias. Por aqui, felizmente, estamos livres disso (Marcelino, 2004, p. 6).

Duas semanas mais tarde, no n.º 21 de 24 de setembro de 2004, é novamente o diretor editorial que assina o “Bastidores” [o nome do espaço já surge agora na página para além de ser referenciado no sumário], para confirmar as previsões que fizera. Informa Marcelino que “os dois últimos números da SÁBADO ultrapassaram os 45 mil exemplares de circulação paga” sendo possível que o último ainda possa “vir a passar a fasquia dos 50 mil” quando todas as contas com a distribuidora estiverem feitas. Para o diretor editorial, “quer isto dizer que a nossa revista, concluída a fase de lançamento, sempre delicada em qualquer publicação, está a percorrer de forma consolidada um caminho de evolução”. Marcelino sublinha a satisfação com os resultados obtidos “com, tão-só, cinco meses nas bancas” (Marcelino, 2004, p. 6).

Revelando as ambições do título, o responsável afirma que “a SÁBADO está a conseguir os propósitos iniciais de se assumir como uma revista capaz de, a curto prazo, lutar pela liderança no segmento das *news magazines*” (Marcelino, 2004, p. 6). Os dados da APCT revelam que no período de setembro/outubro a *Sábado* alcançou um valor superior a 51 mil exemplares de circulação média, o dobro dos resultados da *Focus*. A *Visão* mantinha-se líder destacada, com mais de 102 mil revistas vendidas por semana, mas tinha descido cerca de 11 mil exemplares em relação ao bimestre anterior. Isto significa que entre os títulos do segmento com dados disponíveis só a *Sábado* crescera (quase 18 mil exemplares). Acrescenta-se que o bimestre anterior, ou seja, julho/agosto de 2004, com vendas inferiores a 34 mil exemplares, seria o pior de sempre na história da *Sábado*, que não voltaria a baixar da fasquia dos 45 mil. Se a saída de João Govern está relacionada com esse resultado menos bom também não foi possível apurar.

O texto de João Marcelino é ilustrado com as capas das duas últimas edições que, referência, são as primeiras sob o comando de Miguel Pinheiro. A primeira página da edição n.º 20 inaugura um tipo de imagem à qual a *Sábado* regressaria: a fotografia em muito grande plano. Este enquadramento é usado com muita parcimónia nas newsmagazines, mas a *Sábado*, a par dos grandes planos, usa-a com alguma frequência e com a particularidade, presente na edição n.º 20, de colocar a pessoa retratada olhos nos olhos com o leitor, forçando o contacto visual num exercício perturbador, que toca o hipnotismo.

O anunciado duas semanas antes é retomado por Marcelino. O diretor editorial informa que na edição seguinte a *Sábado* sairá para as bancas com o conceito gráfico modernizado, processo que contou com “a supervisão de consultores internacionais”. Explica que “não mexemos nos conteúdos nem na grelha da revista, que continuará a apresentar a mesma lógica e o essencial de todas as rubricas”, decisão que, diz, numa piscadela de olho aos leitores, demonstra “respeito pelos hábitos adquiridos por quem nos prefere”. A partir de novembro promete-se “um roteiro semanal independente do corpo principal da revista e da secção Primeira Escolha” com “a oferta cultural do País” e sugestões para cada dia da semana (Marcelino, 2004, p. 6). Nasceria assim o “GPS”, em formato de pequena agenda com 19,5X11,5 cm.



Figuras 108 e 109

As primeiras duas capas responsáveis por vendas acima dos 45 mil exemplares, que inauguram a direção de Miguel Pinheiro e o uso do muito grande plano (à direita).
Fontes: Reproduções dos originais.

Com o número seguinte anuncia-se também a oferta do primeiro volume da *História de Portugal*, da autoria de João Medina. Estes brindes aos leitores vão ao encontro de uma estratégia delineada desde o n.º 1. A *Sábado* começou por oferecer ao longo de cinco semanas o colecionável *100 fotografias que mudaram o mundo*. Com as 12 edições seguintes deu aos seus leitores a coleção de DVD “Grandes Figuras da História Mundial”, e continuou com a oferta de seis livros de banda desenhada do gato Garfield. Na entrevista concedida, Daniel Ricardo, então editor-executivo da *Visão*, apontou esta estratégia como um fator determinante na subida de vendas em banca da newsmagazine da Cofina e, em contraponto, para os números da *Visão* estagnarem. João Marcelino explica de forma diferente o início do lançamento da *História de Portugal*, afirmando que “é mais uma razão para que outros leitores [sempre a pensar no alargamento do público] percebam o esforço que estamos a fazer no sentido de consolidar um projecto profissional que ajude à pluralidade no espectro da grande informação” (Marcelino, 2004, p. 6).

Na edição n.º 22, de 2 de outubro de 2004, chegam as alterações gráficas anunciadas. Na capa, os mais desatentos não as notam. Desaparece o acento de cor diferente em *Sábado* (a palavra passa a ser totalmente branca) e o fundo vermelho do logótipo estende-se agora de um lado ao outro do cabeçalho. A restante estrutura mantém-se inalterável. Olhando para o

sumário do número anterior, o último do primeiro modelo gráfico da *Sábado*, percebe-se que já tinham sido feitos dois ajustamentos em relação ao n.º 1. O tema de capa constitui-se como secção própria, com a designação “Destaque”, surgindo em segundo lugar no sumário, atrás de “Entrevista” e antes de “Portugal”, totalizando assim 12 secções, mais uma do que inicialmente. Para além disso, estreitou-se a secção “Europa” ao alterar a designação para “União Europeia”. No novo modelo gráfico, o sumário mostra que o esqueleto orgânico das secções, tal como prometido, se mantém inalterável — não há secções novas nem secções retiradas. Nas rubricas e nos nomes associados aos artigos de opinião as alterações são mínimas.



Figura 110

A cinco dias de completar cinco meses, a *Sábado* reajusta, a 2 de outubro de 2004, o modelo gráfico que passa também por pequenas alterações no logótipo.

Fonte: Reprodução do original.

Em termos gráficos, as alterações introduzidas no sumário têm semelhanças com as levadas a cabo seis meses antes pela *Focus*, com a entrada de José Rocha Vieira, a 14 de abril de 2004, que aproximou este espaço do design usada pela *Visão* (Cf. 4.4.2). Na prática, a forma como *Sábado*, *Visão* e *Focus* apresentam os conteúdos da revista passam a ser similares. As transformações no sumário da newsmagazine da Cofina dão-lhe mais clareza e facilitam a leitura da página. Continuam a distinguir-se dois espaços autónomos, mas em vez da tabela de conteúdos se partir por três colunas, arruma-se agora numa única, ocupando a metade direita da página. A designação das secções está presente, mas de forma mais discreta, e as temáticas concretas ganham visibilidade, uma vez que se arrumam à esquerda e a negrito da frase, agora única, que sintetiza o artigo. Na metade esquerda da página surgem as imagens e a lógica

continua a ser a anterior. Assim, a fotografia de maior dimensão diz respeito ao tema que surge no segundo destaque da capa, no cabeçalho. Abaixo há mais dois artigos referenciados com imagem, um é o que faz a capa e o outro apenas encontra eco nas páginas interiores.

No interior da revista, os cabeçalhos das páginas passam a ser usados para dar informações complementares, por vezes acompanhadas de imagem ao longo da secção “A Semana”, que se mantém dedicada ao resumo da atualidade. Nas restantes secções redesenham-se as designações, os nomes e as fotografias dos cronistas. O “1ª Página” mantém-se ausente no sumário, mas autonomiza-se como suplemento destacável de 16 páginas. Perde meio centímetro na altura e ganha numeração própria, o que explica a descida artificial do número de páginas da *Sábado*, que passa de 156 no n.º 21 para 140 no n.º 22.

O “Bastidores” é assinado pelo diretor Miguel Pinheiro que, no último parágrafo, refere as novidades da edição, afirmando que é com “orgulho que apresentamos aos leitores o nosso novo grafismo”. Antecipando eventuais dúvidas, interroga-se “Porquê mudar agora? É muito simples: porque achamos que assim ficamos melhor. Ou antes: porque achamos que assim os leitores ficam melhores” (Pinheiro, 2004a, p. 4). Uma vez mais, a tónica empática no relacionamento com quem compra a revista. Este trabalho de falar de forma direta ao coração de cada leitor tem outro exemplo logo duas semanas mais tarde, a 15 de outubro. Miguel Pinheiro, novamente no “Bastidores”, (que agora já inclui uma fotografia do diretor), explica como em duas horas resolveram alterar o tema de capa¹¹², os procedimentos que isso implicou e as razões que o motivaram, terminando da seguinte forma: “Aqui na SÁBADO ficámos contentes com o resultado: uma revista que pensa nos leitores tem de conseguir reagir às notícias com rapidez, mesmo que isso obrigue a refazer dezenas de páginas em poucas horas. **Por si, vale a pena**”¹¹³ (Pinheiro, 2004b, p. 4)

O espaço “Bastidores” passa a ser assinado por Miguel Pinheiro e, pontualmente, por Gonçalo Bordalo Pinheiro, o diretor adjunto. No final do ano, no n.º 35, de 30 de dezembro de 2004, é o diretor que se dirige novamente aos leitores, com uma notícia menos agradável: “A partir da próxima edição, a SÁBADO passa a custar 2,75 euros. É uma subida pequena, 5 cêntimos, mas inevitável. Esperamos que os leitores se sintam compensados com as iniciativas editoriais que estamos a preparar para 2005” (Pinheiro, 2004c, p. 6). Destaque-se a inexistência de justificações cruzadas, do género “tal como os restantes semanários”, ou de quaisquer explicações de todo à exceção de ser “inevitável”. De qualquer forma, avisar os leitores dos aumentos, em linha com o relacionamento que a *Sábado* desenvolve com o público torna-se norma. Quem compra habitualmente a newsmagazine não é surpreendido.

112 O tema de capa acabou por ser Marcelo Rebelo de Sousa devido à saída abrupta e de contornos mal explicados da estação de televisão TVI onde era comentador.

113 Sem negrito no original.

O primeiro aniversário da *Sábado* assinala-se no n.º 53, de 6 de maio de 2005, sem referências na capa. A newsmagazine reserva-lhe, contudo, a secção “Destaque” no sumário, onde anuncia “A SÁBADO faz um ano e traz-lhe 14 leitores n.º 1”. São cinco páginas de um artigo especial, apresentado num formato desdobrável, com o título “Parabéns a vocês”, uma vez mais atribuindo a importância do êxito alcançado aos leitores. A revista reuniu declarações de 14 pessoas, apresentadas como leitores da *Sábado* desde o n.º 1 e que, para além disso, têm algum tipo de relação com esse algarismo. Assim, alguns dos ouvidos são, por exemplo: Maria João Ruela, que apresenta o “Primeiro Jornal” na estação de televisão SIC; o banqueiro João Rendeiro, a propósito do seu primeiro milhão de euros; Ana Lacerda, Primeira Bailarina na Companhia Nacional de Bailado; Maria José Ritta, Primeira Dama; e Francisco Morgado, o primeiro assinante da newsmagazine da Cofina.

Na primeira página do artigo comemorativo, a *Sábado* mostra um gráfico com as vendas crescentes da newsmagazine. No “Bastidores”, Miguel Pinheiro agradece aos leitores pelo crescimento acelerado e partilha a evolução do êxito: “no nosso primeiro trimestre de publicação tivemos uma circulação paga de 20.024 exemplares; no segundo saltámos para 39.949; no terceiro avançámos para 45.772 e no primeiro trimestre deste ano já chegámos aos 51.667” (Pinheiro, 2005a, p. 4). De acordo com a APCT, no segundo bimestre de 2005, que inclui março e também abril, a circulação média da *Sábado* continuou a subir, ultrapassando as 53 mil revistas vendidas semanalmente.

No último número de 2005 (edição n.º 87 de 29 de dezembro), Miguel Pinheiro anuncia aos leitores que a partir de 12 de janeiro de 2006 a *Sábado* vai passar a publicar-se à quinta-feira. Antecipa-se, assim, 24 horas nas bancas e passa a sair lado a lado com a newsmagazine da Impresa. “Nós, a dada altura, achámos que não fazia sentido não ter um confronto direto na banca com a *Visão*”, explica o diretor na entrevista concedida. E essa nova fase da vida da *Sábado* é assumida de forma clara perante os leitores. Miguel Pinheiro escreve que estes passam a ter “mais escolha — no mesmo dia, na mesma altura, poderão optar entre a SÁBADO e a sua concorrente, a *Visão*, tendo as duas publicações à sua frente para decidir pela melhor” (Pinheiro, 2005b, p. 5). Quando a *Sábado* toma esta decisão, a *Tempo* já tinha deixado de existir e a *Focus*, a vender menos de 20 mil exemplares, deixara de ser considerada uma ameaça. Fica claro que para a *Sábado* só há uma concorrente a ter em consideração. Chama-se *Visão* e contava com Pedro Camacho há apenas seis meses na direção.

Miguel Pinheiro apresenta mais vantagens na mudança de sexta para quinta-feira. Diz o diretor que os leitores vão ganhar mais um dia “para ler calmamente a edição e poder terminá-la ao longo do fim-de-semana”. Para além disso, vão ter mais atualidade, pois o tempo entre o fecho da revista e a ida para as bancas vai encurtar-se, garante. Num balanço do momento em que é tomada a decisão, o responsável diz que “foi um ano em que, realmente, tudo correu bem à SÁBADO” (Pinheiro, 2005b, p. 5) e entre as vitórias, cita a conquista de mais 4 mil assinantes e 10 mil leitores desde o início de 2005.

A newsmagazine da Cofina não assinala o facto de atingir o n.º 100, a 30 de março de 2006. Mas nessa mesma edição, o último parágrafo de Miguel Pinheiro no “Bastidores” revela dados esmagadores:

Os últimos números oficiais da Associação Portuguesa para o Controle de Tiragem e Circulação, divulgados esta semana, mostram mais uma enorme subida da *SÁBADO*. Comparando as vendas, sem assinaturas, de 2005 e 2004, a *SÁBADO* subiu 28,5%, a *Visão* desceu 9,32% e a *Focus* desceu 33,7% (Pinheiro, 2006, p. 6).

A guerra dos números tinha começado. Repare-se, em primeiro lugar, que nesta comparação, a *Focus* surge apenas para mostrar de forma clara a superioridade da *Sábado*. Em segundo lugar, a questão frisada das “vendas, sem assinaturas” vai tornar-se a principal arma de arremesso entre *Sábado* e *Visão*. A primeira acabará por ultrapassar a segunda em banca, mas no somatório com as assinaturas mantém-se atrás. Por fim, o uso das percentagens em vez de números absolutos é exatamente o contrário do que a *Visão* habitualmente faz e percebe-se porquê. No primeiro bimestre de 2006, a *Sábado* teve uma circulação média (vendas em banca mais assinaturas) de 54 mil exemplares, a *Visão* ultrapassou os 98 mil e a *Focus* rondou os 16 mil.

A *Sábado* comemora os dois anos de vida de forma muito mais efusiva que no primeiro aniversário, já com Gonçalo Bordalo Pinheiro sozinho na direção adjunta, uma vez que Filomena Martins regressara ao *Correio da Manhã*. Na capa do n.º 105, de 4 de maio de 2006, lê-se “Revista Extra/ 2º Aniversário”, acompanhado do rosto da publicação especial comemorativa criada para a ocasião. Na capa da “revista especial aniversário”, numa coluna partida em nove linhas de caracteres brancos explica-se o conteúdo: “O melhor/dos 2 anos/ *SÁBADO*:/ as fotos,/ as frases/ os rivais/ e as duplas/ que ficam/ para a História”. Mas a estrela da capa é a imagem, explicada pelo diretor adjunto Gonçalo Bordalo Pinheiro, no “Bastidores”:

Foi necessário reunir as mais de cem primeiras páginas da *SÁBADO*, publicadas ao longo destes dois anos, separá-las por cores e distribuí-las no computador de forma a recriar a fotografia de uma mão que faz o número 2: as mais claras reconstruíram os dedos, as mais escuras o fundo, e as intermédias as sombras (Bordalo Pinheiro, 2006, p. 6).

Um trabalho do diretor de arte, Paulo Freitas, com o auxílio do programa informático Easy Mosaic 2005. Como houve necessidade de repetições para se construir a imagem, “no total, a capa da revista especial de aniversário é composta por 3540 pequenas capas da *SÁBADO*”, conta Gonçalo Bordalo Pinheiro, acrescentando que “o resultado é uma revista especial para guardar” (Bordalo Pinheiro, 2006, p. 6), num sublinhar das características relacionais e afetivas das revistas.



Figura 111

Uma revista extra, que acompanha a edição de 4 de maio de 2006, para assinalar os dois anos da *Sábado*, com uma capa construída a partir de 3540 imagens de capas da publicação.
Fonte: Reprodução do original.

Quem assina o editorial da revista comemorativa de aniversário é João Marcelino¹¹⁴ que escolhe ilustrá-lo não com a capa do n.º 1, mas com a do *Guia para o Leitor*, tendo como legenda “foi com esta edição especial de 68 páginas, que tirou cerca de 400 mil exemplares, que a SÁBADO se apresentou aos seus leitores”. No texto, intitulado “Dois anos com SÁBADO”, o diretor editorial revisita e desvenda a génese da revista. Indo ao encontro das pistas lançadas no guia, Marcelino explica que a ideia foi criar a newsmagazine “a partir do interior do grupo e dos seus diversos títulos”, construindo “um projecto diferente em termos económico-financeiros, capaz de crescer a partir de uma pequena base e, por isso, mais apto a ultrapassar as dificuldades do lançamento”. O diretor editorial recorda os nomes dos protagonistas da equipa fundadora e sublinha a importância de Miguel Pinheiro no êxito alcançado. Para João Marcelino, “ao

114 Assinale-se a estranheza de não haver uma contribuição de Miguel Pinheiro nem na revista habitual nem na especial.

completar 2 anos, a *SÁBADO* impôs-se porque tem feito um jornalismo sério, moderno e de qualidade”. O título “aglutinou” experiência e “uma nova vaga de profissionais que gostam do que fazem, trabalham com rigor e prezam a sua revista” (Marcelino, 2006, p. 5).

A *Sábado* não assinala o terceiro aniversário em maio de 2007, mas a partir de julho, ou seja, quatro meses depois da profunda reforma gráfica da *Visão* (Cf. 4.3.4) começam a registar-se alterações na estrutura da capa. Aos poucos, o rosto da *Sábado* vai reduzindo os destaques secundários no rodapé, chegando a deixar o tema de capa alargar-se à totalidade do espaço abaixo do logótipo, ficando as chamadas secundárias confinadas ao cabeçalho. Isto ao mesmo tempo que o texto que acompanha o destaque principal aumenta. Uma mudança transitória, uma vez que as referências no final da capa regressarão. Contudo, a tendência de alargamento do volume de texto a acompanhar o tema principal de capa vai manter-se. Recorde-se que a newsmagazine sempre fez questão de dar respostas na capa, o que acontece é um aumento de dados e explicações.

Figura 112

No verão de 2007, o tema principal de capa vai ganhando espaço, mais texto, e chega a dispensar destaques secundários no rodapé, como nesta edição de 23 de agosto. Fonte: Reprodução do original.



Mais cara cinco cêntimos desde janeiro de 2008, a *Sábado* sofre “ligeiras mudanças gráficas e de conteúdo” nas palavras de Miguel Pinheiro, que as anuncia no n.º 197, de 7 de fevereiro de 2008. O diretor justifica a reformulação “porque uma publicação deve fazer alterações quando está em alta e porque esta revista quer ser cada vez melhor”. Promete, assim, “novas

secções, páginas remodeladas e um Primeira Escolha totalmente renovado” (Pinheiro, 2008a, p. 6). Na semana seguinte, no “Bastidores” do n.º 198, de 14 de fevereiro, Miguel Pinheiro afirmava que a “revista está diferente — mas não excessivamente diferente”. Referindo a ausência de mudanças há vários anos (desde o final de 2004), aos “ajustes gráficos” pré-anunciados, o diretor acrescenta “uma nova aposta na infografia”, com o objetivo de “tornar a revista ainda mais moderna e interessante”. Retomando o discurso da semana anterior, o responsável garante que “é a altura ideal para mudar: a SÁBADO está no melhor momento da sua história, batendo, a cada semana, recordes sucessivos de vendas” (Pinheiro, 2008a, p. 6).

O sumário permite perceber que as alterações gráficas são de pormenor e visam um refrescamento da imagem, tal como explicado. É de assinalar, contudo, o facto de a *Sábado*, pela primeira vez, publicitar os seus dois suplementos no sumário, reproduzindo as respectivas capas — o “Primeira Escolha” (inicialmente, “1ª Escolha”) e o “GPS”, este último agora com edições autónomas para Lisboa e Porto. Em relação ao bom momento vivido pela revista e repetido por Miguel Pinheiro, verifica-se, consultando os dados da APCT, que no período de Janeiro/Fevereiro de 2008, a *Sábado* vendeu mais de 76 mil revistas semanalmente, a *Focus* estava abaixo dos 14 mil, mas a *Visão* disparara para os 127 mil de circulação média. Este resultado da concorrente seria comentado por Miguel Pinheiro no “Bastidores” da edição n.º 209, de 30 de abril, atribuindo-o “à oferta de quatro filmes em DVD” (Pinheiro, 2008b, p. 8). Existe, de facto, um avanço de mais 30 mil exemplares nos resultados da *Visão*, quando comparados com os do último bimestre de 2007. A revista da Impresa resolvera reagir, jogando o jogo da adversária (o das ofertas) — e resultara.

Ao longo de 2008, a *Sábado* vai oscilando entre os cerca de 68 mil (março/abril) e os mais de 87 mil exemplares de circulação média (maio/junho), fechando o ano com uma média de 72 mil newsmagazines vendidas por semana. No ano seguinte, enquanto a *Focus* desce abaixo da fasquia dos 10 mil, o “pior” resultado da *Sábado* em 2009 é uma circulação média de 74 mil revistas no fim do ano, quando em seis dos doze meses, registou valores acima dos 80 mil. A *Visão* continuou na liderança, com vendas médias entre os 95 e os 111 mil exemplares.

Em 2010 a *Sábado* volta a comemorar um aniversário — o sexto, neste caso, antecipando-o para o n.º 313, de 29 de abril. Para isso, decide oferecer aos seus leitores uma revista “XXL”. Os 20,5X27,5 cm habituais da *Sábado* crescem para 26,5X33 cm. Miguel Pinheiro conta no “Bastidores” como nasceu a ideia: “para comemorar o 6º aniversário da revista que mais cresceu em vendas, decidimos crescer também em tamanho. É um formato gigante e único”. O melhor ano de vendas da *Sábado* tinha sido [e continua a ser] 2009. O diretor ainda não sabia, mas até ao final de 2010 as vendas da *Sábado* em determinados períodos quase tocaram, mas nunca chegaram a ultrapassar os 80 mil exemplares de circulação média.

A *Sábado* “XXL” tem 172 páginas, com lombada, e o tema de capa é ilustrado por uma imagem que simula um puzzle com algumas peças em falta que permite visualizar um homem jovem. Só o título, informativo indicativo, a três linhas (duas a amarelo e a terceira a

branco) permite a leitura do dispositivo: “As 13 últimas/ descobertas sobre/ o seu cérebro”. Por cima do logótipo, bem visível, está a indicação “Especial (em maiúsculas amarelas de grande dimensão), e a duas linhas de caracteres mais reduzidos, “Revista de aniversário/em formato gigante”. Este tipo de revista de formato alargado viria a tornar-se mais tarde uma estratégia com a “marca *Sábado*”, usada com frequência, e diferenciadora da *Visão* — que nunca a utilizou.



Figura 113

O 6º aniversário da *Sábado* é assinalado de forma antecipada, a 29 de abril de 2010, através de um formato “XXL”.

Fonte: Reprodução do original.

Em 2022, a *Sábado* atingiu os 18 anos em circulação, sendo agora, de forma destacada, a segunda newsmagazine portuguesa mais duradoura, só ultrapassada pela *Visão*. Mantém-se propriedade da Cofina, o grupo de media onde nasceu, em 2004, tem como diretora a jornalista Sandra Felgueiras e, em 2021, a APCT indicava um pouco mais de 20 mil exemplares de circulação paga. Muito há a contar sobre a história da *Sábado* nos 12 anos que vão de 2010 a 2022, mas esse percurso é lugar de uma outra investigação, uma vez que esta termina em 2010. Facto é que a II Série da *Sábado* se mantém a mais recente newsmagazine portuguesa e a única que disputa leitores com a *Visão*, conseguindo até ultrapassá-la nas vendas em banca. Há 18 anos que não se lança uma nova newsmagazine em Portugal, mas uma nova batalha entre as duas únicas concorrentes recomeça todas as semanas.

Conclusões

As revistas semanais de informação geral, mais do que urbanas, parecem ser em Portugal um fenómeno centrado na capital. De facto, todos os títulos identificados de revistas com implantação nacional nasceram e tiveram (ou têm) sede na Área Metropolitana de Lisboa. Outra característica das newsmagazines ao longo da sua história foi a capacidade de mobilização de colunistas representativos da sociedade portuguesa. São exemplos Mário Soares, Pedro Santana Lopes, José Sócrates, António Lobo Antunes, Agustina Bessa Luís, Francisco Seixas da Costa, Adelino Maltez, José Pacheco Pereira, Eduardo Lourenço, Vasco Pulido Valente, Maria Filomena Mónica, Daniel Sampaio, Francisco Sarsfield Cabral, Helena Vaz da Silva e Ricardo Araújo Pereira, entre muitos outros.

Identificaram-se quinze revistas semanais de informação geral lançadas entre 1967 e 2010, todas em anos diferentes. As duas primeiras (*Vida Mundial* e *Observador*) foram caracterizadas no Capítulo 3, por serem anteriores à implantação do regime democrático em Portugal. Seis das 15 revistas encerraram antes de completarem o primeiro ano de vida e apenas duas — *Visão* e *Sábado* (II Série) —, lançadas em 1993 e 2004, respetivamente, se mantêm em circulação em 2022. Na história da newsmagazine em Portugal há a registar dois períodos de silêncio que somam, no seu conjunto, cerca de seis anos. O segmento desaparece das bancas portuguesas de dezembro de 1978 a abril de 1982 e, depois, de agosto de 1985 a junho de 1988.

Depois de uma fase de pré-modernidade, de experimentação de várias fórmulas (*Opção*, *Novo Observador*, *Mais* e *Grande Reportagem*), identifica-se a *Sábado* (I Série) lançada em 1988 e desaparecida em 1993, como o primeiro êxito da fórmula newsmagazine pós-25 de Abril. Em apenas 12 meses, a revista fez crer que havia lugar para a revista semanal de informação geral se impor enquanto segmento lucrativo na imprensa portuguesa. Vinte e cinco anos volvidos, o caderno especial comemorativo do primeiro aniversário, publicado em 1989, continua a ser o mais completo documento que uma newsmagazine produziu até hoje em circunstâncias idênticas. Até à *Sábado*, aliás, nem sequer é possível falar de cadernos comemorativos de aniversário, uma vez que os títulos predecessores que ultrapassaram os primeiros 12 meses como newsmagazines (*Vida Mundial*, *Observador* e *Opção*), não foram além de notas ou de um artigo único desenvolvido em algumas páginas, no caso da revista da Verbo.

A primeira *Sábado* enfrentou três concorrentes. A *Face*, em 1989, durante menos de um ano, quando a *Sábado* recolhia aplausos generalizados pelos resultados de vendas alcançados. Três anos mais tarde, em 1992, a *Época*, do grupo Impala, com um antigo diretor da *Sábado* aos comandos, sobrevive apenas dez semanas. Mas em março de 1993 nasce a *Visão* e sete meses mais tarde a *Sábado* cede o território das newsmagazines à derradeira concorrente e encerra. Com a *Visão*, fecha-se a fase da Modernidade e o modelo newsmagazine impõe-se de forma duradoura, 70 anos após o lançamento da pioneira *Time* em 1923.

A última etapa da história da newsmagazine em Portugal, “Apogeu, queda e resistência”, envolve quatro títulos, lançados em sete anos, todos com uma característica comum — a vontade de disputar os leitores conquistados pela *Visão*, que se manteve sozinha no segmento durante mais de quatro anos. O desaparecimento da *Sábado* (I Série) fizera regressar as dúvidas sobre a viabilidade económica da revista semanal de informação geral em Portugal, mas a consolidação do êxito da *Visão* fez renascer a esperança no segmento. Em 1997, a *Factos*, que se desdobra em duas séries por razões judiciais, é a primeira newsmagazine a enfrentar o monopólio da *Visão*. A aventura do grupo Semanário dura menos de um ano e quase passa despercebida. Dois anos mais tarde, em 1999, o patrão da Impala, Jacques Rodrigues, regressa, pela terceira vez, (após *Novo Observador* e *Época*) ao território da newsmagazine e licencia um modelo internacional de êxito, a alemã *Focus*. A primeira e até hoje única experiência deste género. A *Visão* perde cerca de metade da redação para a concorrente e responde-lhe renovando a equipa e o modelo gráfico. Mas apesar de a *Focus* se prolongar por mais de doze anos, até encerrar em janeiro de 2012, nunca conseguiu dividir o mercado como pretendia.

O lançamento da *Tempo*, em 2003, do grupo Euronotícias, inaugura o primeiro período da história da newsmagazine portuguesa com três títulos em circulação. Um ano mais tarde, em 2004, é a vez da *Sábado* (II Série) do grupo Cofina surgir no mercado. Vive-se um apogeu de quatro newsmagazines nas bancas, que teria a duração exata de um ano, de maio de 2004 a maio de 2005. Se a *Visão* ignora a *Tempo*, prepara-se para a chegada da *Sábado* com a mesma energia que dedicara à *Focus*. Uma vez mais, reapresenta-se renovada aos seus leitores dias antes de uma concorrente, desta vez a *Sábado*, nascer.

Enquanto a *Tempo* encerra com cerca de ano e meio de vida, em 2005, e a *Focus* se arrasta penosamente sem resultados, a *Sábado* (II Série) distribui ofertas aos leitores e conquista o mercado. A newsmagazine da Cofina ultrapassa a da Impala em poucos meses e desafia a liderança da *Visão*. Irreverente, aposta em editoriais acutilantes, num discurso direto e em capas fortes, acabando por conseguir a proeza de ultrapassar a revista, à época do Grupo Impresa, na sedução semanal dos leitores em banca, feito nunca antes alcançado. Mas um sistema de captação de assinaturas menos competitivo, num campo em que a *Visão* detinha 30 mil leitores fiéis, mantém os resultados a este nível modestos, o que incapacita o título, até 2010, de se consagrar a newsmagazine mais vendida em Portugal.

Regressando à análise transversal dos 15 títulos identificados, é possível detetar influências de várias revistas internacionais, entre as quais: *Time* e *Newsweek* (americanas); *L'Express*, *Le Nouvel Observateur* e *Le Point* (francesas); *Panorama* e *L'Espresso* (italianas); *Der Spiegel* e *Focus* (alemãs); *Cambio 16* (espanhola); *Veja* (brasileira); e *The Economist* (inglesa).

Foi também possível identificar ressonâncias, mais ou menos completas, da caracterização da pioneira *Time* nos discursos definidores de todos os projetos de newsmagazines portuguesas, que referem entre os seus objetivos a síntese da atualidade, assim como as apostas no jornalismo interpretativo e nas histórias de pessoas. Outra evidência das semelhanças com

o modelo americano foi a eleição/estruturação do dispositivo capa em torno do “Homem do Ano” que *Vida Mundial*, *Observador* e *Grande Reportagem* levaram a cabo em 1967, 1973 e 1984, respetivamente. No caso desta última, o uso nos primeiros dois números de um “anúncio” com títulos de várias newsmagazines internacionais, colocando a *Grande Reportagem* entre eles, foi o caso de maior clareza no reconhecimento de influências.

Numa fase posterior, verificam-se continuidades entre os títulos nacionais, fruto da concorrência e da vontade de reproduzir o que resultava no mercado. Essas semelhanças acentuam-se quando se inicia a transição de jornalistas entre newsmagazines, que se foi procurando acompanhar ao longo da caracterização dos títulos. Na última fase registou-se a maior movimentação, da *Visão* para a *Focus*, quando esta é lançada em 1999. O melhor exemplo individual talvez seja João Govern, que foi editor na *Visão*, diretor-adjunto na *Focus* e diretor na *Sábado* (II Série).

Para além da qualidade intrínseca dos jornalistas que constituem as redações, dos conteúdos trabalhados e do design de cada revista, o percurso da newsmagazine em Portugal indicia a existência de três fatores essenciais para o êxito da revista semanal de informação geral:

- 1) ser propriedade de um grupo económico forte;
- 2) ter estabilidade na direção;
- 3) preocupar-se em dar atenção ao leitor.

Numa época de concentração dos media, uma publicação de elevados custos como a revista semanal de informação geral só tem viabilidade no seio de um grupo económico disponível para investir e suportar os prejuízos expectáveis durante o período de implementação do título. Isso mesmo o mostra os casos mais bem-sucedidos (mesmo que temporariamente). A *Vida Mundial* nasce no seio da Sociedade Nacional de Tipografia; a *Observador* é lançada pela Verbo; a *Sábado* (I Série) era propriedade da Invesmédia; a *Visão* começa com a associação da Projornal com a Edipresse; a *Focus* fazia parte da Impala; e a *Sábado* (II Série) pertence à Cofina. No que diz respeito a estes seis títulos, quatro (*Vida Mundial*, *Observador*, *Sábado* — I Série e *Focus*) fecharam portas na sequência ou de problemas económicos inesperados ou de desinvestimento por parte dos grupos proprietários. As revistas nascidas de iniciativas independentes, como *Opção* e *Grande Reportagem*, encerraram prematuramente. E as que não foram alvo dos investimentos iniciais necessários tiveram o mesmo fim, sendo emblemáticos os casos da *Novo Observador* e da *Época*.

Por outro lado, uma mudança de direção numa newsmagazine implica sempre ajustes de equipas e de metodologias de trabalho. Alterações sucessivas e inesperadas não favorecem nem a estabilidade nem a consolidação de estratégias. No que diz respeito a este segundo fator, a *Focus*, do grupo Impala, é um caso paradigmático — treze direções em pouco mais de onze anos tornaram impossível delinear um projeto a médio e muito menos a longo prazo. Olhando para as direções das duas newsmagazines sobreviventes, constata-se que, até 2010, a *Visão* contou apenas com duas, tendo a transição entre a primeira e a segunda sido feita em continuidade. E o mesmo aconteceu com a *Sábado* no período de 2006 a 2010.

O terceiro fator determinante para o êxito relaciona-se especificamente com a natureza da newsmagazine. Publicação entre o jornal e a revista, necessita de estabelecer um elo com os seus leitores que ultrapassa o dos jornais diários e semanários. A relação tem de ser mais próxima e empática, tornando-se necessário trabalhar o afeto que torne aquela revista necessária e perene. Algo que justifica o aparecimento das edições especiais “para guardar”, uma estratégia muito comum no universo das revistas. Newsmagazines que mudam modelos gráficos, dia de publicação, direções ou aumentam o preço sem explicações ao leitor trabalham para o seu afastamento. Dos treze títulos extintos, só a *Observador* se despediu dos leitores e lhes explicou o que estava a acontecer. *Vida Mundial* e *Opção* não o fizeram, mas os últimos editoriais denunciavam que a situação vivida era complicada e que o desfecho podia ser o encerramento. Nos restantes nove títulos, numa semana estavam nas bancas aparentando total normalidade, na semana seguinte tinham deixado de existir sem razão aparente¹¹⁵.

Por fim, é necessário assinalar que o êxito duradouro da *Visão* eclipsou quase por completo a história da newsmagazine em Portugal, anterior a 1993, o ano da fundação do título. Torna-se cada vez mais frequente encontrarem-se referências a esta newsmagazine, que, em 2022, pertence ao grupo Trust in News, como a primeira do género, fazendo tábua rasa do percurso das nove publicações anteriores, *Sábado* (I Série) incluída. Apesar disso, se a *Vida Mundial* inaugura o segmento em Portugal e se a *Sábado* de 1988 é a primeira newsmagazine moderna, a *Visão* pode ser, de facto, definida como o título que consolida o conceito de newsmagazine em Portugal e é a revista do segmento mais antiga em circulação.

Como conseguiu a *Visão* vencer como newsmagazine após 26 anos de tentativas frustradas e nove títulos encerrados? Sem ser possível dar uma resposta definitiva, há um conjunto de elementos que podem ser apontados como decisivos para o sucesso da *Visão*. Um deles já foi referido, a constância na direção, que se reflete também na redação. Para além de a *Visão* só ter conhecido dois diretores em mais de duas décadas, existe um núcleo duro de jornalistas que acompanha a revista desde o primeiro número e que foi amadurecendo no seio da redação, assumindo progressivamente cargos de maior responsabilidade.

Por outro lado, a associação entre a Projornal e o grupo suíço Edipresse garantiu, para além do dinheiro necessário a um lançamento sustentável, o acesso ao *know how* que permitiu trabalhar o conceito de newsmagazine em todas as suas vertentes, incluindo o *timestyle*, que ainda não tinha sido explorado. E tendo por base uma empresa de jornalistas portugueses conhecedores das especificidades dos leitores portugueses, foi possível adaptar com coerência o modelo à realidade do país.

Outro fator importante foi o facto de a *Visão* ter ficado sozinha no mercado alguns meses após o seu lançamento. E de assim se ter mantido vários anos. Decorrem quatro até ao

115 Deixamos de fora desta contagem a *Focus*, por ter sido impossível consultar o último número.

aparecimento da *Factos*, que nasce e morre discretamente. A *Focus* é lançada quando a *Visão*, novamente solitária, já contava mais de seis anos de vida e é o primeiro título encarado como uma possível ameaça. Mas quando a *Focus* surge, enfrenta a *Visão* mais forte de sempre. A revista dirigida, à época, por Cáceres Monteiro soubera renovar a equipa, depauperada depois das saídas de jornalistas e editores para o projeto concorrente. Apressou-se numa remodelação gráfica consistente, na criação de um novo suplemento, e acabara de ganhar um protagonismo mediático nacional através do apoio dado à independência de Timor, que a transformara numa marca de qualidade, credibilidade e confiança.

Colocando as questões circunstanciais de lado, a *Visão* foi sempre cuidadosa na realização de mudanças gráficas e de conteúdo, apostando na consistência necessária à garantia da atualização do título e acompanhamento das novidades, sem perder a identidade. Com uma aposta forte na reportagem, no ir ao encontro das pessoas, a *Visão* optou por apagar-se enquanto voz política e construiu uma revista com uma relação cordial com os leitores, alimentada através do “Linha Direta”. Apoiando-se no marketing relacional, apostou nas “edições para guardar”, que estabelecem cumplicidade entre revista e leitores, desenvolveu uma gama de produtos vendida em paralelo, e foi realizando ofertas pontuais. Ao longo dos anos, apostou nas publicações de extensão da marca, desenvolveu e consolidou vários tipos de iniciativas que lhe granjearam visibilidade na sociedade portuguesa, como são exemplos o prémio de Fotojornalismo Visão, a organização de conferências ou a publicação de compilações dos melhores trabalhos.

É também muito interessante verificar como a *Sábado* (II Série) assumiu claramente e conquistou o seu lugar de concorrente única da *Visão*. A Cofina lança o título em 2004, aposta nas sinergias e mobiliza recursos humanos no interior das publicações do grupo, conseguindo instituir uma newsmagazine mais irreverente, afirmativa e ousada, com um editorial que cria um lugar de fala da *Sábado* no espaço público, que a diferencia de imediato da *Visão*, de uma forma que nenhuma das anteriores concorrentes tinha conseguido fazer. O título apostou em força numa estratégia inicial agressiva de ofertas semanais como caminho de conquista de leitores. E obteve resultados.

A newsmagazine em Portugal percorreu um longo caminho de autonomização em relação ao universo dos jornais. Até meados do século XXI, os termos de comparação foram sempre os semanários e o uso do masculino para designar as publicações, por mais feminino que fosse o título, era generalizado. Na verdade, existem três fatores comuns a newsmagazines e semanários: a) a periodicidade; b) o âmbito geral da informação que veiculam; c) o público não segmentado a que se dirigem. Para além disso, em vários momentos da história da newsmagazine, existiram revistas solitárias no mercado que apenas podiam tentar compreender o seu êxito ou fracasso usando como termo de comparação o produto de natureza mais próxima, que eram os jornais semanários.

Contudo, para além das razões estruturais e contextuais há também razões ideológicas por trás da longa aproximação das newsmagazines aos semanários. Encontra-se profundamente enraizada a convicção de que é nos jornais que se faz “verdadeiramente” jornalismo, que se trabalham as *hard news*. O universo das revistas é conotado com a leveza, com o lazer, com temas mais superficiais. E as revistas são maioritariamente especializadas em públicos concretos e segmentadas em conteúdos específicos. Olhando em volta, a newsmagazine sente-se parceira dos jornais e *outsider* entre as revistas. E, por isso, no seu discurso recorre à palavra newsmagazine no masculino, à referência à revista de informação geral como “semanário”, às múltiplas comparações com este tipo de imprensa, a todos os níveis, inclusive quando justifica um aumento de preço.

Esta vontade, consciente ou inconsciente, de se sentir perto dos jornais, fez a revista de informação geral portuguesa recusar a sua natureza híbrida durante muito tempo. Só em 1993, com a *Visão*, se decide recuar em relação ao lado jornal e apostar no que pertence à newsmagazine oriundo das revistas. Tentou-se finalmente criar um título que bebesse influências pela metade dos dois campos da imprensa, como determina o modelo desenhado em 1923 por Hadden e Luce. Introduz-se o *timestyle*, a linguagem mais rica, narrativa, sedutora. Quer-se informar, interessando, tornando a leitura dos textos um momento de deleite, de prazer. Acompanhado de recursos imagéticos e gráficos só possíveis numa revista, que trabalha formato, papel e imagem de qualidade e versatilidade superiores, quando comparados com os jornais.

Desde 2012 que apenas circulam duas newsmagazines no mercado português. Nos 37 anos em que se registaram lançamentos de revistas semanais de informação geral (1967 a 2004), o intervalo entre a saída para as bancas de novos títulos variou entre as cinco semanas (da *Opção* para a *Novo Observador*) e os cinco anos (da *Visão* para a *Factos* — I Série). Neste momento, decorre o mais longo interregno de sempre sem novos lançamentos, que já contabiliza 18 anos. A meio do século XX, a Europa descobriu o modelo newsmagazine e considerou-o uma tábua de salvação para ultrapassar a quebra de vendas que assolava alguns jornais. Por razões históricas, esse discurso entusiasmado sobre a newsmagazine como lugar de sobrevivência da imprensa de excelência chega a Portugal mais perto do final do século XX. Mas tudo isto aconteceu antes da revolução da Internet e, posteriormente, das redes sociais. Em 2022, também as revistas semanais de informação geral se encontram em crise, com resultados muito inferiores aos que já alcançaram.

Apesar da história da revista de informação geral, no Portugal democrático, se confundir com a história da newsmagazine, que se procurou traçar neste capítulo, é de sublinhar que não se esgota nesta tipologia. Existem outros títulos que merecem atenção futura dos investigadores. Para além de todas as revistas sem autonomia em banca, que podem ser classificadas como suplementos de jornais, entre os títulos que ficaram de fora desta investigação, referem-se três exemplos, sendo que os dois últimos correspondem a revistas que se mantêm em circulação em 2022:

a) *Grande Reportagem* — na sua história completa e multifacetada, para além da existência como newsmagazine (reportada neste Capítulo 4), que se prolonga até 2005 e passa por edições trimestrais, mensais e, também, semanais em encarte, quase em jeito de suplemento, dos jornais *Diário de Notícias* e *Jornal de Notícias*;

b) *Courrier International* — uma revista mensal de informação geral, que começou a ser publicada em Lisboa em 2008. Diferencia-se por agregar as melhores peças jornalísticas publicadas em órgãos de comunicação social internacionais de referência, tendo também peças próprias. Esta revista iniciou a sua publicação como semanário em 2005, formato que manteve até dezembro de 2007. É uma revista associada ao semanário francês *Courrier International*, criado em 1990, que pertence ao jornal *Le Monde*.

c) *Seleções do Reader's Digest* — surge nos Estados Unidos, em 1922, criada por DeWitt Wallace e Lila Acheson, e comemorou em maio de 2022 um século em circulação. Chegou a Portugal com o título *Seleções do Reader's Digest* em 1942, na versão brasileira, abrindo sede em Lisboa em 1967, data a partir do qual se inicia a versão portuguesa. A *Reader's Digest* é considerada pela Enciclopédia Britânica como a publicação que, provavelmente, tem a maior circulação do mundo. No final do século XX tinha 39 edições internacionais, em 16 línguas, somando uma circulação de 28 milhões de exemplares.

Em suma, no final deste capítulo (e deste livro), fica claro que existem razões e inúmeros caminhos possíveis para se continuar a investigar tanto a história como a atualidade, em papel e digital, das revistas em Portugal. Sejam essas revistas de informação geral, especializadas ou dirigidas a públicos segmentados.

Bibliografia

100. (1995, Fevereiro 16). *Visão*, 100, 14-15.
- 300 semanas depois... (2005, Julho 13). *Focus*, 300, 3.
- A gosto do leitor. (1985, Agosto 30). *Mais*, 177, 3.
- A maior VISÃO de sempre. (1999, Abril 22). *Visão*, 318, 10.
- A newsmagazine mais lida do País. (2019, Maio 9). *Sábado*, *I Série*, 784, 4.
- A SÁBADO está bem obrigado. (1992, Janeiro 31). *Sábado*, *I Série*, 190, 5.
- A SÁBADO será um motor de crescimento. (2004, Maio 3). *Sábado — Guia para o leitor*, 65.
- Adelino Cunha demitiu-se do cargo de director da revista *Focus*. (2008, Fevereiro 29). Dinheiro Digital. http://dinheirodigital.sapo.pt/news.asp?id_news=95043
- Aguiar, J. (1989, Junho 17). De sábado a sábado. *Sábado*, *I Série*, 53, 7.
- Alegre, M. (1989, Junho 17). Jornalismo moderno e competente. *Sábado*, *I Série*, 53, 36.
- Alfabeto. (1989a, Agosto 10). *Face*, 12, 82.
- Alfabeto. (1989b, Setembro 21). *Face*, 18, 82.
- Alfabeto. (1989c, Outubro 12). *Face*, 21, 82.
- Amaral, L. (2009). Crises financeiras: História e actualidade. *Relações Internacionais*, 23, 119-138.
- Arons de Carvalho, A., Monteiro, A., & Figueiredo, J. (2005). *Direito da Comunicação Social*. Casa das Letras.
- As cinco melhores e as cinco piores capas. (1989, Junho 17). *Sábado*, *I Série*, 53, 20-21.
- Audiência da VISÃO sobe em flecha. (2000, Janeiro 20). *Visão*, 358, 10.
- Barreira, C. (1994). Os estilos de vida e o convívio quotidiano. Em *Portugal — 20 Anos de Democracia* (pp. 492-495). Círculo dos Leitores.
- Bastos, B. (1989, Junho 17). Não cultiva a pedanteria. *Sábado*, *I Série*, 53, 35.
- Bastos, H. (2011). Para uma história do ciberjornalismo em Portugal: Das origens às múltiplas plataformas, in *Actas do I Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana (Confibercom)*. Confibercom.
- Bordalo Pinheiro, G. (2006, maio 4). A capa e o Chico. *Sábado*, 105, 6.
- Cardoso, C. R. (2006). *As capas de newsmagazines como dispositivo de comunicação — Newsweek, Veja, L'Express e Visão — janeiro a março de 1999*. [Dissertação de mestrado, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa]. <https://run.unl.pt/handle/10362/11518>
- Cardoso, C. R. (2012). *Seduzir ou informar? — A capa de newsmagazine como dispositivo de comunicação*. MinervaCoimbra.
- Cardoso, C. R. (2015). *A newsmagazine em Portugal: 70 anos até à consolidação do conceito* [Tese de Doutoramento, Universidade Nova de Lisboa]. <http://hdl.handle.net/10362/20009>
- Cardoso, C. R. (2021). Uma newsmagazine militante: *Opção* (1976-78), in C. Baptista, J. P. Sousa & C. Azevedo (eds.), *Para uma história do jornalismo em Portugal II* (pp. 215-235). ICNOVA. https://www.icnova.fcsh.unl.pt/wp-content/uploads/sites/38/2021/04/Cole%C3%A7%C3%A3oICNOVA2_completo-3.pdf
- Cardoso, C. R., & Gomes, P. M. (2021). Artur Portela (Filho) e as marcas de uma irreverência única no Jornal Novo e na *Opção*. *Media & Jornalismo*, 21(39), 37-55. https://doi.org/10.14195/2183-5462_39_2
- Carneiro, A. J. (2003, Novembro 21). A «Tempo»... De mudar. *Euronotícias*, 2.
- Carta do Editor. (1989, Dezembro 30). *Sábado*, *I Série*, 81, 10.
- Carvalho, A. (1989, Junho 17). Uma revista pioneira e profissional. *Sábado*, *I Série*, 53, 32.
- Carvalho, O. da C. L. (2012). *Cláusula de Consciência e Conselhos de Redação na Auto-regulação dos Jornalistas* [Dissertação de mestrado, Universidade Nova de Lisboa]. <http://run.unl.pt/bitstream/10362/8751/1/otilia.pdf>
- Cervellò, J. S. (1984). *Cronologia das organizações de direita (1973-1976)*. Centro de Documentação 25 de Abril da Universidade de Coimbra. <http://www1.ci.uc.pt/cd25a/media/Images/thCervello.pdf>
- Cinco anos de Sábado. (1993, Junho 18). *Sábado*, *I Série*, 262, 12-15.
- Cinco anos de VISÃO. (1998, Março 19). *Visão*, 261, 8.
- Como se fará a capa da SÁBADO. (2004, Maio 3). *Sábado — Guia para o leitor*, 5.
- Comunicado da Administração da Invesmídia. (1990, Março 24). *Sábado*, *I Série*, 93, 8.
- Construção, poema eleitoral. (1989, Setembro 2). *Sábado*, *I Série*, 64, 12.
- Contagem Decrescente. (1993, Março 11). *Visão*, 3, 13.
- Correia, C. P. (1989, Junho 17). Uma instituição desde a nascença. *Sábado*, *I Série*, 53, 36.
- Correia, F. (1997). *Os jornalistas e as notícias—A autonomia jornalística em questão*. Caminho.
- Correia, F. (2000). *Jornalismo e Sociedade—Introdução ao estudo e à prática do jornalismo enquanto fenómeno social*. Avante!
- Correia, L. (2005). *Direito da Comunicação Social* (Vol. 1). Almedina.
- Correia, N. (1989, Junho 17). Vivacidade e riqueza informativas. *Sábado*, *I Série*, 53, 38.
- Costa, F. S., Coutinho, M., Fernandes, F., Figueiredo, M. A., Fonseca, P., Govern, J., & Tentúgal, R. (2001, Maio 13). Carta aberta à Alta Autoridade para a Comunicação Social. *Focus*, 82, 3.
- Costa, J. M. (2001, Maio 5). *Desvio editorial dá justa causa*. *Record*. http://www.record.xl.pt/fora_campo/interior.aspx?content_id=82024
- Crisóstomo, V. (2009, Maio 13). Boas sensações. *Focus*, 500, 5.
- Cruz, C. (1982, Abril 16). O desafio que aceitámos. *Mais*, 1, 3.
- d'Almeida, A. V. (1976, Abril 22). Eu opto, tu optas, ele opta. *Opção*, 0, 64.
- Dez anos de VISÃO. (2003, Março 27). *Visão*, 525, 12.
- Doze anos com VISÃO. (2005, Março 24). *Visão*, 629, 10.
- Em cima do acontecimento. (1989, Junho 17). *Sábado*, *I Série*, 53, 22.
- Entramos no 3º ano. (1978, Abril 27). *Opção*, 105, 16.
- Enviados Especiais. (2000, Março 13). *Focus*, 21, 3.
- Esclarecimento da SÁBADO. (2004, Junho 9). *Sábado*, 6, 14.
- Especial Aniversário. (1989, Junho 17). *Sábado*, *I Série*, 53, 18-48.
- Esperança para Timor. (1999, Setembro 13). *Visão*, 339, 6.
- Esta é a cara da sua revista. (2014, Maio 7). *Sábado*, 523, 14-15.
- Estatuto Editorial. (1975, Abril 22). *Opção*, 0, 60.
- Estatuto Editorial. (1984, Dezembro 7). *Grande Reportagem*, 1, 19.
- Estatuto Editorial. (1988, Maio 28). *Sábado*, *I Série*, 00, 6.
- Estatuto Editorial. (1989, Maio 25). *Face*, 1, 4.
- Estatuto Editorial. (1992, Setembro). *Época*, 0, 3.

- Estatuto Editorial. (1993, Janeiro 8). *Visão*, 01, 15.
- Estatuto Editorial. (1998, Janeiro 21). *Factos, I Série*, 13, 7.
- Estatuto Editorial. (2003, Novembro 28). *Tempo*, 1, 8.
- Estatuto Editorial. (2004, Maio 7). *Sábado, II Série*, 1, 12.
- Êxito institucionalizado (1989, Junho 17). *Sábado, I Série*, 53, 29-33.
- Falcão, M. (1989, Maio). Acompanhar a vida. *Face*, 0, 18.
- Faustino, P. (2004). *A imprensa em Portugal: Transformações e tendências*. MediaXXI/Formalpress.
- Fernandes, F. (1999, Outubro 7). O nascimento de uma revista. *Focus*, 0, 42-46.
- Fernandes, F. (2001, Maio 13). Exijo um duelo. *Focus*, 82, 112.
- Fernandes, F. (2002a, Novembro). Vamos tentar ser assim. *Conhecer*, 1, 96.
- Fernandes, F. (2002b, Dezembro). Mãe, vou viajar. *Conhecer*, 2, 96.
- Ferreira Fernandes deixa direcção da «Focus». (2011, Novembro 26). Público.pt <http://www.publico.pt/media/noticia/ferreira-fernandes-deixa-direccao-da-focus-1177006>
- Ferreira, J. (2001, Outubro 25). Histórias com pessoas dentro. *Focus*, 106, 2.
- Ferreira, J. (2002, Novembro 6). Três anos. *Focus*, 160, 5.
- Ferreira, J. (2004a, Abril 21). Duas boas notícias. *Focus*, 236, 4.
- Ferreira, J. (2004b, Outubro 27). 5 anos. *Focus*, 263, 4.
- Festejar e melhorar. (2000, Outubro 23). *Focus*, 53, 7.
- Fizemos muitas coisas em 10 anos (e havemos de fazer muitas mais). (2014, Maio 7). *Sábado*, 523, 10.
- FOCUS à quinta-feira. (2001, Outubro 11). *Focus*, 104, 5.
- Fonseca, P. (2006). *A informação em revista — O segredo da “fórmula” Visão* [Dissertação de Pós-Graduação]. ISCTE.
- Fonseca, W. (1990a, Agosto 3). Conversa com o leitor. *Sábado, I Série*, 111, 8.
- Fonseca, W. (1990b, Agosto 10). Conversa com o leitor. *Sábado, I Série*, 112, 6.
- Fonseca, W. (1992, Setembro). Uma nova Época. *Época*, 0, 10.
- Fraga, V. (1993, Fevereiro 5). Responsabilidade da Mudança. *Sábado, I Série*, 243, 9.
- Franco, T. (1999, Maio 14). O jornal a que chamamos do novo mundo. *Euronotícias*, 6.
- Gaspar, M. & Azinheira, N. (2005, Junho 23). *Revistas «Visão» e «Focus» têm novos directores*. *Diário de Notícias*. http://www.dn.pt/inicio/interior.aspx?content_id=603725&page=1
- Gobern, J. (2004a, Maio 3). Obras para sempre! *Sábado — Guia para o leitor*, 6.
- Gobern, J. (2004b, Maio 7). Os grandes planos. *Sábado*, 8.
- Gomes, A. (2005, Outubro 14). *Despedimento na Impala reduziu jornalistas da Focus a metade*. Público.pt <http://www.publico.pt/media/noticia/despedimento-na-impala-reduziu-jornalistas-da-focus-a-metade-1235559>
- Gomes, P. M. (2013). O *Jornal Novo*, a Revolução e a liberdade de imprensa. *Media & Jornalismo*, 23, 63-76. <http://fabricadesites.fcsh.unl.pt/polocidigital/wp-content/uploads/sites/8/2017/03/rv23-5.pdf>
- Grafismo elegante leitura mais fácil. (2004, Maio 3). *Sábado — Guia para o leitor*, 8-9.
- Grande informação em português. (2004, Maio 3). *Sábado — Guia para o leitor*, 62.
- Grande Reportagem — A informação sem «diktats». (2002, Outubro 13). Público. <http://www.publico.pt/media/noticia/grande-reportagem-a-informacao-sem-diktats-189009>
- Guedes, R. T. (1998, Março 25). Futuro. *Factos, II Série*, 1, 6.
- Guerrinha, P. M. (2000, Dezembro 28). Visão cresce 36% e vende mais de 100 mil. *Jornal de Negócios*, 4.
- Há 10 anos a informar. (2009, Outubro 21). *Focus*, 523, 19-20.
- História por contar. (2000, Novembro 26). *Focus*, 58, 3.
- Horta, M. T. (1989, Junho 17). Certa curiosidade. *Sábado, I Série*, 53, 35.
- Impala despede 17 colaboradores e suspende Ego. (2005, Outubro 13). *Meios & Publicidade*. http://www.meiosepublicidade.pt/2005/10/Impala_despede_17_colaboradores/
- Indispensável a solidez e a viabilidade da independência económica, ao prosseguimento do projecto (1978, Setembro 21). *Opção*, 126, 21.
- J.P.P. (2005, Novembro 5). Jornalistas queixam-se à «Focus» alemã. *Diário de Notícias*. http://www.dn.pt/inicio/interior.aspx?content_id=627900
- Lagoa, V. (1989, Junho 17). Aí esta. É fácil. Define-te, Joaquim! *Sábado, I Série*, 53, 29.
- Leite, F. A. (2003, Novembro 21). Um Jornal Credível. *Euronotícias*, 3.
- Leitores de revistas preferem a VISÃO. (2014, Novembro 13). *Visão*, 1132, 5.
- Leitores preferem a VISÃO. (2019, Julho 4). *Visão*, 1374, 4.
- Letria, J. (1988a, Maio 28). Carta de Sábado. *Sábado, I Série*, 00, 3.
- Letria, J. (1988b, Junho 18). Um, para começar. *Sábado, I Série*, 1, 3.
- Letria, J. (1988c, Dezembro 31). 1989. *Sábado, I Série*, 29, 3.
- Letria, J. (1989a, Janeiro 7). Mais revista pelo mesmo dinheiro. *Sábado, I Série*, 30, 11.
- Letria, J. (1989b, Fevereiro 12). Jornalismo, antes de mais. *Sábado, I Série* (Edição Especial), 3.
- Letria, J. (1989c, Junho 10). Grupos e media. *Sábado, I Série*, 52, 11.
- Letria, J. (1989d, Junho 17). Números. *Sábado, I Série*, 53, 9.
- Letria, J. (1989e, Agosto 26). Anúncio. *Sábado, I Série*, 63, 7.
- Letria, J. (1991a, Maio 24). Paranóias. *Sábado, I Série*, 154, 3.
- Letria, J. (1991b, Junho 21). Vias reduzidas e originais. *Sábado, I Série*, 158, 3.
- Letria, J. (1992, Janeiro 31). O turbante. *Sábado, I Série*, 190, 3.
- Lopes, M. (2003, Novembro 13). «Euronotícias» acaba e dá lugar à «Tempo». Público.pt. <http://publico.pt/media/noticia/euronoticias-acaba-e-da-lugar-a-tempo-1175257>
- Lopes, P. S. (1989, Junho 17). O orgulho e a alegria. *Sábado, I Série*, 53, 5.
- Luísa Jeremias deixa Impala para reformular «24horas». (2007, Maio 10). Público.pt. <http://www.publico.pt/media/noticia/luisa-jeremias-deixa-impala-para-reformular-24horas-1293566>
- Luísa Jeremias dirige revista «Focus» a partir de hoje. (2007, Março 14). Público.pt. <http://www.publico.pt/media/noticia/luisa-jeremias-dirige-revista-focus-a-partir-de-hoje-1288215>

- Madeira, C. (2012, Janeiro 12). *Impala encerra revista Focus e inicia despedimento colectivo*. *Económico*. http://economico.sapo.pt/noticias/impala-encerra-revista-focus-e-inicia-despedimento-colectivo_135784.html
- Mais VISÃO. (1999, Outubro 7). *Visão*, 343, 10.
- Mande-nos 1001 ideias para os próximos 1000. (2012, Maio 3). *Visão*, 1000, 5.
- Marcelino, J. (2004a, Maio 3). Uma visão independente. *Sábado — Guia para o leitor*, 4.
- Marcelino, J. (2004b, Setembro 10). Mudanças na Direcção. *Sábado*, 19, 6.
- Marcelino, J. (2004c, Setembro 24). A SÁBADO em evolução. *Sábado*, 21, 6.
- Marcelino, J. (2006, Maio 4). Dois anos com SÁBADO. *Sábado — Edição Especial de Aniversário*, 5.
- Martins, C. V. (2008, Outubro 22). Aniversário. *Focus*, 471, 5.
- Martins, L. A. (2006, Janeiro 5). Coração na Babilónia. *Visão*, 670, 14-23.
- Mateus, A. (1999a, Outubro 7). Oceanodecarinho. *Focus*, 0, 3.
- Mateus, A. (1999b, Outubro 7). Oceanodecarinho. *Focus*, 0, 3.
- Mateus, A. (1999c, Outubro 25). A pensar em si. *Focus*, 1, 3.
- Melo, M. J. H. de. (1989, Junho 17). Sábado: Um lugar merecido. *Sábado, I Série*, 53, 70.
- Mendes, J. (1989, Maio). À quinta-feira. *Face*, 0, 3.
- Mesquita, M. (1994). Os meios de Comunicação Social, in A. Reis (Coord.), *Portugal 20 Anos de Democracia* (pp. 361-405). Círculo de Leitores.
- Monteiro, C. C. (1994, Março 24). No primeiro aniversário. *Visão*, 53, 14, 15.
- Nabais, J. (2004, Junho 4). Direito de Resposta—Banco Efisa e Abdool Vakil. *Sábado*, 5, 11.
- Não é fácil chegar aos níveis de vendas do passado recente. (2007, Março 9). *Meios & Publicidade*. http://www.meiosepublicidade.pt/2007/03/_N_o_f_cil_chegar_aos_n_veis_d/
- Nasceu a VISÃO 7. (1999, Outubro 14). *Visão*, 344, 10.
- No 4º aniversário. (1997, Março 26). *Visão*, 210, 16.
- Nº 730. (2007, Fevereiro 22). *Visão*, 729, 8-9.
- Nós e os outros. (1991, Junho 21). *Sábado, I Série*, 158, 10.
- Nova revista no mercado. (2004, Maio 6). *Visão*, 583, 179.
- ‘Nova’ Visão nas bancas a 1 de Março. (2007, Fevereiro 16). *Meios & Publicidade*. http://www.meiosepublicidade.pt/2007/02/_Nova_Vis_o_nas_bancas_a_1_de_M/
- Novo Bilhete de Identidade. (1985, Janeiro 11). *Mais*, 144, 5.
- Nunes, C. (2001, Fevereiro 17). ‘Visão’ com maior potencial para crescer. *Expresso (Caderno de Economia)*, 16.
- Nunes, J. M., & Reis, A. (1994). Breve síntese sobre a evolução dos media no período 87-94, in A. Reis (coord.), *Portugal — 20 Anos de Democracia* (pp. 396-405). Círculo dos Leitores.
- O ardina eufórico. (2004, Maio 3). *Sábado — Guia para o leitor*, 50.
- O Big Bang do PSD. (1996, Janeiro 4). *Visão*, 146, 14.
- O grande êxito do guia da Expo. (1998, Março 26). *Visão*, 262, 8.
- O novo estilo da VISÃO. (1997, Abril 17). *Visão*, 213, 7.
- O papel da «Opção». (1977, Maio 19). *Opção*, 56, 16.
- Observando... (1978, Novembro 2). *Novo Observador*, 1, 1.
- Os bebés da Sábado. (1989, Junho 17). *Sábado, I Série*, 53, 24-28.
- Outra VISÃO na SETE. (2004, Maio 6). *Visão*, 583, 10-11.
- Palavras imagens e ideias. (1985, Maio 24). *Mais*, 163, 3.
- Parabéns. (1992, Junho 19). *Sábado, I Série*, 210, 8.
- Parabéns a vocês. (2005, Maio 6). *Sábado*, 53, 41-45.
- Paragas, F. (2004). Framing the continents: An analysis of the cover pages of the *Time* magazine's three regional editions, in *The 2004 International Communication Association*. ICA.
- Patrões de Imprensa. (2004, Maio 3). *Sábado — Guia para o leitor*, 30, 31.
- Patrões debatem futuro. (2004, Maio 6). *Visão*, 583, 178-179.
- Pela última vez. (1985, Janeiro 4). *Mais*, 143, 11.
- Pinheiro, M. (2004a, Outubro 1). Ricos e discretos. *Sábado*, 22, 4.
- Pinheiro, M. (2004b, Outubro 15). Fizemos tudo de novo. *Sábado*, 24, 4.
- Pinheiro, M. (2004c, Dezembro 30). O «desprendimento». *Sábado*, 35, 6.
- Pinheiro, M. (2005a, Maio 6). Primeiro Aniversário. *Sábado*, 53, 4.
- Pinheiro, M. (2005b, Dezembro 29). SÁBADO à quinta. *Sábado*, 87, 5.
- Pinheiro, M. (2008a, Fevereiro 7). A vida dos espões. *Sábado*, 197, 6.
- Pinheiro, M. (2008b, Abril 30). Livro grátis e um vídeo. *Sábado*, 209, 8.
- Pinto, J. S. (1989, Junho 17). Uma aposta certa no momento exacto. *Sábado, I Série*, 53, 31.
- Pinto, J. S. (1997a, Outubro 9). «Factos» será «três em um». *Visão*, 238, 24.
- Pinto, J. S. (1997b, Outubro 9). Imprensa em queda. *Visão*, 238, 24.
- Pinto, J. S. (1998a, Julho 30). VISÃO aumentou audiência no 2º trimestre de 1998. *Visão*, 280, 96.
- Pinto, J. S. (1998b, Julho 30). VISÃO é 46,5% feminina. *Visão*, 280, 96.
- Por dentro do Gabinete Gráfico da VISÃO. (2001, Março 22). *Visão*, 419, 10.
- Portela, A. (1976, Abril 29). Opção qual, por quem, como? *Opção*, 1, 15.
- Portela, A. (1977, Abril 21). Um ano depois, um ano antes. *Opção*, 52, 18-19.
- Portela, A. (2007, Dezembro 20). *Entrevista de Carla Rodrigues Cardoso a Artur Portela (inédita)* [Comunicação pessoal].
- Portela, A. (2014a, Setembro 4). *Re: Semanário/Revista e Trauma* [Comunicação pessoal].
- Portela, A. (2014b, Setembro 4). *Respostas* [Comunicação pessoal].
- Portela, A. (2014, Setembro 8). *Um esclarecimento de por menor* [Comunicação pessoal].
- Portela Filho, A. (1975a, Abril 17). Lutar é Criar. *Jornal Novo*, 1.
- Portela Filho, A. (1975b, Agosto 11). Obviamente, demita-se. *Jornal Novo*, 1.
- Portela Filho, A. (1975c, Agosto 19). Eu pasquim me confesso. *Jornal Novo*, 1, 9.
- Portela Filho, A. (1976a, Janeiro 30). Editorial. *Jornal Novo*, 1.
- Portela Filho, A. (1976b, Abril 22). Opção qual, por quem, como? *Opção*, 0, 15.
- Portela Filho, A. (1977, Abril 7). Ler este editorial custa 5\$00. *Opção*, 50, 16-17.
- Positiva, viva, simpática, moderna! (1989, Junho 17). *Sábado, I Série*, 53, 35-38.

- Princípio. (1984, Dezembro 7). *Grande Reportagem*, 1, 19.
- Quantos «portugais» existem hoje? (2013, Março 21). *Visão*, 1046, 14.
- Ramos, M. C. (1999, Julho 3). «Focus» à venda em Outubro. *Público.pt* <http://publico.pt/media/jornal/focus-a-venda-em-outubro-135766>
- Receitas da imprensa portuguesa devem cair 8%. (2013, Julho 22). *Meios & Publicidade*. <http://www.meiosepublicidade.pt/2013/07/receitas-da-imprensa-portuguesa-devem-cair-8/>
- Reclame, sugira, duvide, afirme... (2004, Maio 3). *Sábado — Guia para o leitor*, 49.
- Reis, A. (1993). A Revolução de 25 de Abril de 1974, o MFA e o processo de democratização, in A. Reis (Dir.), *Portugal Contemporâneo* (Vol. 3, pp. 13-62). Publicações Alfa.
- Reis, A. (1994a). O poder central, in A. Reis (Coord.), *Portugal — 20 Anos de Democracia* (pp. 74-89). Círculo de Leitores.
- Reis, A. (1994b). O processo de democratização, in A. Reis (Coord.), *Portugal 20 Anos de Democracia* (pp. 19-39). Círculo de Leitores.
- Reprovações. (1989, Fevereiro 25). *Sábado, I Série*, 37, 14.
- Retrato da Guiné-Bissau. (2000, Janeiro 27). *Visão*, 359, 12.
- Revista nova, site novo. (2007, Março 1). *Visão*, 730, 14.
- Revistas Visão e Focus com novos directores. (2005, Junho 23). *Diário Digital*. http://diariodigital.sapo.pt/news.asp?id_news=179759
- Ricardo, D. (2012). *Jornalismo de A a Z — Os newsmagazines*.
- Ricardo, D. (s.d). A VISÃO.
- Rocha, N. (1989, Junho 17). Fórmula bem aplicada. *Sábado, I Série*, 53, 32.
- Rodrigues, A. D. (1989, Junho 17). O fenómeno das revistas. *Sábado, I Série*, 53, 42-44.
- «Sábado» festejou o seu aniversário. (1989, Junho 24). *Sábado, I Série*, 54, 22-23.
- «Sábado», recorde de vendas. (1989, Outubro 28). *Sábado, I Série*, 72, 4.
- SÁBADO sempre à frente em 2014. (2014, Novembro 6). *Sábado*, 549, 16.
- SÁBADO supera expectativas. (2004, Setembro 16). *Correio da Manhã*. http://www.cmjornal.xl.pt/tv_media/detalhe/sabado-supera-expectativas.html
- Sábado — Só um à frente. (1990, Novembro 2). *Sábado, I Série*, 124, 9.
- Saraiva, J. A. (1989, Junho 17). Três factores para um êxito. *Sábado, I Série*, 53, 33.
- Saraiva, J. H. (1989, Junho 17). Sabe cumprir, e com que talento! *Sábado, I Série*, 53, 29.
- Segundo Aniversário. (1995, Março 30). *Visão*, 106, 15.
- Seis anos de VISÃO. (1999, Março 25). *Visão*, 314, 8.
- Simões, H. (2009, Outubro 21). Os 10 mandamentos. *Focus*, 523, 5.
- Simões, H. (2011, Outubro 19). Foi assim que aconteceu. *Focus*, 627, 5.
- Simões, J. (1999, Outubro 7). Cartas dos leitores. *Focus*, 0, 124.
- SJ contesta encerramento da “Focus”. (2012, Janeiro 13). Sindicato dos Jornalistas. <http://www.jornalistas.eu/?n=8824>
- Soares, V. (2007, Dezembro 7). *INFOINCLUSÕES — contributos para uma literacia mediática: A 1ª série da revista «Grande Reportagem»*. <http://infoinclusoes.blogspot.pt/2007/12/1-srie-da-revista-grande-reportagem.html>
- Sousa Franco, A. (1994). A experiência revolucionária (1974-1975), in A. Reis (Coord.), *Portugal — 20 Anos de Democracia* (pp. 176-205). Círculo dos Leitores.
- Sumário do Estudo Sectores Portugal Basic da DBK — Imprensa Escrita. (2013). Informa D&B. http://www.informadb.pt/estudossectoriais/sectores-portugal2013/abr_imprensa_escrita.pdf
- Tavares, M. S. (1989a, Outubro 7). Abrir jogo. *Sábado, I Série*, 69, 7.
- Tavares, M. S. (1989b, Dezembro 30). Lisboa, 10 de Maio de 1996. *Sábado, I Série*, 81, 9.
- Telo, A. J. (2007). *História Contemporânea de Portugal. Do 25 de Abril à actualidade* (Vol. 1). Presença.
- Três Anos. (1996, Março 28). *Visão*, 158, 18.
- Um ano em 52 capas. (1989, Junho 17). *Sábado, I Série*, 53, 18-19.
- Um mundo de projetos, a mesma VISÃO. (2012, Maio 3). *Visão*, 1000, 6.
- Uma nova Mais. (1985, Janeiro 4). *Mais*, 143, 10.
- Uma nova revista. (1998, Março 25). *Factos, II Série*(1), 6.
- Uma nova revista, a sua VISÃO de sempre. (2013, Março 21). *Visão*, 1046, 12-14.
- Uma revista inesquecível. (2014, Março 20). *Visão*, 1098, 5.
- Uma semana cheia. (1999, Abril 1). *Visão*, 315, 8.
- Uma Visão de 93. (1993, Dezembro 30). *Visão*, 41, 16.
- Uma VISÃO de trezentas semanas. (1998, Dezembro 17). *Visão*, 300, 8-14.
- Uma VISÃO irresistível. (2007, Março 1). *Visão*, 730, 10.
- Valarinho, F. (2005a, Junho 29). Verão é sempre tempo de mudança. *Focus*, 298, 2.
- Valarinho, F. (2005b, Outubro 26). Rumo ao Palácio Mariani. *Focus*, 315, 4.
- Valham-nos os leitores! (1989, Junho 17). *Sábado, I Série*, 53, 46,47.
- Vasconcelos, J. C. de. (1999, Outubro 14). Sem virar à esquerda, nem à direita. *Visão*, 344, 42-43.
- Vasconcelos, J. C. de. (2013, Março 21). VISÃO, passado e futuro. *Visão*, 1046, 16.
- Vem aí a TEMPO. (2003, Novembro 21). *Euronotícias*, 2,3.
- Vinte anos ao serviço do leitor. (2013, Janeiro 24). *Visão*, 1038, 4.
- VISÃO, ano 12. (2004, Março 25). *Visão*, 577, 10.
- VISÃO aumenta liderança. (2010, Setembro 9). *Visão*, 914, 6.
- VISÃO, chega à maioria. (2011, Março 31). *Visão*, 943, 8,10.
- VISÃO do futuro. (1993a, Janeiro 8). *Visão*, 01, 15.
- VISÃO do futuro. (1993b, Fevereiro 18). *Visão*, 02, 15.
- VISÃO é líder no segmento das newsmagazines. (2011, Dezembro 29). *Visão*. <http://visao.sapo.pt/visao=-e-lider-no-segmento-das-newsmagazines-f64o836>
- VISÃO fecha 2008 acima dos 100 mil e com família alargada. (2009, Março 5). *Visão*, 835, 8.
- Visão na liderança. (2012, Maio 3). *Visão*, 1000, 8.
- Visão Nº 200. (1997, Janeiro 16). *Visão*, 200, 16.
- VISÃO, nº1 dos semanários. (2007, Abril 19). *Visão*, 737, 10.
- VISÃO PÁRA A AVENIDA. (1993, Abril 1). *Visão*, 2, 76,77.
- VISÃO, sete anos. (2000, Março 23). *Visão*, 367, 10.
- VISÃO também em Braille. (2005, Março 17). *Visão*, 628, 12.

Jorge Pedro Sousa

As revistas durante
a Monarquia (1761-1910)

Magazines during the Monarchy
(1761-1910)

Celiana Azevedo,

Jorge Pedro Sousa

As revistas na I República
(1910-1926)

Magazines during the First Republic
(1910-1926)

Carla Rodrigues Cardoso,
Celiana Azevedo

As revistas durante a Ditadura
Militar (1926-1933)
e o Estado Novo (1933-1974)

Magazines during Military
dictatorship (1926-1933) and Estado
Novo (1933-1974)

Carla Rodrigues Cardoso

As revistas durante
a Democracia (1974-...)

Magazines during Democracy
(1974-...)