



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO  
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE DESIGN  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN

GUSTAVO EDUARDO SAUCEDO

**CONSTRUÇÃO DO GÊNERO EDITORIAL REVISTA INFANTIL:  
Linguagem Visual e Cultura Visual nas revistas *Billiken* e *Recreio*  
nas décadas de 1970 e 2000**

Recife

2018

GUSTAVO EDUARDO SAUCEDO

**CONSTRUÇÃO DO GÊNERO EDITORIAL REVISTA INFANTIL:  
Linguagem Visual e Cultura Visual nas revistas *Billiken* e *Recreio*  
nas décadas de 1970 e 2000**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Design.

**Área de concentração:** Design.

**Orientadora:** Profa. Dra. Solange Galvão Coutinho.

**Coorientadora:** Profa. Dra. Virginia Marta Kummer.

Recife

2018

Catálogo na fonte

Bibliotecária Andréa Carla Melo Marinho, CRB-4/1667

S255c Saucedo, Gustavo Eduardo  
Construção do gênero editorial revista infantil: linguagem visual e cultura visual nas revistas Billiken e Recreio nas décadas de 1970 e 2000 / Gustavo Eduardo Saucedo. – Recife, 2018.  
166f.: il.

Orientadora: Solange Galvão Coutinho.  
Coorientadora: Virginia Marta Kummer.  
Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco.  
Centro de Artes e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Design, 2018.

Inclui referências e apêndices.

1. Revistas infantis. 2. Cultura visual. 3. Linguagem visual. 4. Infodesign.  
5. Memória gráfica.

I. Coutinho, Solange Galvão (Orientadora). II. Kummer, Virginia Marta (Coorientadora). III. Título.

745.2 CDD (22. ed.) UFPE (CAC 2020-59)

GUSTAVO EDUARDO SAUCEDO

**CONSTRUÇÃO DO GÊNERO EDITORIAL REVISTA INFANTIL:  
Linguagem Visual e Cultura Visual nas revistas *Billiken* e *Recreio*  
nas décadas de 1970 e 2000**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Design.

Aprovada em: 27/11/2018.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof.<sup>a</sup>. Dr.<sup>a</sup>. Solange Galvão Coutinho (Orientadora)  
Universidade Federal de Pernambuco

---

Prof. Dr. Hans da Nóbrega Waechter (Examinador Interno)  
Universidade Federal de Pernambuco

---

Prof.<sup>a</sup>. Dr.<sup>a</sup>. Virginia Marta Kummer (Examinadora Externa)  
Universidad Nacional de Entre Ríos

Aos meus pais Celia e José pela infância inesquecível e pela maturidade que souberam me ensinar a cada passo.

Dedico

## AGRADECIMENTOS

À minha orientadora brasileira, Solange Coutinho, pela confiança e por me abrir as portas da pesquisa em Design de Informação e Memória Gráfica.

À minha coorientadora argentina, Virginia Kummer, que conseguiu, ao mesmo tempo, ser firme e afetiva, sempre abrindo caminhos.

Às colegas Natália Barbosa, Angélica Porto e Luiza Barrocas, pelas trocas, pela amizade, pelas provocações, pela união.

Aos professores, colegas e funcionários da Pós-Graduação em Design do CAC-UFPE.

Aos professores participantes da banca de qualificação, Hans Waechter, Marcos Galindo e Virginia Cavalcanti, pelos esclarecimentos e contribuições enriquecedoras feitas.

À CAPES pela concessão da bolsa acadêmica para a realização desta pesquisa.

Aos que contribuíram com os seus acervos ao meu registro fotográfico, Leopoldina Mariz Lócio, Gilson Luiz da Silva e os funcionários da hemeroteca da Biblioteca Nacional Mariano Moreno da República Argentina.

Aos queridos professores, e principalmente amigos, Adrián Canteros e Darlene Ribeiro Andrade pela leitura atenta, as trocas e motivações.

Ao Mariano, que me ajuda a tornar a vida possível, me dá força, carinho e me faz feliz.

Aos meus amigos, que compreendem a minha ausência e ficam felizes com a minha presença.

À minha família, especialmente aos meus irmãos Mauricio e Maria José e minhas sobrinhas Jazmín e Bianca.

Ao meu pai, José, que me ensinou a nunca abandonar a luta e ser perseverante sempre.

À minha mãe, Celia, por ser um exemplo de vida, minha confiança e meu porto seguro.

## RESUMO

A presente pesquisa tem como objetivo principal determinar e descrever as contribuições das revistas infantis *Billiken* da Argentina e *Recreio* do Brasil na construção do gênero editorial *revista infantil* nas décadas dos anos de 1970 e 2000. Para identificar essas contribuições foram analisadas 76 revistas a partir de categorias que correspondem a duas variáveis: Cultura Visual e Linguagem Visual. A partir de uma revisão bibliográfica, apresentamos inicialmente, o contexto histórico de surgimento e desenvolvimento do gênero *revista infantil* em cada país. Em seguida, mapeamos e abordamos os conceitos do campo da Cultura Visual e do Design de Informação que auxiliaram o estudo das revistas selecionadas. Dessa forma, mediante um instrumento de coleta de dados desenvolvido para a pesquisa, foram comparadas as características particulares de configuração que as duas revistas apresentam tanto na Cultura Visual quanto no que concerne à Linguagem Visual. A partir desse estudo, constatamos que mesmo com perfis e referenciais diferentes -*Billiken*, o livro didático e *Recreio*, o livro de contos- nos anos 70, para a mudança de milênio as duas revistas convergiram em um estilo semelhante que modelou o gênero *revista infantil* influenciando a outras publicações. As duas revistas analisadas permitiram traçar a trajetória da *revista infantil* até chegar à fórmula que funciona na atualidade. Uma forma que privilegia só uma experiência de infância, marcada pela globalização e o consumo, e que é construída em relação à cultura midiática.

**Palavras chave:** Revistas Infantis. Cultura Visual. Linguagem Visual. Infodesign. Memória Gráfica.

## ABSTRACT

The main objective of this paper is both to characterize and to describe cultural contributions of children's magazines *Billiken*, in Argentina, and *Recreio*, in Brazil; along 1970s and 2000s decades. In order to identify those contributions, 76 magazines have been analyzed based on two categories: Visual Culture and Visual Language. Beginning from a bibliographic research, historical emergence and genre development of children's magazines are firstly described. On the other hand, Visual Culture and Information Design concepts have also helped for magazines analysis. Using a specially developed instrument of analysis, the Argentinean and Brazilian magazines have been analyzed to characterize and to compare them. As a result, it was found that along 1970s both magazines used different profiles and style references: *Billiken* the didactic children's book and *Recreio* the tales children's books. However, over 2000s decade both magazines converged to a unique type which is still at present found. Such unique type only privilege one infancy experience based on globalization and consumption in which media culture are built.

**Keywords:** Children's Magazines. Visual Culture. Visual Language. Infodesign. Graphic Memory.

## RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo principal determinar y describir las contribuciones de las revistas infantiles *Billiken* de Argentina y *Recreio* de Brasil en la construcción del género editorial *revista infantil* en las décadas de 1970 y 2000. Para identificar esas contribuciones fueron analizadas 76 revistas a partir de categorías que corresponden a dos variables: Cultura Visual y Lenguaje Visual. A través de una revisión bibliográfica, presentamos en primer lugar, el contexto histórico de surgimiento y desarrollo del género *revista infantil* en cada país. En segundo lugar, mapeamos y abordamos los conceptos del campo de la Cultura Visual y del Diseño de Información que auxilien el estudio de las revistas seleccionadas. De esta manera, mediante un instrumento de obtención de información desarrollado para dicha investigación, fueron comparadas las características particulares de configuración que las dos revistas presentan tanto en su Cultura Visual como en lo que respecta a su Lenguaje Visual. A partir de este estudio, constatamos que, aunque tengan perfiles y referencias diferentes -*Billiken*, el libro didáctico y *Recreio*, el libro de cuentos- en los años setenta, para el cambio de milenio las dos revistas convergieron en un estilo semejante que modeló o generó *revista infantil* influyendo a otras publicaciones. Las dos revistas analizadas permitieron trazar la trayectoria de la *revista infantil* hasta llegar a la fórmula que funciona en la actualidad. Una forma que privilegia sólo una experiencia de infancia, marcada por la globalización y el consumo, y que es construida en relación con la cultura mediática.

**Palabras clave:** Revistas Infantiles. Cultura Visual. Lenguaje Visual. Infodesign. Memoria Gráfica.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Capa da revista The Tatler dirigida por Richard Steele (1709) e capa e página interior de The Spectator dirigida por Richard Steele e Joseph Addison (1711).	26
Figura 2 - Gráfico resumo das possíveis classificações apresentadas nesse ponto .....	30
Figura 3 - Capa N° 2 do periódico infantil ilustrado Pulgarcito (1904) e N° 1 da revista Billiken (1919).....	35
Figura 4 - Capas das revistas infantis argentinas Billiken e Antejito dos anos 70.....	36
Figura 5 - Capas das revistas Recreo e Recreio da década dos anos de 1970.....	36
Figura 6 - Capas das infantis argentinas Cosmi-k (1986), Humi (1983) e AZ DIEZ (1995).	37
Figura 7 - Capas das revistas infantis argentinas Antejito, Billiken e Genios dos anos 2000.	38
Figura 8 - Linha de tempo do gênero editorial revista infantil na Argentina. ....	40
Figura 9 - Capas dos clássicos livros de Constancio Vigil: ¡Upa! (1939), La hormiguita viajera (1941) e El mono relojero (1941). ....	41
Figura 10 - Evolução das capas de Billiken durante diferentes anos: 1933, 1949 e 1999. ....	43
Figura 11 - Capa N° 1448 da revista O Tico-Tico (1905), do livro O Picapau Amarelo de Monteiro Lobato (1939) e do N° 1565 da revista Gibi (1949). ....	46
Figura 12 - Capas das revistas O Globo Juvenil (1943), O Pato Donald (1950) e Recreio (1969).....	47
Figura 13 - Capas das revistas Nosso Amiguinho (2010), A Revista do Sesinho (2016) e da revista de HQs Turma da Mônica (2010).....	48
Figura 14 - Capas das revistas Ciência Hoje (2011), Gênios (2005) e de Disney Explora (1999).....	49
Figura 15 - Linha de tempo do gênero editorial revista infantil no Brasil. ....	51
Figura 16 - Evolução das capas da Recreio anos 1970, 1980 e 2010.....	54
Figura 17 - Gráfico resumo das possíveis classificações e possibilidades de capas apresentadas nesse ponto. ....	64
Figura 18 - Gráfico resumo das possíveis divisões das seções apresentadas nesse ponto. ..	66
Figura 19 - Modelo dos tipos de linguagens proposto por Twyman (1979). ....	70
Figura 20 - Esquema para o estudo da Linguagem Gráfico Verbal proposto por Twyman (1979). ....	71
Figura 21 - Aproximação ao processo cumulativo de desenvolvimento dos artefatos da Cultura Impressa. ....	78

Figura 22 - Exemplificação dos Tipos de capa segundo Zappaterra (2008) e Gorodischer (2009). .....	90
Figura 23 - Exemplificação das categorias que referem aos Tipos de representação infantil.	91
Figura 24 - Exemplificação das categorias que referem às Figuras da Infância. ....	93
Figura 25 - Exemplificação das categorias que referem aos Tipos de Elementos segundo Twyman (1979). .....	93
Figura 26 - Exemplificação das categorias que referem aos Tipos de Recursos Gráficos. ...	94
Figura 27- Exemplificação das categorias que referem à Ocupação do campo. ....	94
Figura 28 - Exemplificação das categorias que referem à Estrutura do Campo Visual segundo Wong (2011). .....	96
Figura 29 - Capas da revista Billiken N° 2956 (1976), N° 2646 (1970) e N° 2679 (1971)..	99
Figura 30 - Capas da revista Billiken N° 2723 (1972), N° 3035 (1978) e N° 2922 (1976).	100
Figura 31 - Capas da revista Billiken N° 2608 (1970), N° 2743 (1972) e N° 2695 (1971). Bandeira argentina, soldado granadero e Sarmiento retratado por sua neta Eugenia Belín. ....	102
Figura 32 - Capas das revistas Antejito N° 547 (1975) e Billiken N° 2878 (1975) e N° 2916 (1975). .....	103
Figura 33 - Capas da revista Billiken N° 3089 (1979), N° 3112 (1979) e N° 2695 (1971).	104
Figura 34 - Marcas da revista Billiken ao longo da década e capa N° 2798 (1979). ....	104
Figura 35 - Capas da revista Billiken N° 4212 (1979), N° 4390 (1979) e N° 4184 (1971).	106
Figura 36 - Capas da revista Billiken N° 4348 (1979), N° 4418 (1979) e N° 4364 (1971).	108
Figura 37 - Capas da revista Billiken N° 4288 (2002) e N° 4625 (2008). ....	109
Figura 38 - Capas da revista Billiken 4467 (2005) e N° 4549 (2008). .....	110
Figura 39 - Capas da revista Billiken 4265 (2001) e N° 4519 (2006). .....	111
Figura 40 - Detalhe das mudanças do logotipo da revista Billiken. ....	111
Figura 41 - Matéria principal da revista Billiken N° 4492 (2006). ....	113
Figura 42 - Matéria principal da revista Billiken N° 4467 (2005). ....	113
Figura 43 - Matéria principal da revista Billiken N° 4212 (2000). ....	114
Figura 44 - Capas da revista Billiken do mês de setembro dos anos de 1978 (N° 3112) e 2008 (N° 4625). .....	115
Figura 45 - Capas da revista Recreio N° 141 (1972), N° 252 (1974) e N° 235 (1974). ....	117
Figura 46 - Capas da revista Recreio N° 166 (1972), e N° 193 (1973). .....	118
Figura 47 - Capas da revista Recreio N° 113 (1971), N° 329 (1977), e N° 389 (1979). ....	119
Figura 48 - Capas da revista Recreio N° 58 (2001), N° 81 (2001) e N° 474 (2009). ....	120

Figura 49 - Capas da revista Recreio N° 1 (2000) e N° 439 (2009).....	121
Figura 50 - Capas da revista Recreio N° 262 (2000), N° 184 (2009) e N° 130 (2002). ....	122
Figura 51 - Matéria principal da revista Recreio N° 58 (2001).....	124
Figura 52 - Matéria principal da revista Recreio N° 474 (2009).....	125
Figura 53 - Capas da revista Recreio do mês de março dos anos de 1972 (N° 141) e 2002 (N° 166). ....	126
Figura 54 - Capa e páginas da revista Billiken N° 2679 de 1972.....	127
Figura 55 - Capa e páginas da revista Recreio N° 113 de 1971. ....	128
Figura 56 - Capas das revistas Billiken e Recreio da década dos anos 2000. ....	129
Figura 57 - Fragmentos das representações infantis (crianças leitoras) nas capas das revistas Billiken e Recreio da década dos anos 1970. ....	129
Figura 58 - Fragmento das representações infantis (personagens midiáticas) nas capas das revistas Billiken e Recreio da década dos anos 2000.....	130
Figura 59 - Linha de tempo do gênero editorial revista infantil na Argentina com destaque na revista Billiken.....	136
Figura 60 - Capas da revista infantil Billiken entre os anos de 1970 e a atualidade. ....	137
Figura 61 - Linha de tempo do gênero editorial revista infantil no Brasil com destaque na revista Recreio. ....	138
Figura 62 - Capas da revista infantil Recreio entre os anos de 1970 e a atualidade.....	138

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Números escolhidos da revista Billiken de acordo aos semestres e anos selecionados. ....	87
Tabela 2 - Números escolhidos da revista Recreio de acordo aos semestres e anos selecionados. ....	88
Tabela 3 - Resumo comparativo das características das revistas Billiken e Recreio ao longo das décadas de 1970 e 2000.....	131

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>15</b>
<b>2</b>	<b>A REVISTA INFANTIL .....</b>	<b>26</b>
2.1	REVISTA .....	26
<b>2.1.1</b>	<b>Tipos de revistas .....</b>	<b>28</b>
2.2	A REVISTA INFANTIL .....	31
<b>2.2.1</b>	<b>A revista infantil na Argentina .....</b>	<b>33</b>
<b>2.2.2</b>	<b>Editorial Atlántida, o berço de <i>Billiken</i> .....</b>	<b>40</b>
<b>2.2.3</b>	<b>A revista <i>Billiken</i> .....</b>	<b>41</b>
<b>2.2.4</b>	<b>A revista infantil no Brasil .....</b>	<b>44</b>
<b>2.2.5</b>	<b>Editores Abril, tutora da <i>Recreio</i> .....</b>	<b>51</b>
<b>2.2.6</b>	<b>A revista <i>Recreio</i> .....</b>	<b>52</b>
<b>3</b>	<b>DESIGN .....</b>	<b>58</b>
3.1	DESIGN EDITORIAL .....	58
<b>3.1.1</b>	<b>Configuração material da revista .....</b>	<b>59</b>
<b>3.1.2</b>	<b>Estrutura e navegação .....</b>	<b>61</b>
3.2	DESIGN DE INFORMAÇÃO .....	68
3.3	LINGUAGEM VISUAL .....	69
<b>3.3.1</b>	<b>Linguagem Gráfica Verbal .....</b>	<b>71</b>
<b>3.3.2</b>	<b>Linguagem Esquemática .....</b>	<b>73</b>
<b>3.3.3</b>	<b>Linguagem Pictórica .....</b>	<b>73</b>
<b>4</b>	<b>CULTURA VISUAL .....</b>	<b>75</b>
4.1	DESIGN E CULTURA .....	75
4.2	CULTURA IMPRESSA .....	76
4.3	MEMÓRIA E CULTURA .....	78
4.4	CULTURA VISUAL .....	79
<b>5</b>	<b>METODOLOGIA .....</b>	<b>84</b>
5.1	ESTRATÉGIA METODOLÓGICA .....	84
5.2	AMOSTRAGEM .....	85
5.3	INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS .....	88
<b>6</b>	<b><i>BILLIKEN</i>, A REVISTA DAS CRIANÇAS .....</b>	<b>98</b>
6.1	INFÂNCIA NA ARGENTINA 1970-2009 .....	98
6.2	1970-1979 A CONSOLIDAÇÃO DA REVISTA <i>BILLIKEN</i> .....	98

6.3	2000-2009 OS DESAFIOS DO NOVO MILÊNIO .....	105
<b>7</b>	<b><i>RECREIO, A REVISTA BRINQUEDO</i></b> .....	<b>116</b>
7.1	INFÂNCIA NO BRASIL 1970-2009 .....	116
7.2	1970-1979 OS PRIMEIROS ANOS DA REVISTA <i>RECREIO</i> .....	116
7.3	2000-2009 UMA RENOVAÇÃO DE SUCESSO .....	120
<b>8</b>	<b>DIÁLOGOS ENTRE AS REVISTAS <i>BILLIKEN</i> E <i>RECREIO</i></b> .....	<b>127</b>
<b>9</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>135</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>141</b>
	<b>APÊNDICE A – INSTRUMENTO DE ANÁLISE</b> .....	<b>148</b>
	<b>APÊNDICE B – CAPAS E MATÉRIAS PRINCIPAIS DAS REVISTAS ...</b>	<b>150</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A *revista infantil* é, e tem sido ainda mais desde o início do século XX, um dos artefatos impressos que mais influência teve e tem sobre as crianças em idade escolar. Partimos da perspectiva, nesta pesquisa, considerando-as como um artefato gráfico mediador entre as crianças e o mundo que é modelado para elas. Por meio das revistas, entre outros artefatos, são colocados no cotidiano infantil conteúdos textuais e referências visuais que constroem o imaginário social e repertório visual das crianças em cada contexto espaço-temporal onde são publicadas, como é o caso dos periódicos aqui estudados, a Revista *Billiken* na Argentina e a Revista *Recreio* no Brasil. Ambas possuem características semelhantes, à princípio, por se constituírem como veículos de educação por meio do entretenimento.

Mesmo que, no seu início, as revistas infantis não tenham sido pensadas como recurso educativo ou didático não passou muito tempo para que fossem incorporadas na instrução infantil. Tratando-se de projetos editoriais de natureza privada, o primeiro espaço de consumo foi o lar, os pais compravam as revistas nas bancas e as introduziam nas práticas de leitura das crianças. *Billiken* na Argentina nasceu em 1919 com um perfil que apontava às variedades e os conteúdos informativos, mas na década seguinte incorporou a fórmula de seguir o calendário escolar argentino trazendo conteúdo que acompanhasse as lições do ensino fundamental. Por sua parte, *Recreio* em 1969, no Brasil colocava histórias e contos para crianças com atividades simples que rapidamente foram incorporadas no ensino como prática educativa.

*Billiken* e *Recreio*, apontaram à principal estratégia da revista para conseguir sucesso: a construção de uma comunidade de leitores aos quais oferece informações de forma regular e semanal. Além de propor informações, mais ou menos úteis, as revistas como mídia estabelecem padrões, originam desejos e principalmente, através da imagem e da visualidade, constroem o imaginário social e o repertório visual das crianças. Por isso, é de suma importância investigarmos a trajetória das publicações na construção do gênero *revista infantil*, já que como foi mencionado em parágrafos anteriores, através do conteúdo das revistas é modelada a identidade da criança e do mundo que a rodeia.

Seja através dos pais, das bancas, dos amigos, das mídias, da escola ou qualquer outro agente social, a revista ingressa no cotidiano infantil de forma a apresentar conteúdos e referências visuais que não são inocentes, mas que pertencem ou aderem a projetos culturais mais amplos e complexos. Projetos educacionais, políticos, culturais, etc. que modelam a experiência infantil

em cada contexto espaço-temporal onde são publicadas. Principalmente porque as revistas revisam ou reveem um assunto colocado em outro espaço, atuando como facilitador para apreensão dessa informação bem como modelador das ideias. Por isso, *Billiken* e *Recreio* são percebidas também como publicações periódicas que informam, educam, entretém e constroem cidadania, tudo num artefato só.

Tais revistas infantis, possuem ainda hoje uma importante circulação média em seus respectivos países, por exemplo os dados de 2013 lançam 44.903 exemplares semanais de *Billiken* colocando-a como a segunda revista mais vendida no segmento infantil argentino, perdendo para a revista *Genios* com 63.201 exemplares segundo o Instituto Verificador de Circulaciones (IVC Argentina). Por sua parte, a revista *Recreio* apresenta uma circulação média de 76.979 exemplares publicados, ocupando a posição número 12 dentre as 20 revistas semanais mais vendidas no Brasil segundo o Instituto Verificador de Comunicação (IVC Brasil) neste mesmo ano de 2013. Não obstante, esses periódicos possuem longa vida, a *Billiken* encontra-se em atividade desde 1919 até os dias atuais, atingindo um público leitor da Argentina, Bolívia, Chile, Costa Rica, Espanha, Uruguai, dentre outros. Já a *Recreio* iniciou suas atividades em 1969 até 1982 e voltou a ser publicada de 2000 a 2018, predominantemente no Brasil.

Embora existam diversos estudos que visam analisar a revista infantil como mídia, como por exemplo o de Olivera (2014) que aborda desde a comunicação as revistas *Billiken* e *Genios* como recurso didático e de entretenimento nas escolas argentinas, ou no Brasil o estudo de Furtado (2012) que visa desvendar com ferramentas teóricas do jornalismo qual é o leitor imaginado pela revista *Recreio*, não são muitas as pesquisas que trabalhem a imagem e a visualidade: tanto no que refere a Linguagem Visual quanto a Cultura Visual. Diante deste quadro, a presente dissertação pretende ampliar o escopo dos estudos acerca deste gênero editorial e contribuir para preencher a lacuna de estudos no campo da Linguagem e da Cultura Visual pelo viés do Design da Informação (ou InfoDesign), aqui compreendido como uma área do design encarregada de planejar, configurar e gerenciar a informação para a sua utilização pelos usuários, no caso dessa pesquisa – as crianças. Nas palavras de Robert Horn (1999) o Design da Informação pode entender-se como “a arte e a ciência de preparação da informação, possibilitando seu uso pelo homem de maneira eficiente e efetiva” (Horn, 1999: p15).

O estudo que apresentamos nesta dissertação está inserido em dois pilares teóricos: o campo do Design da informação e o da Cultura Visual ressaltando a relevância que eles têm nos artefatos

do nosso cotidiano. A maior pretensão do trabalho foi determinar e descrever as contribuições das revistas *Billiken* da Argentina e *Recreio* do Brasil na construção do gênero editorial *revista infantil* nas décadas dos anos de 1970 e 2000 a partir da análise de categorias da Linguagem Visual e da Cultura Visual.

Assim, nesta introdução apresentamos a temática, expondo e contextualizando os elementos que orientaram a pesquisa levantados partir da seguinte problemática: *Como foi a trajetória das revistas infantis Billiken da Argentina e Recreio do Brasil na construção do gênero editorial revista infantil nas décadas dos anos de 1970 e 2000?* Ao mesmo tempo em que descrevemos o objeto de estudo com os seus devidos recortes, os objetivos geral e específicos, e finalmente as hipóteses que fundamentam o trabalho realizado. Por fim, a estrutura da pesquisa e do presente documento.

### **Apresentação do Tema**

O presente trabalho de pesquisa é um desdobramento de um estudo iniciado em 2011 na Argentina que tinha como objetivo analisar o design de revistas infantis impressas no referido país. A pesquisa lançou mão de uma abordagem interdisciplinar entre o Design da Comunicação Visual e as Ciências Sociais<sup>1</sup>. Nesse primeiro momento o foco da pesquisa esteve voltado para a análise do design das revistas infantis argentinas *Antejito*, *Billiken* e *Genios* entre os anos 1980 e 2010. Desenvolvido até 2013, o trabalho abordou o olhar das crianças através da sua representação visual nas revistas, as características das novas mídias e as políticas educacionais que condicionaram o design das três revistas antes mencionadas.

A partir desse primeiro contato com o objeto de estudo *revista infantil*, e durante o percurso feito no mestrado, o interesse desta pesquisa passou a focar a construção do gênero editorial *revista infantil* tanto na Argentina quanto no Brasil por meio de um estudo de caso – publicação – considerado paradigmático de cada país. Com ênfase na análise tanto da Cultura Visual quanto da Linguagem Visual pretende-se caracterizar a trajetória das revistas *Billiken* e *Recreio* nas décadas dos anos 1970 e 2000. A escolha desse período finca no nascimento e consolidação das revistas nos anos de 1970 e na mudança de perfil editorial – mantido até a atualidade – no novo milênio.

---

<sup>1</sup>A pesquisa intitulada “*Estratégias gráficas utilizadas no design das revistas infantis Antejito, Billiken y Genios entre 1980 e 2010*”, realizada pelos alunos Mariana Barboza y Gustavo Saucedo sob a orientação da Dra. Virginia Kummer, configurou-se na tese para obter a grau acadêmico de Bacharel em Design da Comunicação Visual, da Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo (FADU), da Universidad Nacional del Litoral (UNL).

Buscamos entender as publicações periódicas impressas (revistas infantis) como mediadoras entre as crianças e o mundo que é modelado para elas. O interesse pelos estudos da Cultura Visual está fundamentado nas contribuições teóricas de Duncum (2001), Mirzoeff (2003) e Hernandez (2005) que explicam a importância do estudo das imagens como geradoras de experiências e práticas significantes no cotidiano das pessoas. Ao mesmo tempo, o interesse na Linguagem Visual decorre da necessidade de compreender que ela, como explica Twyman (1979), é o meio pelo qual uma informação ou conteúdo se tornam visíveis para um público, neste caso crianças leitoras em idade escolar (4 a 12 anos), que se relacionam com o sistema de informação *revista infantil* no seu dia a dia.

Considerando as revistas como artefato cultural (artefato como produto do homem e cultural porque deixa marcas sobre a sua história); e como mídia impressa que produz e reproduz conteúdo informacional, é que este trabalho se sustenta no pressuposto de que as revistas *Billiken* e *Recreio* construíram o gênero editorial *revista infantil* em cada país equacionando na sua Cultura Visual e Linguagem Visual características contextuais, estilísticas e culturais que condicionaram as suas configurações e o seu Design da Informação.

As revistas de um modo geral, em particular, as revistas infantis são gêneros que tem sido abordado com maior complexidade pelas diferentes áreas do conhecimento científico ou campos temáticos. Porém, considerando que esta pesquisa foi desenvolvida pelo Programa de Pós-graduação em Design, e que esse campo fornece as principais linhas teóricas de estudo em colaboração com o campo da Cultura, organizamos a investigação enfatizando as duas perspectivas. Dos estudos do Design, dois subcampos foram os escolhidos para analisar a *revista infantil*: o Design Editorial porque é o encarregado pela configuração e composição de publicações impressas (GINCAGLIA, 2009), e o Design da Informação porque é o que se ocupa pela preparação do conteúdo informacional, assim como da sua hierarquia, possibilitando o uso eficiente por parte dos humanos (HORN, 2001). No caso da Cultura, o interesse se centra nos estudos da Cultura Visual entendida como campo de estudo que se ocupa das experiências visuais com foco não apenas nos artefatos, tampouco nas tecnologias, mas também, nas práticas visuais cotidianas da sociedade na produção de significados, valores, dentre outros aspectos (MIRZOEFF, 2003).

## Problema de Pesquisa

Indiscutivelmente as revistas infantis como artefato de Design de Informação, materializam distintas decisões editoriais que dizem respeito à identidade dos seus leitores e configuram os imaginários e repertórios visuais que compõem a Cultura Visual destinada a eles em cada tempo e lugar onde elas são publicadas. Condiionadas pelo desenvolvimento tanto gráfico quanto tecnológico da mesma revista como mídia, das outras mídias com as quais convive – livros, cinema, televisão, internet – e do público alvo – crianças alfabetizadas ou nesse processo –, as revistas infantis constroem a configuração característica do gênero editorial ao qual pertencem. Dada a explanação anterior é que como problema de pesquisa, este trabalho se propõe principalmente buscar resposta a:

- Como foi a trajetória das revistas infantis Billiken da Argentina e Recreio do Brasil na construção do gênero editorial revista infantil nas décadas dos anos de 1970 e 2000?

## Justificativa

Durante a sua construção como campo de conhecimento o Design é pensado na maioria das vezes a partir da sua prática profissional; por isso, pesquisar ‘sobre’ e ‘para’ o design acredita-se relevante para o crescimento e o desenvolvimento teórica da área. Nessa linha, é importante também fazer indagações acerca da formação atual do designer nas universidades latino-americanas. O designer gráfico na condição de profissional contemporâneo, não só deve aprender a fazer o uso adequado das ferramentas gráficas disponíveis e ter um agudo sentido da estética para a produção de mensagens, como também, deve ter um papel social e um olhar crítico tanto da sua profissão quanto da sua produção. Nas palavras de Ledesma (2010) é necessário pensar o designer como um operador cultural, conceito atribuído a um profissional que seja não apenas um excelente produtor de mensagens, mas também:

[...] um excelente analista da sua produção e da produção de outros: capaz de descobrir o que se oculta por trás dos signos que emprega, dos textos que constrói e constroem os outros, finalmente um designer que possa sintonizar com o seu tempo e a sua época intervindo com suas maiores potencialidades.<sup>2</sup>  
(LEDESMA, 2010: p14. Tradução nossa)

---

<sup>2</sup>“un excelente analista de su producción y la de otros; capaz de descubrir qué se oculta detrás de los signos que usa, de los textos que construye y construyen los demás, un diseñador, finalmente que pueda “tomar pulso” a su tiempo y a su época interviniendo en él con sus mayores potencialidades” (LEDESMA, 2010: p14)

Sobre pesquisar o passado, é possível entender essa prática, na perspectiva teórica de Cardoso (2011), como um caminho para repensar e reinterpretar o acontecido. Em qualquer campo disciplinar, e no Design de Informação em particular, a importância dessa prática está voltada para a nova possibilidade de interpretação dos fatos acontecidos – concretizados nos artefatos impressos – não para mudar os seus significados, mas para pensá-los por uma nova perspectiva, atual, com novas ferramentas de análise. Entendemos esses artefatos como documentos do registro do contexto de surgimento, os quais em palavras de Camargo (2003):

[...] proporcionam hoje a construção da memória histórica e cultural de um determinado lugar, e que conseqüentemente, ajudam na formação de sua identidade, seja ela individual ou coletiva. (CAMARGO, 2003: p56)

O design, enquanto campo de produção, contribui com suas peças à Memória Gráfica de uma sociedade, envolvendo uma ampla gama de objetos que modelam e permeiam as relações humanas: periódicos, revistas, embalagens e qualquer tipo de artefato visual comunicante. Portanto, pesquisar a configuração das revistas infantis é relevante porque no seu caráter de artefatos gráficos – e sistemas de informação – devem ser entendidos, estudados e interpretados como intervenções emocionais na vida cotidiana dos leitores, crianças que estão formando a sua identidade, o seu imaginário próprio e do mundo. É possível pensar estas publicações como manifestações gráficas, e a partir disso entender que elas:

[...] ilustram uma das mais bem-sucedidas relações entre as pessoas e o meio projetado e apresentam uma perspectiva inédita para o entendimento de nossa sociedade e desenvolvimento de produtos com foco na promoção de experiências memoráveis e sentimentos positivos. (CARDOSO, 2011: p4)

Por tanto, foi mais que relevante escolher estudos de caso bem-sucedidos que dessem conta dessa relação e influência apontada por Cardoso (op. cit.). Entendem-se como bem-sucedidos não só casos que lideraram as vendas no período de tempo selecionado, mas também casos que se apresentam como pioneiros do gênero, que tinham formado um imaginário de época, condicionado as práticas midiáticas, conformando uma determinada Cultura Visual, dentre outros aspectos.

Sabendo que esta pesquisa aborda a configuração de artefatos do passado, estes são considerados artefatos da memória gráfica infantil, tanto brasileira quanto argentina. A Memória Gráfica Brasileira (MGB) como novo campo de estudo, representa um novo olhar para o passado extraindo do obscurantismo práticas projetuais e de design. Segundo seu mesmo site, os estudos referentes à Memória Gráfica Brasileira dedicam-se a:

[...] resgatar e valorizar o riquíssimo legado do design no Brasil, assim como das atividades congêneres que já abarcavam a criação e o projeto em áreas afins, mesmo antes que o design se configurasse como campo profissional.  
(Web MGB 2017)

Na mesma linha, Farias (2016) explica que a MGB “pretende revisar o significado e valor de artefatos visuais, e em particular os impressos efêmeros, para estabelecer uma noção de identidade local através do design” (FARIAS, 2016: p1). É a partir dessa perspectiva que este trabalho pretende contribuir para os estudos científicos no campo da Memória Gráfica Brasileira – e Argentina – por meio da análise de um artefato da cultura visual e impressa, em particular: a revista infantil das décadas dos anos 1970 e 2000.

A relação das crianças com as mídias, em geral, está marcada pelo fascínio. No caso das mídias impressas, em razão dos conteúdos nelas veiculados atenderem aos interesses e expectativas dos leitores ao mesmo tempo em que conformam um amplo escopo de símbolos e referências visuais produzidos e reproduzidos no cotidiano delas.

Partindo da importância da revista enquanto mídia educadora, formadora da identidade e da cultura, é importante questionar sobre a sua configuração geral, e em particular sobre a Linguagem Visual e a Cultura Visual, contidas nas revistas *Billiken* e *Recreio*.

Finalmente, pesquisar as revistas infantis como artefatos da Cultura Visual implica reconhecer que a visualização é uma característica de nossos tempos. Embora a distância existente entre a riqueza e diversidade da experiência visual e a habilidade para analisar criticamente o que observamos seja grande, estudos sobre a Cultura Visual se fazem mais que necessários (MIRZOEFF, 2003). Portanto, torna-se relevante refletir sobre os artefatos visuais que consumimos – e produzimos –, principalmente sobre os artefatos destinados às crianças que muitas vezes intervêm na vida infantil sem uma mediação educativa responsável.

## Questões norteadoras

Além da pergunta de pesquisa apresentada no tópico anterior, é necessário colocar questões secundárias para o objeto de estudo que também funcionam como orientadoras do trabalho. A partir disso, estabelecem-se as seguintes questões:

- Como atuaram os fatores contextuais, estilísticos e culturais na configuração das revistas infantis *Billiken* e *Recreio* no período selecionado?
- Que semelhanças e diferenças apresentam as duas revistas nas suas trajetórias?
- Quais são os conceitos editoriais presentes nas duas revistas no período selecionado?

## Objeto de Estudo e Objetivos

### Objeto de Estudo

A presente pesquisa tem como objeto de estudo as revistas infantis *Billiken* e *Recreio* através das quais poderemos traçar a trajetória do gênero editorial *revista infantil* em cada país. Para uma caracterização mais específica, fizeram-se três recortes ao objeto de estudo:

- **Material ou Existencial:** Foram estudadas as duas revistas consideradas pioneiras do gênero infantil em cada país, porque foram as primeiras a oferecer conteúdo de educação e entretenimento às crianças em idade escolar (4 a 12 anos) e ainda são publicadas na atualidade.
- **Temporal:** Foi selecionado um período de 20 anos, dividido em dois grupos; a década dos anos de 1970 porque é a primeira década de publicação da revista *Recreio*; e a década dos anos 2000, já que *Recreio* voltou a ser publicada e a chegada do novo milênio ampliou enormemente o escopo da cultura visual infantil. A revista *Billiken*, por sua vez, nunca interrompeu sua publicação desde 1919 até os dias atuais.
- **Espacial ou Geográfico:** Fizeram parte da análise, os países de origem, publicação e circulação das revistas: a República Argentina e a República Federativa do Brasil. Mesmo que *Billiken* tenha sido exportada para outros países latino-americanos como Bolívia, Chile, Costa Rica, Uruguai, entre outros, essa pesquisa não conseguiria dar conta das inúmeras variáveis culturais de todos esses países.

## Objetivo Geral e Específicos

No que diz respeito aos objetivos, esta pesquisa visa principalmente:

- Determinar e descrever as contribuições que fizeram as revistas infantis *Billiken* da Argentina e *Recreio* do Brasil na construção do gênero editorial *revista infantil* nas décadas dos anos de 1970 e 2000 a partir da análise da Linguagem Visual e da Cultura Visual.

Ao mesmo tempo, como objetivos específicos pretende-se:

- Identificar e descrever a Linguagem Visual e a Cultura visual apresentadas nas duas revistas no período de tempo selecionado;
- Identificar e descrever os fatores contextuais, estilísticos e culturais que condicionaram a construção do gênero editorial *revista infantil*;
- Comparar as características particulares que as duas revistas apresentam tanto na sua Linguagem Visual quanto na sua Cultura Visual.

## Hipóteses

Dado que a produção de revistas infantis teve um crescimento considerável nos períodos selecionados e ao mesmo tempo aumentou o interesse pela audiência infantil por parte da mídia, o pressuposto principal desta pesquisa é que:

- As revistas infantis impressas *Billiken* da Argentina e *Recreio* do Brasil construíram o gênero editorial em cada país configurando na sua Linguagem Visual e na Cultura Visual características contextuais, estilísticas e culturais das épocas de estudo.

-

Ao mesmo tempo, decorre dessa hipótese principal, uma hipótese secundária que considera que:

- É possível encontrar semelhanças na configuração de *Billiken* e *Recreio* com o passar do tempo, a chegada dos anos dois mil (2000), o avanço da cultura midiática, evidencia-se, portanto, a unificação de um tipo de experiência da infância em nível global não se configurando assim, na década dos anos setenta.

-

## **Estrutura da Dissertação**

Para atingir os objetivos propostos construímos este estudo por meio de uma ordem lógica que permitiu dividir em etapas o processo de investigação, tal estrutura também dá forma a esta dissertação.

No capítulo **2 A REVISTA INFANTIL**, apresentamos o suporte teórico ao estudo da revista, suas principais características, sua estrutura e materialização como mídia impressa. Auxiliados em Steimberg (1998) consideramos a noção de gênero como assim também com as contribuições de Ali (2009), Blackwell (2003), Leslie (2003), Fetter (2011) abordamos a revista. Além disso, caracterizamos historicamente o gênero editorial *revista infantil* em cada país, sua origem, mudanças e ainda outros projetos editoriais infantis, focando na apresentação dos dois estudos de caso: as revistas infantis *Billiken* da Argentina e *Recreio* do Brasil.

Em seguida, após apresentar o nosso objeto de estudo, descrevemos o arcabouço teórico em que a Linguagem Visual está inserida. Assim no capítulo **3 DESIGN**, abordamos noções tanto de Design Editorial junto a autores como Anarella (2006), Gincaglia (2009), Gorodischer (2009), Haslam (2007), Zappaterra (2008), dentre outros; quanto do Design de Informação com auxílio de Costa (1998), Horn (1999), Mijksenaar (2001), SBDI (2016), Twyman (1979, 1985), dentre outros. Essas abordagens permitiram entender e trabalhar com a *revista infantil* como peça editorial e ao mesmo tempo como sistema de informação.

O capítulo **4 CULTURA VISUAL**, se restringe a entender a relação entre o Design e a Cultura, bem como busca compreender a revista como artefato da Cultura Impressa (Santaella, 2003) e da Memória Gráfica (Cardoso, 2011; Farias, 2016). Na parte central do capítulo caracterizamos a Cultura Visual por meio dos aportes teóricos de Barnard (1998), Dias (2008), Duncum (2002), Hernandez (2005), Mirzoeff (2003), dentre outros para entendê-la como a segunda variável de análise das revistas selecionadas.

No capítulo **5** no qual tratamos da **METODOLOGIA**, nele explanamos as bases e procedimentos metodológicos que orientam esta pesquisa de natureza qualitativa (Lakatos & Marconi, 2003) e histórico-narrativa (Sautú, 2003), como seus métodos utilizados (Estudo de caso, monográfico, histórico, comparativo), a modalidade de amostragem não probabilísticas, dentre outros. Além disso, apresentamos o instrumento de coleta de dados que desenvolvemos para a investigação e que permitiu analisar as revistas: a guia de observação. Nesse instrumento

foram colocadas as categorias de análises vindas do suporte teórico da Linguagem Visual e da Cultura Visual previamente estudadas.

Uma vez exposta a fundamentação teórica, os capítulos subsequentes abordam as próprias análises de cada publicação. Dessa forma e continuando a ordem estabelecida, o capítulo **6 BILLIKEN, A REVISTA DAS CRIANÇAS**, apresenta a análise dessa publicação nas duas décadas de estudo: 1970 e 2000. Por sua vez, o capítulo **7 RECREIO, A REVISTA BRINQUEDO**, aborda o estudo do caso brasileiro sob as mesmas categorias de análise. Nos dois capítulos abordam-se não apenas os elementos materiais das revistas como suporte ou estrutura, mas principalmente, identificam-se e analisam-se as características da configuração visual tanto no que refere a Linguagem Visual quanto a Cultura Visual.

O capítulo **8 DIÁLOGOS ENTRE AS REVISTAS BILLIKEN E RECREIO**, apresenta uma reflexão acerca dos pontos de encontros e de divergências entre as duas revistas na construção do gênero editorial – *revista infantil* – tanto na Argentina quanto no Brasil. Neste mesmo capítulo discutimos os resultados obtidos por meio das observações, descrevendo as evidências encontradas na pesquisa e um resumo das principais características da revista infantil nas duas décadas de análise.

Finalmente, no capítulo **9 CONSIDERAÇÕES FINAIS**, retomamos às questões propostas no início da pesquisa por meio das quais fazemos uma reflexão acerca das hipóteses e dos objetivos estabelecidos para este estudo. Também são postas tanto as possibilidades do gênero editorial –*revista infantil*– quando os questionamentos sobre ele para a atualidade e para o futuro.

## 2 A REVISTA INFANTIL

### 2.1 REVISTA

Como mídia, a revista qualquer que seja o seu gênero, permite dar muita difusão a um determinado conteúdo e, independentemente da tiragem e a periodicidade, é importante que ela tenha um segmento do mercado oferecendo informação útil para esse setor específico. De acordo com Blackwell (apud LESLIE, 2003) pode se entender que desde os seus começos até hoje a publicação de revistas passou a ser em quase todas as economias um negócio baseado na construção de uma comunidade de leitores aos quais são vendidos produtos, oferecendo-lhes informação de forma regular.

As primeiras revistas apareceram na Inglaterra nos começos do século XVIII, se publicavam de forma semanal e o seu conteúdo era mais analítico que o do jornal tradicional. Dois periódicos foram pioneiros desse novo artefato impresso, os ingleses *The Tatler* e *The Spectator* (Figura 1), a partir dos quais o novo suporte cobrou rapidamente importância nas bancas. Eles deram espaço para os escritores, ensaístas e pensadores conformaram a agenda política, social e cultural da época. Não passou muito tempo para que os americanos imitassem as propostas mesmo com a imposição e regulamento de leis para publicação e circulação.

Figura 1 - Capa da revista *The Tatler* dirigida por Richard Steele (1709) e capa e página interiorde *The Spectator* dirigida por Richard Steele e Joseph Addison (1711).



Lewis Blackwell (2003) explica que mesmo que sejam de temas gerais ou de um passatempo específico, de moda ou de campos curiosos, as revistas originam desejos, estabelecem estândares e excedem o caráter efêmero das matérias jornalísticas ou das notícias do jornal televisivo. Por tanto, oferecem a ilusão de sustância, de conteúdo, de registro documental, de voz legitimada sobre alguma temática.

O termo revista provem do verbo *revisar* ou *rever*, que podemos entender como voltar a ver para revisar algum assunto ou temática. Ao mesmo tempo, esse termo é utilizado no contexto militar sob a ideia de revisar detalhadamente algo, algum assunto ou alguém. Indiscutivelmente, a revista pode ser reconhecida como um artefato para revisar ou rever um assunto, quanto uma importante ferramenta que atua como facilitador para apreensão da informação bem como de modelador da identidade ou imaginário de quem lê os seus conteúdos. A revista se percebe também como uma publicação que informa, educa e entretém num artefato só. Nessa linha, a revista como mídia impressa transmite determinado conteúdo para um público definido como fazem o jornal e o livro. Mas, devido a fatores como a periodicidade –semanal, mensal, bimestral, etc.– o tempo de leitura dela é maior ao do jornal, que é diário; e menor ao do livro, que tem edição única e reedição entre grandes períodos de tempo.

A revista convida aos leitores a passear pelas suas folhas, a escolher o percurso por onde apreender a informação nela contida. O ponto de entrada pode ser vários elementos: a manchete de capa, uma imagem impactante no interior, um encarte surpresa, um presente, o sumário para o leitor que procura algo específico ou a assinatura de um jornalista reconhecido. Desse modo, todas as entradas são válidas para a revista.

Leslie (2003) coloca as características das revistas em relação a outros produtos editoriais; por exemplo, a revista retoma do jornal características como sua fórmula de composição de textos em colunas estreitas, critérios semelhantes quanto à tipografia em manchetes, até mesmo a combinação de imagens dentro do campo visual e a diagramação às vezes assimétrica pouco razoáveis para o livro. Outra diferença, por exemplo, é a existente com o livro tradicional na quantidade de páginas e o tempo de leitura, já que o último é mais relaxado e condensa maiores quantidades de informação. A revista propõe um ritmo sequencial distinto, quase hipertextual como nas mídias digitais, que permite entrar nela por distintos pontos e até ir e voltar no conteúdo do miolo.

No que diz respeito às características de formato e publicação de revistas, com a chegada do século XX, muitos foram os avanços e experimentos que até colocaram em dúvida a verdadeira forma da revista até sua destruição e reconstrução como gênero editorial. Leslie (op. cit.) diz sobre isso que a revista não é só uma coisa, mas muitas; que se define pela sua publicação repetitiva e pouco mais, e de modo algum pelos seus conteúdos e menos pelo seu formato. Por

causa disso, o autor considera que as revistas, como artefato, poderia ser um antecedente e fonte de inspiração do hipertexto e dos sites web.

Entre outras características aplicáveis ao gênero revista, Fetter (2011) explica que ela tem uma permanência maior que a de um jornal e menor que um livro, o seu conteúdo é menos urgente que o do jornal, mas é mais duradoura que ele. Por isso, o seu apelo para a venda dentro das bancas de jornal deve ser redobrado através do aspecto visual, procurando a identificação por parte dos leitores regulares ao mesmo tempo em que atrair novos leitores que escolham a revista como canal de comunicação (FETTER, 2011).

### 2.1.1 Tipos de revistas

Existem várias formas de classificar as revistas, que junto do desenvolvimento do artefato vão mudando os termos que as categorizam. Uma dessas classificações é a apresentada por Fátima Ali (2009) que divide as revistas em três grandes grupos:

**1) Revistas de Consumo:** são aquelas de grande circulação para o consumo popular, esse grupo pode ser subdividir em:

- a) De interesse geral: revistas semanais de notícias, televisão e celebridades como por exemplo a revista *Caras* nas suas versões argentina e brasileira.
- b) Segmentadas por público: dirigidas a leitores determinados como as infantis, as masculinas, ou as femininas como a revista *Cláudia* nas suas versões argentina e brasileira.
- c) Segmentadas por interesse: abordam temas como culinária, fotografia ou informática; como as revistas de decoração *Espacio Living* (Argentina) e *Casa e Jardim* (Brasil).

**2) Revistas Profissionais:** destinadas a públicos profissionais como arquitetos, médicos, advogados ou áreas de atuação como informática ou transporte; exemplo disso são as revistas de design *Summa+* (Argentina) e *Computer Arts*(Brasil).

**3) Revistas de Empresas e Organizações:** destinadas a funcionários, clientes e organizações; podem ser:

- a) Sob medida (ou customizadas): patrocinadas por empresas com objetivos profissionais, normalmente distribuídas entre os clientes.
- b) Institucionais: visam estabelecer comunicação com clientes, funcionários, governo e outras empresas de determinado setor.

c) De associações: servem para estabelecer a comunicação entre membros de entidades e associações; normalmente são gratuitas como as acadêmicas.

Uma outra forma de classificar as revistas é diferenciá-las a depender do circuito de publicação entre **Comerciais** e **Não-Comerciais**. Leslie (2003) aponta que as revistas que estão fora do circuito comercial têm maiores possibilidades de experimentação no que tange a padrões de formato e, diagramação e impressão. De fato, elas se beneficiam tecnicamente já que ao terem uma tiragem reduzida podem experimentar em cada um dos aspectos antes mencionados. O autor explica que publicar fora do circuito comercial implica também eludir pressões como a de satisfazer desejos e requerimentos de distribuidoras, lojas, etc. No interior dessa categoria coexistem em dois sistemas muito diferentes:

1) **Auto-edição**: Se caracteriza por um orçamento pequeno ou mínimo e o jogo com o formato e a diagramação. Muitos dos projetos de auto-edição não estão subvencionados e apenas sobrevivem de número a número, embora existam atualmente formas de colaboração ou financiamento coletivo.

2) **Edição Por Demanda**: Implicam a produção de revistas por encargo de organizações como parte de campanhas de publicidade e marketing maiores. Elas se constituem como um elemento a mais dentro de uma ampla estratégia de mercado, o que significa maior liberdade para o design quanto a formatos, linguagem, diagramação, etc.

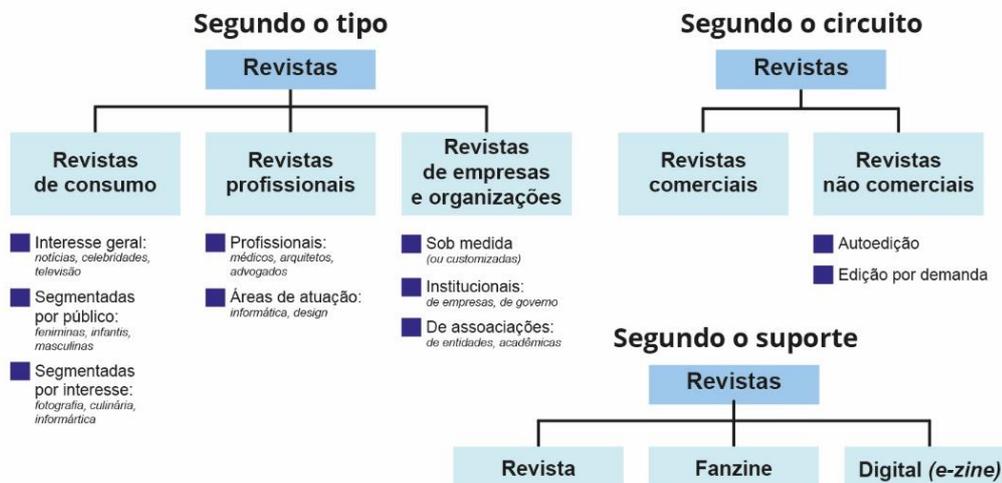
As revistas que funcionam no mercado comercial, estão voltadas à produção, publicação e distribuição em tamanhos, formatos e estruturas convencionais e determinadas pela grande escala. Lewis explica que revistas com características irregulares têm aparecido no mercado, mas a realidade econômica força-as até as estruturas convencionas que se aproximam geralmente a uma folha A4 (210x297mm).

Em se tratando dos tipos de revista, outro artefato que tem origem na revista impressa e compartilha o caráter analógico é o **fanzine** (revista de fã), uma publicação autogerida que trata diferentes assuntos desde ciência ficção ou reivindicações políticas até HQs e pequenos ensaios. A característica principal do fanzine é o formato e o suporte; respeito ao primeiro ele geralmente é produzido em grandes folhas e dobrado até conseguir um tamanho pequeno tipo A6 (105x148 mm). Sobre o suporte, eles são elaborados a mão, artesanalmente com poucos recursos e

geralmente de maneira não profissional. Embora existam fanzines com um trabalho de design de destaque o que a peça persegue é a transmissão de uma ideia ou conceito focando no aspecto cultural e artesanal. Um destaque do fanzine é que uma vez elaborado o original, ele é xerocado para sua posterior distribuição de forma gratuita, na maioria dos casos.

Na atualidade, a contraparte do mundo impresso é a existência e evolução vertiginosa do mundo digital e, com ele, o surgimento da **revista digital** - eletrônica ou e-zine- criada no mesmo esquema que a revista impressa (editor, redator, designer, diagramador, etc.) mas mudando o papel do impressor pelo do programador que se encarrega da interface digital, permitindo ao leitor navegar pelo conteúdo. Além disso, o circuito de circulação da revista digital envolve as postagens em sites web ou a distribuição por e-mail aos assinantes que pertencem a um segmento específico de leitores. Nesse sentido, o principal desafio das publicações periódicas impressas ao longo do tempo foi o de se adaptar às mudanças tecnológicas, econômicas, sociais e culturais do mercado e principalmente dos leitores.

Figura 2 - Gráfico resumo das possíveis classificações apresentadas nesse ponto.



Elaboração própria.

Finalmente, para fechar a caracterização das revistas procuramos subsídio em Leslie (2003), quem explica que essas publicações desempenham um papel mais que importante na nossa cultura atual, fundamentalmente visual. No seu caráter de artefato portátil, tátil, atraente visualmente e que combina texto e imagens no espaço da página, a revista se constitui num canal de comunicação mais do que efetivo no cotidiano da sociedade atual. A periodicidade e a concorrência diária no mercado lhes impõem a necessidade de renovação permanente, visando atingir leitores cada vez mais específicos.

## 2.2 A REVISTA INFANTIL

Como a presente pesquisa pretende analisar a construção de um gênero editorial específico através do estudo das contribuições de duas publicações, considera-se pertinente explicar a noção de gênero que orienta o trabalho. Seguindo a linha de pensamento de Oscar Steimberg (1998) podemos entender um gênero como conjunto de:

[...] tipos de textos ou objetos culturais, discrimináveis em toda linguagem ou suporte midiático, que apresentam diferenças sistemáticas entre si e que na sua recorrência histórica instituem condições de previsibilidade em distintas áreas de desempenho semiótico e intercâmbio social.<sup>3</sup> (STEIMBERG, 1998: p41. Tradução nossa).

Pensar o gênero vinculado ao campo editorial refere-se ao conjunto de edições ou publicações, que configuram um conjunto de artefatos com características semelhantes e diferenciadas de outros artefatos. Na sequência, Steimberg explica que os gêneros se definem pela oposição a outros gêneros que existem no mesmo momento histórico, por isso resulta difícil procurar uma definição fechada que inclua todas as características históricas do gênero editorial *revista infantil*.

Nas classificações de gênero demarcam-se conjuntos de regularidades, que permitem associar entre si componentes de uma ou várias áreas de produtos culturais, focalizando na repetição de características temáticas, retóricas e enunciativas (STEIMBERG, 1998). A revista como tipo de publicação se diferencia de outras publicações como o livro ou o jornal por um conjunto de características que vão mudando ao longo do tempo, e, portanto, as regularidades que dizem respeito ao gênero. Embora tenha mudado na sua história, o gênero editorial revista conseguiu se diferenciar dos outros gêneros editoriais como o livro ou o jornal, assunto explicado em parágrafos anteriores.

O autor explica também que os gêneros fazem sistema em sincronia, e se definem pela oposição do resto dos gêneros contemporâneos a ele (STEIMBERG, 1998). Por isso, como se explicou anteriormente, se constitui numa tarefa bastante difícil apresentar uma definição concreta que condense o gênero *revista infantil* ao longo da história. Mas, pensando na explicação anterior,

---

<sup>3</sup>“clases de textos u objetos culturales, discriminables en todo lenguaje o soporte mediático, que presentan diferencias sistemáticas entre sí y que en su recurrencia histórica instituyen condiciones de previsibilidad en distintas áreas de desempeño semiótico e intercambio social” (STEIMBERG, 1998:45).

poderíamos estabelecer características que fazem à diferenciação do restante dos gêneros contemporâneos, como a revista feminina, masculina, de esportes, de interesse geral e de notícias, dentre outras inumeráveis.

Nessa linha, poderíamos aproximar-nos a uma definição por meio de uma caracterização do objeto de estudo dessa pesquisa. Portanto, para esta pesquisa entende-se, a *revista infantil* como aquele gênero editorial que tem como características principais:

- Um **público** exclusivo, as crianças escolarizadas que atendem ao ensino fundamental (4 a 12 anos aproximadamente), entendendo o público como o usuário final da revista;
- Suas **audiências**, atores envolvidos na interação com a revista, incluem os pais ou tutores que compram as revistas, os professores que as incluem na escola e as crianças que as leem e brincam com elas;
- Possuem **dois tipos de conteúdo** que respondem a conceitos editoriais:
  - Um deles escolar, vinculado ao conteúdo **educacional**, matérias que trabalham assuntos escolares do ensino fundamental como Ciências Sociais, Ciências Naturais, Matemática e Literatura, visando desenvolver habilidades cognitivas;
  - E outro, de **entretenimento**, vinculado aos produtos culturais infantis da televisão, literatura, seriados animados, cinema, teatro, música, etc.
- Utilizam e exploram o aspecto visual através da oferta de **material gráfico** extra como figurinhas, encartes para montar, pôsteres, colecionáveis e até brindes.

Continuando com a caracterização da *revista infantil*, podemos mencionar novamente que de maneira geral a relação das crianças com as mídias é marcada pelo fascínio, e no caso das próprias revistas isso acontece porque os conteúdos (educacionais e de entretenimento) nela veiculados atendem aos interesses e expectativas dos leitores (público) ao mesmo tempo em que conformam um amplo escopo de símbolos visuais produzidos e reproduzidos no cotidiano deles. Nessa linha, partimos para considerar que a *revista infantil* enquanto mídia educadora é formadora da identidade, do imaginário, da opinião e da cultura dos seus leitores.

Em qualquer estudo das revistas infantis e da conformação do gênero editorial é importante salientar o papel da literatura infantil como antecedente direto das publicações periódicas

infantis. Seja através de contos, livros infantis, manuais escolares ou revistas de histórias em quadrinhos (HQs), a revista foi se nutrindo de cada um deles em diferentes aspectos. Cunha (1999) nos seus estudos da imagem na literatura infantil destaca que a revista aborda outras temáticas diferentes ao livro, mais próximas ao cotidiano infantil do que os mundos medievais dos contos fantásticos. A mesma coisa acontece com os manuais escolares; a revista frente a eles aborda os assuntos de forma mais gráfica e sintética. Sobre o assunto gráfico em particular, a autora diz que na revista:

[...] as ilustrações também tomam outro rumo, aproximando-se da linguagem gráfico-plástica das crianças, recuperando algumas características gráficas, como o uso da cor, traçado, perspectiva, tratamento dado à superfície, composição, etc. (CUNHA, 1999: p151)

Nos pontos a seguir, explicam-se as particularidades do gênero editorial *revista infantil* tanto da Argentina quanto do Brasil, seu desenvolvimento histórico e as contribuições de outras publicações para os casos de estudo. Finalmente se abordam as próprias revistas infantis objetos de estudo dessa pesquisa: *Billiken* e *Recreio*.

### **2.2.1 A revista infantil na Argentina**

As revistas para crianças têm uma longa história na Argentina que, como na trajetória de qualquer outra mídia, não começa com o artefato na forma em que hoje é conhecido. O gênero editorial *revista infantil* no país teve como antecedente direto os *impressos periódicos para crianças* do final do século XIX. Sandra Szir (2007) explica que a aparição desses impressos se deve principalmente a dois fatores, o primeiro deles vinculado à incorporação das crianças aos hábitos de consumo, ligados ao desenvolvimento econômico e social no entorno urbano em constante mudança. O segundo e não menos importante, é o vinculado às aspirações políticas das elites argentinas canalizadas através da expansão da educação. Nesse contexto, a sanção da Ley 1420 de Educación Común<sup>4</sup> no ano de 1884, teve um papel fundamental na formação e crescimento de um público leitor. Szir (2007) descreve que na passagem do século:

[...] as modificações culturais da industrialização e urbanização capitalistas começaram a gerar uma expansão e crescimento da produção e consumo de

---

<sup>4</sup>A Ley de Educación Común (LEC) Nro. 1.420 foi sancionada em 1884 com o objetivo de diagnosticar a educação gratuita, obrigatória e laica. A mesma foi a base para a expansão da educação e escolaridade de um país que se estava formando em torno ao conceito e projeto de Estado Nacional, colocando ênfase na educação que expressa os valores essenciais da sua cultura e identidade. A LEC estabelecia que a instrução infantil devia ser gratuita, laica, gradual, higienista e mista (BARBOZA & SAUCEDO, 2013).

impressos ilustrados de circulação massiva, ao ponto de eles se virarem uma marca importante da própria modernização<sup>5</sup> (SZIR, 2007: p18. Tradução nossa).

Nesse contexto, a imagem teve um papel particular como estratégia fundamental de comunicação, aproveitando que as publicações enquanto artefatos culturais integravam o aspecto pedagógico e o lúdico. Ao mesmo tempo, houve um crescimento no mercado de manuais e textos escolares que possibilitou o desenvolvimento de empresas editoriais na Argentina. Assim, os empresários editoriais viram a oportunidade de apresentar a esse novo público um produto pensado para eles: a publicação periódica dirigida particularmente às crianças.

Embora a revista *Billiken* seja considerada a primeira *revista infantil* com critérios de conteúdo e estética modernos concebida especialmente para o público infantil e que conseguiu estabelecer-se no mercado, não foi quem inaugurou o gênero. Há precedentes, quase todos sem sucesso e de existência efêmera, que um tempo antes davam conta do novo segmento da sociedade que ganhava importância. Dentro desses precedentes, ainda não sejam consideradas revistas infantis, mas periódicos ilustrados para crianças, podem ser mencionadas: *La ilustración infantil* (1886-1887), *Diario de los niños* (1898) e *Pulgarcito* (1904). Essa última publicação, é a primeira, considerada por diferentes autores (Szir, 2007; Bontempo, 2007), como “exclusivamente” para crianças, publicada em 1904 e criada por Constancio Vigil e Enrique Antuña. *Pulgarcito* (Figura 3) não teve o sucesso esperado e a partir de 1905 se transformou em uma revista para toda a família. Mesmo assim com a mudança de público, Szir (2007) explica que *Pulgarcito* instalou algumas estratégias para lograr uma maior aceitação por parte do público, como o oferecimento de variedade de conteúdo, utilização de ilustrações, incentivo à participação, promoção de concursos, dentre outros, que quinze anos depois seriam retomadas pela revista *Billiken*.

---

<sup>5</sup>“las modificaciones culturales de la industrialización y urbanización capitalistas comenzaron a generar una expansión y crecimiento de producción y consumo de impresos ilustrados de circulación masiva, al punto de convertirse éstos en un rasgo importante de la propia modernización” (SZIR, 2007: p18).

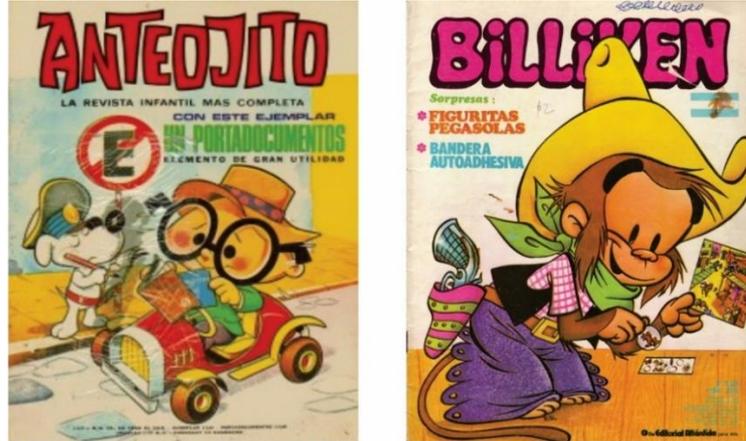
Figura 3 - Capa N° 2 do periódico infantil ilustrado Pulgarcito (1904) e N° 1 da revista Billiken (1919).



Fonte: Biblioteca Nacional da República Argentina.

No decorrer do século XX, o crescimento de publicações no segmento infantil foi em aumento, algumas com maior ou menor sucesso ou com breve tempo de existência, mas todas elas conseguiram dar conta do interesse das editoras -e da sociedade em geral- pelas crianças. A de maior sucesso, como se explicou em parágrafos anteriores é a Revista *Billiken* publicada por Constancio Vigil desde 1919 até hoje (Figura 3), mas teve uma forte concorrente na década de 1960 que foi a revista *Anteojito*, publicada por García Ferré (ex-ilustrador de *Billiken*) entre os anos de 1964 e 2001. Essa revista lançou ao mercado mais de 1900 números, concorrendo diretamente com *Billiken* pela atenção das crianças entre os '70 e os '80, já que os conteúdos das duas visavam auxiliar as atividades escolares. Depois de liderar o mercado na década de 1980, em finais de 2001 *Anteojito* saiu das bancas devido às difíceis condições econômicas da Argentina e à falta de adaptação aos novos tempos dando prioridade ao seu característico estilo nostálgico e tradicionalista (BARBOZA & SAUCEDO, 2013).

Figura 4 - Capas das revistas infantis argentinas Billiken e Antejito dos anos 70.



Fonte: Acervo do autor.

Um achado interessante durante a pesquisa foi a publicação, na Argentina durante a década dos anos de 1970, da revista *Recreo* (Figura 6), uma versão traduzida da *Recreio* brasileira que tinha começado em 1969. Essa publicação quase em reflexo nos dois países deve-se à chegada dos irmãos italianos Césare e Vitor Civita ao continente americano. O primeiro deles se instalou na cidade de Buenos Aires, onde nos começos da década de 1940 fundou a Editorial Abril. No entanto Vitor Civita fez a mesma coisa com a Editora Primavera, que depois se chamaria Editora Abril, fundada em São Paulo em 1950. As duas editoras, ainda que em países diferentes, contribuíram à massificação da literatura nas diferentes camadas sociais, focando na segmentação do mercado e oferecendo publicações específicas como as revistas infantis *Recreio* e *Recreo* e as femininas *Cláudia*.

Figura 5 - Capas das revistas *Recreo* e *Recreio* da década dos anos de 1970.



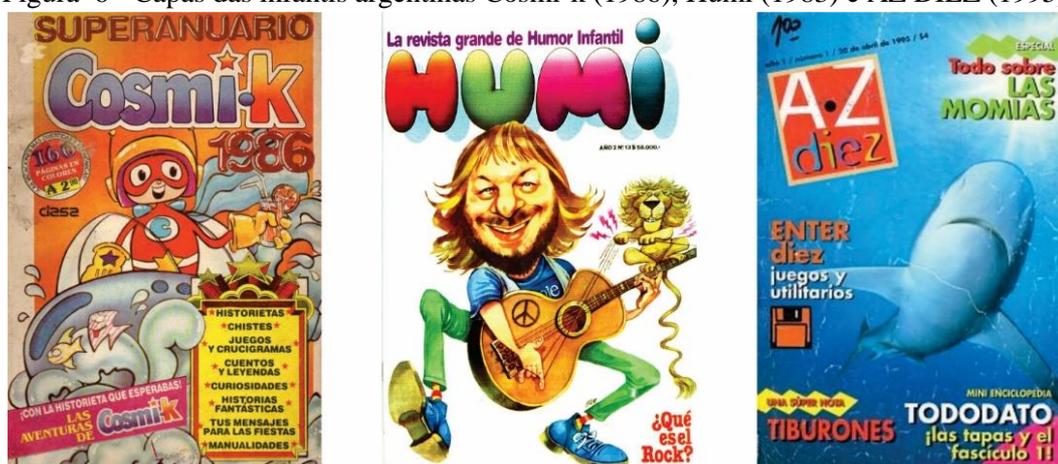
Fonte: Acervo do autor.

Seguindo no percurso, encontramos a dupla de décadas 1980-1990 que é considerada a “*Época Dourada*” das publicações para crianças argentinas, já que outras revistas apareceram no

mercado, embora nunca superassem a liderança de *Billiken* e *Anteojito*. Dentre elas se destacam as revistas a nível nacional *Cosmi-k* (1980), *Humi* (1982-1984), *La Nación de los chicos* (1996), *A-Z Diez* (1995-1999), *Sobrinos al ataque* (1994-1998), *Disney Explora* (1998), *Genios* (1998-atualidade), dentre outras, deixando fora aquelas publicações em nível estadual o regional como *InterCole* (2005-atualidade) publicada exclusivamente em Buenos Aires. Dentre as primeiras merecem um parágrafo revistas como *Humi*, *AZ DIEZ* e *Genios*.

A Revista *Humi* foi publicada entre os anos de 1982 e 1984, sob o selo de Ediciones La Hurraca, com uma frequência quinzenal, apresentada como “a revista grande de humor infantil” em franca concorrência com as tradicionais *Billiken* e *Anteojito*, as quais nunca conseguiu alcançar em números de tiragem. Dessa publicação é importante destacar que tinha como destinatários crianças e não alunos, filhos de leitores da *Humor* (revista da resistência durante a ditadura argentina) cujos interesses eram os jogos e os risos, embora no miolo se apresentassem também artigos destinados a ampliar o capital cultural e apresentar novidades interessantes em todos os âmbitos (ETCHEMAITE, 2006). Nos seus 39 números, a literatura foi protagonista nos seus diversos formatos. Autores como Ema Wolf, Laura Devetach, Leticia Uhalde, Gustavo Roldán, Oche Califa, Silvia Schujer e Graciela Montes publicaram seus textos na revista *Humi*.

Figura 6 - Capas das infantis argentinas *Cosmi-k* (1986), *Humi* (1983) e *AZ DIEZ* (1995).

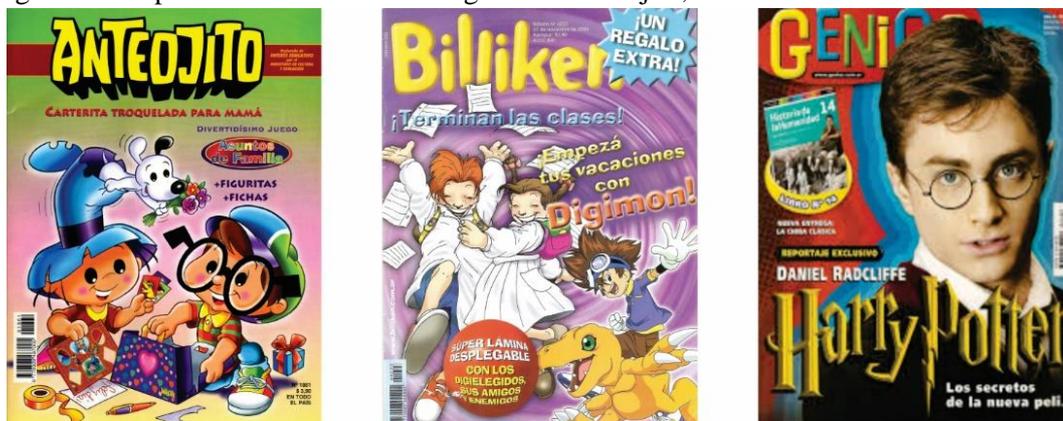


Fonte: Acervo do autor.

Entre os anos de 1995 e 1999, foi publicada a revista *AZ DIEZ*, conhecida como a mais intelectual do gênero infantil, a mais científica, fundada e dirigida por Carlos Silveyra (ex-diretor da *Billiken*). Dirigida especialmente ao público escolar, deu um grande espaço à literatura infantil com conteúdo de literatura universal, historietas clássicas e contemporâneas, folclore argentino e americano, mitologia, teatro, oficinas de escrita literária, contos de crianças, etc.

A última revista argentina a entrar na concorrência pelo público infantil argentino e que continua até hoje, foi a revista *Genios* sob a direção de Pablo Perasso, quem foi ilustrador de *Billiken* e designer de *Humi*. A *Genios*, com o selo do multimídia Grupo Clarín<sup>6</sup>, se apresentou como alternativa cool de fins dos anos noventa atraindo às crianças que acompanhavam as mudanças vertiginosas de hábitos e costumes. A revista trazia surpresas em todos seus números, jogos, enciclopédias; mas, diferentemente de outras publicações atraía ao seu público com muitas novidades, como brindes e sorteios inovadores para a época, como foi a agenda eletrônica.

Figura 7 - Capas das revistas infantis argentinas Antejito, Billiken e Genios dos anos 2000.



Fonte: Acervo do autor.

Barboza & Saucedo (2013) destacam que da longa lista que conforma o gênero editorial *revista infantil* na Argentina três são as publicações que conseguiram se instalar no cotidiano das crianças: *Billiken*, *Antejito* e *Genios* (Figura 7). Essas três se consolidaram como as mais reconhecidas e vendidas no país, surgidas em diferentes contextos (1919, 1964 e 1998 respectivamente) entre diferentes atores e com características próprias que lhes deram a identidade a cada uma. Mesmo assim, as três utilizaram um mesmo esquema editorial que:

[...] se ancorou inexoravelmente ao longo de décadas no calendário escolar, pelo qual todos os 25 de maio saíam imagens do Cabildo (...) e todos 17 de agosto apareciam figurinhas do General San Martín, e quando as figurinhas não foram atração suficiente, somou-se desde um pôster gigante do geral até

<sup>6</sup>O Grupo Clarín, fundado em 1999, é o maior conglomerado midiático da Argentina, incluindo empresas de rádio, televisão aberta e por assinatura, mídias gráficas, conteúdos web, provisão de Internet, entre outros serviços.

um CD interativo que explicava a semana de maio<sup>7</sup> (BARBOZA & SAUCEDO, 2013. p25-26. Tradução nossa).

Esse esquema garantiu, por anos não só a compra das revistas, mas também a fidelidade dos leitores, o que as transformou nas três publicações com mais sucesso da história do gênero editorial infantil argentino. Atualmente o esquema modificou-se, já que *Billiken* nem *Genios* trazem no seu interior o conteúdo educacional que as caracterizou faz alguns anos, mas que ele está diretamente em fascículos colecionáveis que acompanham as publicações. Diversos autores (ETCHEMAITE, 2006; GUITELMAN, 2006; ROJAS, 2009; BARBOZA & SAUCEDO, 2013; SAUCEDO, 2014) concordam sobre essa mudança, que com a ideia do mercado de oferecer à criança produtos inovadores e com uma atraente linguagem visual, as duas revistas deixam de lado o conteúdo educacional para converter-se já não em revistas escolares mas de interesse geral, muitas vezes dirigindo as leituras para outras mídias digitais (jogos, sites, etc.).

Outro fenômeno interessante na construção do gênero foi que, chegada a década dos anos 2000, tanto a revista *Genios* quanto a *Billiken*, lançaram suas publicações para crianças na educação infantil (4 e 5 anos): *Jardín de Genios* (2002) e *La Valijita Billiken* (2004), com frequência de publicação mensal. O sucesso das duas foi tanto que ultrapassaram em circulação as revistas das quais se desprenderam.

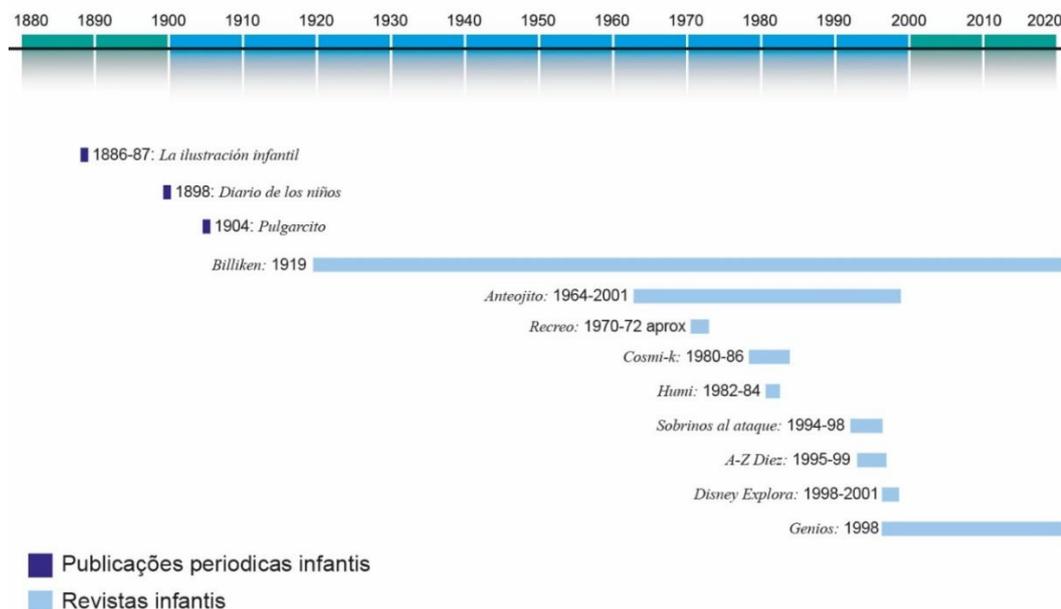
Como Szir (2007) explica, o desenvolvimento do gênero editorial e a aparência gráfica das revistas infantis decorre de diferentes condicionantes como as possibilidades de configuração gráfica, material, de impressão, etc.; o olhar sobre o público alvo; e as decisões de política editorial sobre os conteúdos que se situam em diferentes contextos de publicação e circulação. Na mesma linha, Bontempo (2012) explica que com o aparecimento da revista *Billiken* (e suas antecessoras como *Pulgarcito*) coincidem com a instauração de uma Cultura visual na Argentina que apresentava raízes numa transformada cultura familiar, que se centra nos filhos. Além dessa atenção especial colocada nas crianças, o desenvolvimento do gênero deve-se ainda a dois fenômenos paralelos: a expansão do consumo nas primeiras décadas do século XX e ao mesmo tempo o já mencionado processo massivo de escolarização. A escola constituiu uma

---

<sup>7</sup> “se ancló inexorablemente durante décadas en el calendario escolar, por lo que todos los 25 de mayo salían imágenes del Cabillo (...) y todos los 17 de agosto aparecían las figuritas del General San Martín, y cuando las figuritas no eran una atracción suficiente, se sumó desde un póster gigante del general hasta un CD interactivo que explicaba la semana de mayo.” (BARBOZA; SAUCEDO, 2013. p25-26)

fonte de demanda de materiais escolares, livros e vestuário para crianças, e ao mesmo tempo proliferavam os produtos e serviços exclusivos para público infantil (BONTEMPO, 2012).

Figura 8 - Linha de tempo do gênero editorial revista infantil na Argentina.



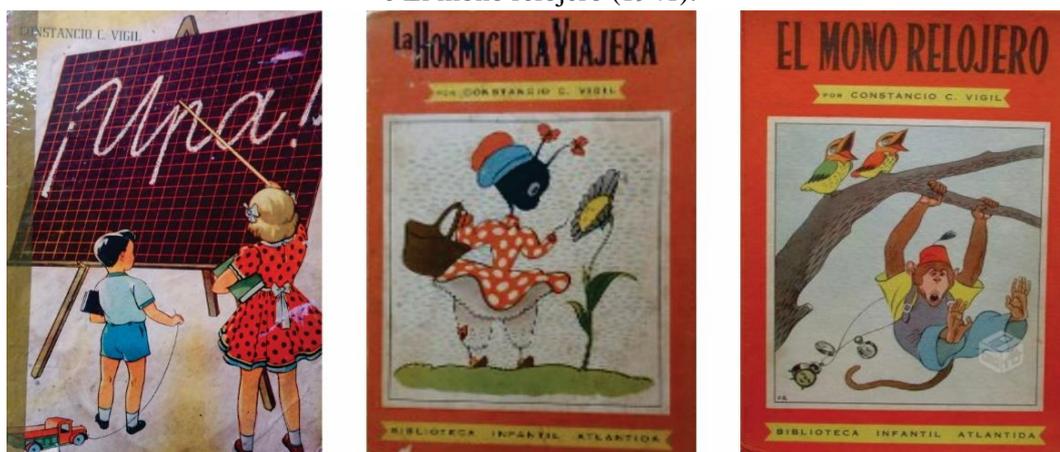
Elaboração própria.

### 2.2.2 Editorial Atlántida, o berço de *Billiken*

Criada em 1918 da mão do empresário, jornalista e escritor uruguaio Constancio Cecilio Vigil (1876-1954) é considerada uma das empresas editoras mais importante da Argentina do século XX. Desde os seus começos, a editora conseguiu criar no cotidiano dos argentinos, hábitos de leitura dos mais diversificados, destacando-se a Revista Atlántida (1918), a feminina Para Ti (1922), a esportiva El Gráfico (1919) e a infantil *Billiken* (1919), todas pioneiras e precursoras em seus respectivos gêneros ou segmentos de audiência. As três últimas são as revistas argentinas mais antigas que continuam publicando-se e viraram líderes de circulação no mercado hispano falante.

Além das revistas citadas, Atlántida ampliou a publicação de numerosos livros escritos até pelo próprio Vigil, alguns dos quais foram de sucesso editorial, como *El Erial*, *La educación del hijo*, *Amar es vivir* e *Las verdades ocultas*. O autor publicou um total de 134 títulos desde 1915, incluindo 50 títulos infantis, segmento no qual conseguiu o maior destaque com publicações como o livro de sucesso para o aprendizado da leitura *¡Upa!* (1939) e os clássicos contos para crianças *La hormiguita viajera* (1927) e *El mono relojero* (1941).

Figura 9 - Capas dos clássicos livros de Constancio Vigil: ¡Upa! (1939), La hormiguita viajera (1941) e El mono relojero (1941).



Fonte: Coleção Particular.

Além das revistas citadas, Atlántida ampliou a publicação de numerosos livros escritos até pelo próprio Vigil, alguns dos quais foram de sucesso editorial, como *El Erial*, *La educación del hijo*, *Amar es vivir* e *Las verdades ocultas*. O autor publicou um total de 134 títulos desde 1915, incluindo 50 títulos infantis, segmento no qual conseguiu o maior destaque com publicações como o livro de sucesso para o aprendizado da leitura *¡Upa!* (1939) e os clássicos contos para crianças *La hormiguita viajera* (1927) e *El mono relojero* (1941).

Após o sucesso das publicações, na década dos anos de 1990, essa editora formou-se como a mais inovadora ao ingressar no mundo digital e lançar os sites webs das suas revistas. Na atualidade, Atlántida publica anualmente mais de 150 livros nos segmentos infantil, jovem e para adultos através da sua División Libros, e no que tange às revistas a editora tem presença no mercado com 9 revistas como *Gente*, *Para Ti*, *Billiken*, dentre outras (Web Editorial Atlántida 2017).

### 2.2.3 A revista *Billiken*

Sob a direção de Constancio Vigil e com o selo da Editorial Atlántida, em 17 de novembro de 1919 foi publicado o primeiro exemplar da revista *Billiken*. Essa publicação marcou e marca ainda os hábitos e costumes das crianças faz mais de 90 anos, como explica Morduchowicz (2010):

[...] Leitura herdada de pais para filhos, ao longo de quatro gerações, faz as relações entre as mídias e a escola, bem como o imaginário político e social

de boa parte da classe média -média alta- da Argentina<sup>8</sup> (MORDUCHOWICZ, 2010: p15, tradução nossa).

Além dessas funções político-educativas, a revista se propunha entreter a esse novo segmento da sociedade que começava a ser reconhecido e valorizado pela mesma e pelo mercado (de roupas, de brinquedos, de livros, etc.).

O nome *Billiken* provém de um pequeno boneco conhecido mundialmente ideado pelo estadunidense Billy Kent, a quem colocou seu próprio nome, e que construiu inspirado em uma antiga lenda indígena que fala dele como o deus da alegria, a bondade e a sabedoria. Vigil retoma o nome e o conceito do boneco para o seu projeto editorial destinado às crianças. Como projeto, a revista se propunha entreter e educar às crianças que começavam a ser escolarizadas, reconhecidas e valorizadas pela sociedade ao mesmo tempo que pelos mercados (de roupas, de brinquedos, de livros, etc.). Sobre isso, Varela (1994) destaca:

[...] Billiken abrange tudo no mundo infantil porque é única e isto implica ocupar todo o campo, abordar todas as matérias, todas as necessidades, todos os públicos com os limites óbvios que a moral e os bons costumes e o bom gosto impõem<sup>9</sup> (VARELA, 1994: p20. Tradução nossa)

Desde o seu primeiro número a revista foi um sucesso, Gociol (2007) diz sobre o contexto de surgimento e circulação de revista:

[...] de belo estilo *Art Nouveau*, a aparição da publicação fundada por Vigil foi possível no contexto de um novo olhar sobre a infância no mundo todo, e sobretudo, devido à formação de um mercado alfabetizado, produto da sanção da Lei 1420, de educação pública, obrigatória e gratuita.<sup>10</sup>(GOCIOL, 2007: p42. Tradução nossa)

---

<sup>8</sup>“Lectura heredada de padres a hijos, a lo largo de cuatro generaciones, forjó tanto la relación entre los medios de comunicación y la escuela, como así también el imaginario político y social de buena parte de la clase media – media alta – de la Argentina.” (MORDUCHOWICZ, 2010: p15)

<sup>9</sup> “Billiken lo abarca todo en el mundo infantil porque es única y esto implica ocupar todo el campo, abordar todos los temas, todas las necesidades, todos los públicos con los límites obvios que la moral, las buenas costumbres y el buen gusto imponen” (VARELA, 1994: p20)

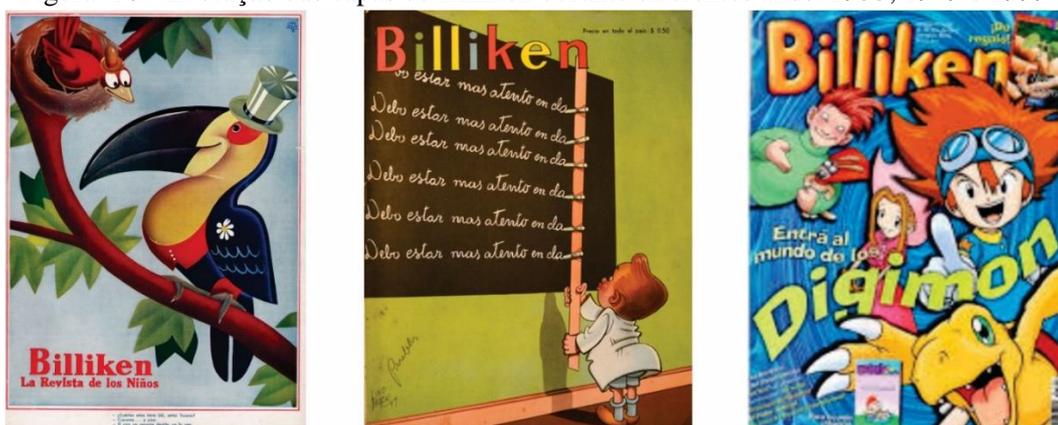
<sup>10</sup> “De bello estilo Art Nouveau, la aparición de la publicación fundada por Vigil fue posible en el contexto de una nueva mirada que venía posándose sobre la niñez en todo el mundo, y sobre todo, debido a la formación de un mercado alfabetizado, producto de la sanción de la ley 1420, de educación pública, obligatoria y gratuita.” (GOCIOL, 2007: p42)

Embora originalmente fosse “a revista das crianças” como estabelecia seu slogan, depois foi considerada uma publicação para a escola e se transformou assim, em mais um material escolar. Dessa maneira, a aventura foi substituída pelo conteúdo adaptado ao calendário escolar argentino, os textos ficaram semelhantes aos textos encontrados nos livros de leitura e a revista alcançou o caráter exemplar que lhe deu um perfil mais popular. A partir disso, *Billiken* continuou o seu caminho, adicionando figurinhas para colecionar, pôsteres das datas pátrias, maquetes para a escola e todo o conjunto de referentes visuais. Esse último material, o gráfico, cumpriu e cumpre um rol fundamental: cercar às crianças de imagens, ilustrações e fotografias, signos e símbolos de uma cultura à qual devem pertencer.

Para o seu 80 aniversário em 1999, *Billiken* se retrata:

[...] Nasceu apontando a um território sagrado: a infância. Teve (tem e terá) duas missões não menos sagradas: educar e entreter. Não menos sagradas, porque quando se educa e se entretêm com armas nobres, se ajuda a construir a alma, o caráter, a sabedoria, a bondade. Não tem ninguém, de norte ao sul, de leste ao oeste, de cidade a confin, para quem a revista não signifique uma forma de emoção o de gratidão...<sup>11</sup> (BILLIKEN, 1999: p5, tradução nossa)

Figura 10 - Evolução das capas de *Billiken* durante diferentes anos: 1933, 1949 e 1999.



Fonte: Acervo do autor.

Com esse duplo objetivo bem claro de educar e entreter, a revista organizou durante anos os conteúdos de uma maneira que eles pudessem complementar a aqueles trabalhados na sala de

<sup>11</sup> “Nació apuntando a un territorio sagrado: la infancia. Tuvo (tiene y tendrá) dos misiones no menos sagradas, porque cuando se educa y se entretiene con armas nobles, se ayuda a construir el alma, el carácter, la sabiduría, la bondad. No hay nadie, de norte a sur, de este a oeste, de ciudad a confin, para quien la revista no signifique alguna forma de emoción o de gratitud...” (BILLIKEN, 1999: p5)

aula, incluindo matérias fixas sobre diferentes temas de utilidade para os alunos nas suas tarefas escolares, respaldando-se principalmente no material gráfico: ilustrações e fotografias. Com o avanço do tempo *Billiken* publicou HQs, contos, personagens de ficção, jogos, curiosidades e chegou até a publicar conteúdos de entretenimento relacionados aos novos produtos culturais para crianças como música, cinema e televisão. Segundo alguns autores (GOCIOL, 2007; GUITELMAN, 2006; BARBOZA & SAUCEDO, 2013) por volta dos anos 1990, entanto *Billiken* modernizava seu design e sua linguagem visual adaptando-se à passagem de século, empobreceu seu conteúdo; processo que tinha começado muito tempo antes com a saída do material escolar e formal, o qual chegava em suplementos, álbuns e CDs interativos fora do miolo da revista. Sobre isso, Judith Gociol (2007) revela:

[...] para o início das aulas do ano 1920, em *Billiken* podem se ver fotos de crianças com fardas levando a revista à escola; o conteúdo era um valor em si mesmo. Agora (2006) o que se leva ao colégio são os acessórios que oferece: a régua, o transportador, a mochila...<sup>12</sup> (GOCIOL, 2007: p45, tradução nossa)

Na atualidade *Billiken* continua sendo impressa pela Editorial Atlântida, porém, esse ano com uma periodicidade mensal devido ao contexto econômico da Argentina. A revista longe de ser a ferramenta escolar nascida nos anos 1920, hoje apresenta conteúdos relacionados à crescente indústria cultural infantil.

#### **2.2.4 A revista infantil no Brasil**

Da mesma forma como acontece na abordagem do segmento infantil na Argentina, o gênero editorial no Brasil teve a sua origem numa forma e conteúdo que pouco tem a ver com a *revista infantil* atual. Como Cavalari Menna (2013) afirma, ainda existem lacunas quando se pesquisa a relação entre imprensa e literatura infantil do país. Nesse sentido, a autora considera que a formação e a história da literatura infantil devem muito aos impressos periódicos infantis impressos no Brasil.

Para começar uma revisão da configuração de gênero é preciso auxiliar-nos em outras áreas de pesquisa como a já mencionada literatura infantil, o jornalismo infantil e as histórias em

---

<sup>12</sup>“Para el inicio de las clases del año 1920, en *Billiken* pueden verse fotos de niños con delantal llevando la revista a la escuela; el contenido era un valor en sí mismo. Ahora lo que se lleva al colegio son los accesorios que ofrece: la regla, el transportador, la mochila...” (GOCIOL, 2007: p.42)

quadrinhos (HQs). Marisa Lajolo e Regina Zilberman (2007) desde a área da literatura infantil, reconhecem o valor da mídia impressa, mas não como espaço de produção literária. As autoras destacam a revista *O Tico-Tico* como um relevante exemplo de divulgação das histórias em quadrinhos que contribuíram através de suas personagens à conformação do imaginário e a Cultura Visual brasileira. No entanto, Furtado (2013) e Varão & Benfica (2009) desde o campo do jornalismo relatam a história da imprensa infantil através do estudo de suplementos e revistas destinadas às crianças surgidas no século XIX com o objetivo de fortalecer a imagem da escola e do país. Nesse sentido, a primeira publicação apontada por Furtado (2013) é *O Jornal da Infância*, publicada no 14 de abril de 1898 com inspiração da publicação francesa *Les Journaldes Enfants* (1934).

A já mencionada *O Tico-Tico* (Figura 11) é considerada a mais importante revista para crianças no início do século XX. Lançada no Rio de Janeiro em 11 de outubro de 1905 pela Sociedade *O Malho*<sup>13</sup> com a ajuda do cartunista e pioneiro das HQs Angelo Agostini. A revista, cujo nome homenageava ao passarinho tico-tico, foi publicada até 1962 com uma tiragem que variou entre 20 mil e 100 exemplares (ALI, 2009). No seu conteúdo se apresentavam contos, poemas, mitos, suas características HQs e ainda os leitores participavam da revista com fotos, desenhos e textos que eram enviados à redação. Essa participação indicou uma primeira diferenciação das revistas com respeito aos livros infantis (FURTADO, 2013). Com textos assinados por Cardoso Júnior, Coelho Neto, Olavo Bilac, Murilo Araújo, Catulo da Paixão Cearense, Bastos Tigre, Max Yantok (Nicolau Cesarino), Wenceslau Semifusa, Humberto de Campos, Oswaldo Orico, Galvão Queiroz, Josué Montello, Leonor Posada, entre outros, a revista consolidou o seu caráter infantil e influenciou a formação de mais de pelo menos três gerações de brasileiros. Com a chegada da década dos anos de 1940 começou o que se converteu na posterior decadência da revista, devido entre outras coisas, ao surgimento de revistas HQs, no estilo de *comic books* americanos que se converteram em fortes concorrentes.

Um parágrafo aparte merece nesse percurso Monteiro Lobato na história do gênero infantil no Brasil, tanto no que refere a literatura sendo seu campo de atuação quanto a influência que exerceu sobre os gêneros jornalísticos e fantásticos presentes nas publicações para crianças. Lobato foi o fundador da Editora Monteiro Lobato e mais tarde da Companhia Editora Nacional, que impulsionou o movimento editorial brasileiro, já que antes dele, todos os livros eram

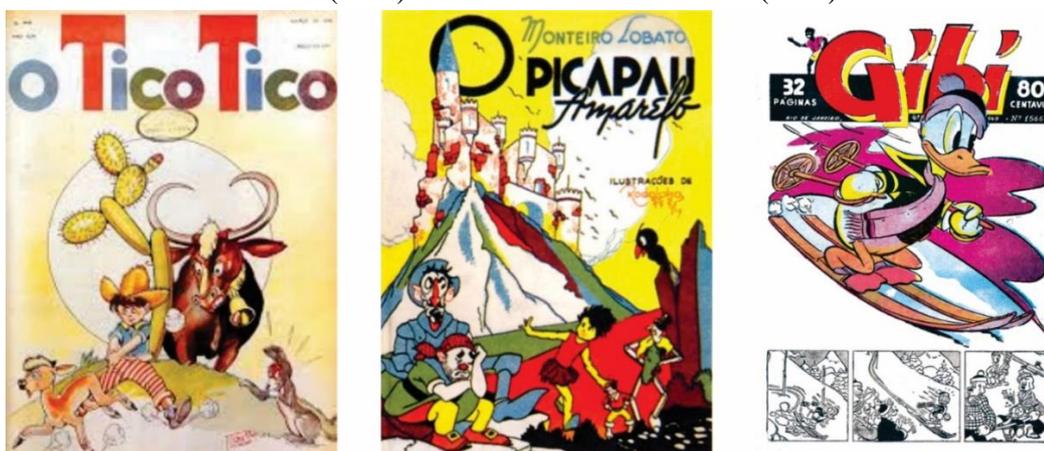
---

<sup>13</sup>Editora da revista *O Malho*, fundada em 1902 por Crispim do Amaral, existiu até o ano 1954. De tom debochado, criticava os políticos e a sociedade da época.

impressos em Portugal. Sua relação com o gênero infantil fincava em acreditar na inteligência das crianças e o seu papel no mundo, por isso criou um universo para a criança enriquecido pelo folclore buscando o nacionalismo na ação das personagens que refletiam na brasilidade, na linguagem, comportamentos e na relação com a natureza.

Furtado (2013) explica que Lobato incluiu em suas histórias uma nova forma de tratar a realidade para as crianças que influenciou as produções jornalísticas e de ficção infantis que vieram depois. O grande escritor e ensaísta também valorizou o folclore nacional, através de inesquecíveis livros como *Urupês* (1918), *Reinações de Narizinho* (1931), *História do mundo para as crianças* (1933), *Caçadas de Pedrinho* (1933), *Histórias de Tia Nastácia* (1937), *O Picapau Amarelo* (1939), e a lista é interminável. Paralelamente à produção literária infantil que Lobato inaugurou e impulsionou, Furtado (2013) explica que as décadas de 1930 e 1940 foram marcadas pela grande produção de HQs de super-heróis. Para o ano 1939, se destaca a revista *Gibi*, que se apresentou como a opção inovadora e popular da época. Tal foi o sucesso da revista que o nome passou a denominar qualquer tipo de HQ.

Figura 11 - Capa N° 1448 da revista O Tico-Tico (1905), do livro O Picapau Amarelo de Monteiro Lobato (1939) e do N° 1565 da revista Gibi (1949).

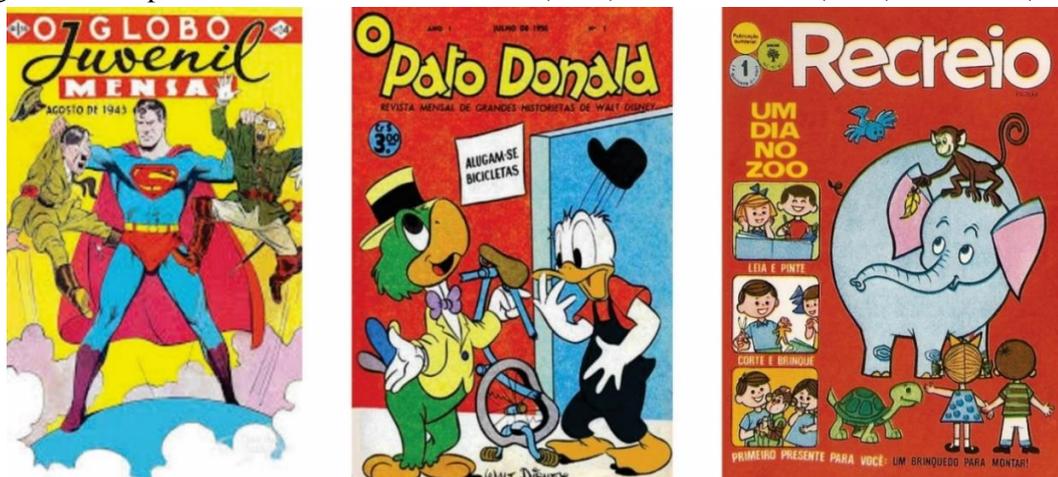


Fonte: Web.

Ao mesmo tempo, cabe destacar também nesse período o nascimento dos suplementos semanais infantis que acompanhavam os jornais como o *Suplemento Juvenil* (Figura 12), lançado em 1934 por Adolfo Aizen. Essa publicação trazia para os seus leitores os mencionados HQs de heróis, textos e contos liderando o segmento. Esse sucesso durou até 1937 quando foi publicado o seu maior concorrente, *O Globo Juvenil* a primeira aposta da Editora Globo numa revista. Dirigida por Roberto Marinho, com conteúdo similar ao suplemento anterior como contos, curiosidades, fábulas, etc. Um ano depois seria publicado *O Globinho* suplemento voltado para

o público infanto-juvenil que circulou por 75 anos. A última edição, em papel, saiu em junho de 2013 e a partir de essa data converteu-se ao formato digital de blog.

Figura 12 - Capas das revistas O Globo Juvenil (1943), O Pato Donald (1950) e Recreio (1969).



Fonte: Web Editora Abril.

A *Revista do Sesinho* (Figura 13) é um tipo de publicação periódica que foge do padrão de HQs e contos para crianças do momento, publicada em 1947 pelo Serviço Social da Indústria (Sesi) e interrompida em 1960. A revista faz parte da metodologia de ensino das escolas da Rede Sesi, é utilizada na escola como material educacional além de trazer histórias e passatempos. O nome refere à personagem principal da revista que vive diferentes aventuras que veiculam conteúdos culturais e educacionais. Após 35 anos sem ser publicada, a *Revista do Sesinho* voltou em formato digital (CD) até ser relançada em papel em 2001.

Um outro tipo de *revista infantil* que circula no país com periodicidade mensal e *Nosso Amiguinho* (Figura 13), publicada pela Casa Publicadora Brasileira, pertencente à Igreja Adventista do Sétimo Dia. Lançada em 1952, a revista circula até hoje trazendo histórias, experiências, receitas saudáveis, brincadeiras, curiosidades e atividades focando nos bons valores que a igreja prega. Tal foi o sucesso da revista que em 1986 passou a ser publicada em Portugal e ganhou sua versão americana em 2010, *My Best Friend Magazine*.

O lapso de tempo entre as décadas de 1950 e 1960 assistiu à consolidação das revistas exclusivamente de HQs, com destaque para autores como Ziraldo e Mauricio de Souza com *Histórias do Pererê* e *Turma da Mônica*, respectivamente. Essa última nasceu em 1959 como tirinhas de jornal, na qual apareciam as personagens de Bidu e Franjinha. Já a partir da década de 1960, o cartunista deu vida a Mônica e Cebolinha, que entre 1960 e 1963 passaram a ser os

protagonistas. Desde 1970, na forma de revista de HQs, as personagens foram publicadas por editoras como a Abril, a Globo e Panini Comics, somando quase 2.000 revistas já publicadas para cada personagem. A *Turma da Mônica* (Figura 13) tem atualmente gibis e outros produtos licenciados em mais de 30 países e em 14 idiomas, sendo que a marca foi expandida para outras mídias ao longo dos anos, em diferentes produtos da indústria cultural infantil como livros, brinquedos, discos, CDs, jogos eletrônicos, entre outros. Segundo alguns autores como Scalzo (2003), nenhuma publicação além da Turma da Mônica teve sucesso, tampouco longevidade, do ponto de vista do mercado principalmente por ausência de um plano editorial bem definido.

Figura 13 - Capas das revistas *Nosso Amiguinho* (2010), *A Revista do Sesinho* (2016) e da revista de HQs *Turma da Mônica* (2010).



Fonte: Webs das revistas.

Não foi até o ano de 1969 que o gênero editorial *revista infantil* começou a se modelar timidamente nos parâmetros atuais da imprensa infantil atual. A inauguração chegou com a publicação da revista infantil *Recreio*, sob o selo da Editora Abril, que já tinha colocado a sua atenção nas crianças com a publicação dos quadrinhos de *O Pato Donald* em 1950 (Figura 12). Cavalari Menna (2013) reconhece o papel fundacional da revista ao descreve-la como “um periódico que contribuiu significativamente para a divulgação da literatura infantil que surgia: a revista *Recreio*” (CAVALARI MENNA, 2013: p3). A combinação de funções de educar-divertir, o baixo custo e a forte proposta visual, transformaram a revista num sucesso de público durante a Ditadura Militar. A revista publicou o seu último número em 1982.

Com um perfil totalmente diferente às publicações já mencionadas, encontramos a revista *Ciência Hoje Das Crianças*, primeira revista brasileira sobre ciência direcionada exclusivamente ao público infantil. Publicada por primeira vez em 1986 sob direção do Instituto

Ciência Hoje<sup>14</sup> visando despertar a curiosidade das crianças sobre a ciência reconhecendo-a no cotidiano e convidando a conhecê-la de forma divertida. No seu conteúdo, e da mão das mascotes dinossauros Rex e Diná, os leitores encontram matérias referidas ao passado do planeta, animais em extinção, o futuro, experimentos, jogos, curiosidades explicadas por cientistas, etc. A revista constituísse até hoje numa importante fonte de pesquisa para crianças e professores marcando presença nas bibliotecas de mais de 60 mil escolas públicas do Brasil, como indica o seu site.

Figura 14 - Capas das revistas Ciência Hoje (2011), Gênios (2005) e de Disney Explora (1999).



Fonte: Webs das revistas.

Depois de duas décadas sem grandes movimentos no mercado brasileiro de revistas infantis, *Recreio* apareceu no cenário em março do ano 2000 novamente sob o selo da Editora Abril. Com uma proposta totalmente renovada, a revista se apresentou para as crianças como uma ferramenta, mais que educacional, de entretenimento entre os mais diversos produtos culturais infantis. *Recreio* voltou às bancas com uma nova proposta gráfica e de conteúdo, relacionando-se com as mídias digitais e oferecendo gêneros informativos, passatempos e tirinhas que fugiam do estilo da primeira fase de finais dos anos 60.

Furtado (2013) aponta que depois do período de Monteiro Lobato e dos poucos autores infantis que surgiram no Brasil durante aquela época, o desenvolvimento do gênero infantil foi prejudicado pela ditadura a partir de 1964, que reprimiu grande parte das manifestações culturais no país. Nesse contexto, a autora coloca a revista *Recreio* em 1969 como responsável pela ruptura de uma forma de escrever e de pensar sobre as crianças durante um período em

<sup>14</sup>O Instituto Ciência Hoje (ICH) é uma organização privada, sem fins lucrativos, voltada à divulgação científica no Brasil. É responsável pela publicação das revistas *Ciência Hoje* e *Ciência Hoje das Crianças*, dos sites CH Online e de diversos livros.

que a literatura, o jornalismo e a mídia infantil -como o resto da cultura- eram controladas pela ditadura militar.

Uma primeira coincidência encontrada com o gênero editorial da Argentina é a publicação da revista infantil *Gênios* no ano 2005 e sua republicação em 2008. Por iniciativa da Zero Hora, juntamente com o estado de São Paulo e o Jornal do Brasil, essa revista esteve inspirada na versão argentina editada pelo jornal Clarín. O público-alvo de *Gênios* era formado por crianças de 6 a 11 anos e os seus conteúdos estavam orientados para o aprendizado escolar e o entretenimento infanto-juvenil. Através de seções como notícias da semana, jogos, lançamentos em música, cinema, teatro e artes plásticas, cartas de leitores, entre outras, a revista pretendia ganhar o mercado infantil. Seguindo o esquema da versão argentina, um dos diferenciais da *Gênios* podia ser observado em cada publicação, pois era acompanhada de um colecionável suplemento escolar, visando transformar a experiência do aprendizado em algo divertido, misturando diversão com conhecimento.

Mais uma publicação editada no Brasil que teve um reflexo na Argentina é a revista *Disney Explora* colocada no mercado entre 1999 e 2001 pela Publifolha, uma editora do Grupo Folha. Assim como a *Gênios*, a revista era publicada principalmente em São Paulo junto ao jornal paulista da Publifolha, mas foram lançadas ainda versões na Bahia e no Rio de Janeiro por outras editoras. A *Disney Explora*, seguindo o modelo da sua versão argentina, mas também da *Recreio*, oferecia aos leitores assuntos dos mais diversos temas como música pop, natureza, seriados de TV, desenhos animados, games, celebridades infantis e toda uma cultura midiática voltada à infância brasileira.

Na atualidade, no formato impresso, além dos suplementos de jornais para crianças, existem poucas revistas infantis no Brasil. A revista *Recreio* era a única com periodicidade semanal até o ano 2015 que passou a ser mensal como a *Ciência Hoje das Crianças* que atende principalmente aos assuntos da ciência, e as demais revistas, como *A Revista do Sesinho e Nosso Amiguinho* estão vinculadas a instituições, educativas e religiosas respectivamente.



(2000) e *Exame* (2000). A Editora Abril, junto com a Abril Gráfica, a Casa Cor e a DGB holding de distribuição e logística formam parte do Grupo Abril. Esse grupo, destaca-se desde 2013 no Brasil na produção de conteúdo em diversas plataformas, que levam conteúdo de qualidade aos distintos segmentos de público.

Em 2015, devido a que a família Civita controlava parte do capital da Editora Caras, essa última adquiriu alguns títulos da Editora Abril como as revistas *Aventuras na História*, *Bons Fluidos*, *Manequim*, *Máxima*, *Minha Casa*, *Minha Novela*, *Vida Simples*, dentre outras. Um ano depois, também adquiriu as revistas *AnaMaria*, *Arquitetura & Construção*, *Recreio*, *Contigo!*, *Placar*, *Tititi*, *Você RH* e *Você S/A* todas da Editora Abril.

### **2.2.6 A revista *Recreio***

Como se mencionou nos parágrafos anteriores, *Recreio* apareceu em 1969 da mão da Editora Abril quem marcaria o seu primeiro estilo e a consolidaria como pioneira do gênero editorial infantil. A história da revista é dividida em duas fases, a primeira versão foi publicada entre julho de 1969 a maio de 1982; e a segunda versão, é publicada desde abril do ano 2000, as duas editadas pela Editora Abril até 2015 que passou a ser um título da Editora Caras.

Sob o selo da Editora Abril, *Recreio* era composta majoritariamente por conteúdos educacionais, atividades e histórias literárias do folclore brasileiro. Denominada a “*revista-brinquedo*”, vinha direcionada às crianças em idade escolar, por isso foi adotada como material de acompanhamento educacional em todas as escolas de Ensino Fundamental do Brasil. Entrados os anos 1970, gêneros informativos, como reportagens, entrevistas e mesas-redondas, passaram a ser incluídos na revista.

Sobre os objetivos e o contexto de surgimento, Cavalari Menna (2012) explica que:

[...] com a mesma concepção, de divertir e educar, conforme seu slogan já antecipava: “Leia e pinte, recorte e brinque” ou mesmo a disposição do título na capa com pré e pós acréscimos. Acima, do título, em letras menores encontramos “a revista brinquedo”. Abaixo, em letras miúdas, surge o termo “escolar”: A revista brinquedo *Recreio* escolar. (...) A híbrida função e o baixo custo, acessível à classe média, transformaram a revista em um sucesso de público em plena Ditadura Militar. (CAVALARI MENNA, 2012: p33)

Mais ainda sobre essa primeira fase da mão da Editoria Abril, Ligia Correia (2012) diz:

[...] foi um dos grandes sucessos editoriais destinados ao público infantil e registrou grandes números de tiragem, levando, ao consumidor infantil, histórias de grandes autores brasileiros, curiosidades folclóricas, científicas e de interesse geral, sempre acompanhadas de um brinquedo, fosse no encarte para ser montado ou mesmo um brinde.” (CORREIA, 2012: p7)

A cada edição, as revistas traziam regionalismos típicos de todo o Brasil, como ser histórias, personagens e cenários. O conteúdo era elaborado para também incentivar a relação e proximidade entre pais e filhos, as mães começariam lendo para seus filhos e montando brinquedos em conjunto com eles; depois, os pequenos continuariam sozinhos (CORREIA, 2012). Por isso, a *Recreio* foi considerada por muitos a primeira leitura da criança, aproveitando uma fase na qual a escolaridade estava em crescimento.

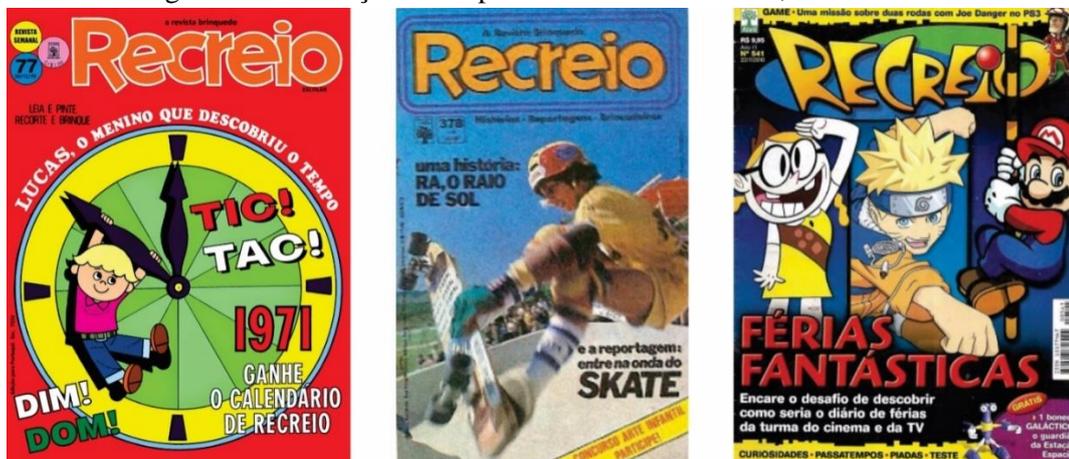
Com um percurso pelos textos e contos de autores como Ruth Rocha e Ana Maria Machado, que escreviam em forma de folhetins que mais tarde tornaram-se livros importantes dessas escritoras; as crianças eram convidadas também a colorir os conteúdos, a armar os encartes para pintar, recortar e colar, montar brinquedos, entre outras atividades. Nessa primeira fase, a revista também teve contribuições de reconhecidos ilustradores como Walter Ono e Helena Alexandrino para suas capas e miolos.

A revista *Recreio* deixou de circular principalmente em razão do contexto econômico do Brasil no início da década de 1980, depois de 453 edições, quando a Editora Abril teve algumas dificuldades estruturais e parte de seus produtos editoriais foram comprados por outras editoras.

Relançada em 2000 novamente pela Abril, *Recreio* voltou às bancas totalmente reformulada com uma nova proposta gráfica e de conteúdos oferecendo aos leitores gêneros informativos, passatempos, piadas e tirinhas deixando ao lado os conteúdos mais educacionais da primeira fase. Correia (2012) explica que a editora estava lançando um produto de entretenimento, e não queria correr o risco de ser considerado chato pela criança ou de entrar no território da escola.

Para isso, foi desenvolvido um modelo chamado sacola: toda semana tinha a revista um brinquedo e ainda um material que ia ajudar na pesquisa para a escola, muitas fontes de informação à disposição desse leitor.

Figura 16 - Evolução das capas da *Recreio* anos 1970, 1980 e 2010.



Fonte: Coleção particular.

Nessa versão mais recente de *Recreio* se apresentaram temas de atualidade, principalmente ligados a produtos culturais como cinema, TV e videogames para compor seu conteúdo informacional. A pesquisadora Baptista Correia (2013) utiliza o exemplo da edição Nº 523 de 2010, onde a utilização do filme “*Como treinar o seu dragão*” serve para introduzir informações sobre os Vikings, e ao mesmo tempo, organiza a publicação desde a capa dando o destaque ao produto cultural. A autora descreve que mesmo com abordagens de temas interessantes:

[...] o destaque da capa e, portanto, a maior parte do conteúdo da edição sempre se destina ao produto cultural que está sendo lançado; nota-se a ausência de espaço para os leitores na construção dos conteúdos. (BAPTISTA CORREIA, 2013: p103)

Como contraexemplo, a autora expõe uma publicação da primeira fase (1969 a 1982), a edição Nº 390 de 1979 onde o destaque estava no aniversário número 10 da revista. No conteúdo o texto convidava ao leitor a se colocar na história da revista como perguntas como “*Você tinha nascido quando Recreio Nasceu?*”, além disso se apresentou uma matéria sobre como se faz a revista, os bastidores, com o objetivo de despertar o interesse da criança pelo processo de construção da revista e convidando a enviar material para ser parte dela. Sobre isto, Baptista

Correia remarca a nítida diferença nas formas de relacionamento da equipe editorial com as crianças leitoras.

Na mesma linha, sobre essa versão do novo milênio da *Recreio* e sua filosofia Mangili (2003) explica que:

[...] O próprio nome *Recreio* já remete ao público alvo e à proposta pedagógica da revista: ele se refere à hora do intervalo escolar, que costumeiramente é a mais esperada durante o período de aulas, pois é onde ocorre a maior interação entre as crianças, que brincam e trocam experiências entre si. (MANGILI, 2003: p1)

Assim, a revista propõe uma forma de aprendizado lúdica e divertida, complementada por um brinde, geralmente brinquedo colecionável que funciona como principal atrativo para as crianças. Sobre essa fórmula característica da revista, Fernanda Santos, sua diretora de redação para o ano de 2010 explica:

[...] RECREIO ensina, diverte, desafia, estimula, surpreende e encanta à criança. Com um conteúdo editorial rico em assuntos que despertam interesse de meninos e meninas, ilustrações exclusivas e infográficos, RECREIO é a porta de entrada da criança no mundo da leitura. (...). Além disso, oferece um pacote de diversão: brinquedo surpresa, sempre vinculado a uma História em Quadrinhos, que compõe uma coleção; e enciclopédia, também colecionável - espaço, animais, grandes curiosidades e língua portuguesa - com assuntos que ampliam o conhecimento e ajudam nas pesquisas escolares. (SANTOS in ABRIL MEDIA KIT, 2010: p2)

Como esquema editorial, embora o público exclusivo sejam as crianças, a revista se apresenta como um pacote para três audiências diferenciadas: para as crianças, através do conteúdo estimulante e educacional e o brinquedo exclusivo; para os professores, com uma linguagem e temas criteriosamente desenvolvidos e de apoio para pesquisas escolares; e para os pais mediante a enciclopédia que amplia o conhecimento e a revista em si, que incentiva a compra e a leitura (ABRIL MEDIA KIT, 2010).

No ano 2010, a revista se vende a si mesma “a RECREIO é mais que uma revista, é um pacote semanal: revista + brinquedo + enciclopédia” (ABRIL MEDIA KIT, 2010: p3). Sobre o pacote

semanal da *Recreio*, o chamado sacola: a REVISTA traz como matéria principal a reportagem sobre um desenho ou filme (animado) da atualidade e já veiculado pela mídia em geral principalmente de natureza audiovisual -seriados, TV, música-. Através do tema de capa se organizam as distintas seções da publicação; o brinquedo ou brinde que fazem parte de uma estratégia de fidelização de que a *Recreio* se vale, mantendo seu público cativo; e finalmente, a enciclopédia que traz conteúdo do Ensino Fundamental brasileiro através de livros fasciculados exploram o tema da coleção com ilustrações, textos e imagens.

Sobre a revista e seus atuais leitores Santos (2010) ao falar do perfil do leitor diz que ele “é curioso, inteligente, dinâmico e participativo. Não para nunca! Ele quer desvendar o mundo e sabe que a *Recreio* é um dos caminhos mais legais e confiáveis para isso” (SANTOS in ABRIL MEDIA KIT, 2010: p6). Na mesma linha, Sales (2013) afirma “considerando que a maioria das capas da revista trata de temas relacionados a outras mídias, o leitor de *Recreio* acompanha essas mídias (...) e dá valor a esses temas.” (SALES, 2013: p40), o que dá conta de como a revista foi mudando os assuntos para produtos culturais infantis como cinema, TV e jogos, entando o conteúdo escolar chega através das coleções.

Entre as principais seções da revista, para o ano 2010, encontra-se: Atualidades, Curiosidades e Mistérios, Entretenimento, Histórias em Quadrinhos, entre outras. Esta estrutura se apresenta sempre fazendo um link com o site que oferece uma maior quantidade de seções: Jogos, Coleções, Fique ligado, Lição de casa, Personagens, TV *Recreio*, Faça você mesmo, Piadas, Blog, Especiais, etc., que com um número maior dão conta das possibilidades da mídia digital por sobre a impressa.

Nessa linha, a revista se apresenta a si mesma “a *Recreio* tem atuação multiplataforma, sempre com soluções interativas e divertidas. São 11 anos de história e a chancela de maior revista infantil do hemisfério sul!” (ABRIL MEDIA KIT, 2010; p9). A característica de multiplataforma se evidencia na diversidade de aspectos que incluem o pacote *Recreio*: revista, especiais (livros e revistas), Internet (sites e redes), eventos (como *Recreio* no Parque em São Paulo), brinquedos e enciclopédias colecionáveis, etc. E o sucesso da marca não acaba já que a *Recreio* estabeleceu diversas parcerias para desenvolver produtos voltados ao público infantil, com destaque em brinquedos como os quebra-cabeças da *Big Star* e o jogo de tabuleiro como o *Jogo CADÊ?*

Para o ano 2016, partindo da liderança da revista no segmento infantil, a Editora Caras lançou um novo empreendimento editorial: a *Recreio Girls*, destinada as meninas também na idade escolar. Na web da revista pode-se ler sobre a nova proposta e a relação com seu público “a revista que vai ser aquela amiga informada, criativa e muito curiosa. Você também vai ficar por dentro de todas as novas tendências de comportamento, moda, beleza, viagem e entretenimento!” (WEB RECREIO, 2016).

Após de ser publicada durante um pouco mais de trinta anos (vinte e sete pela Editoria Abril e desde 2015 pela Editora Caras) foi anunciada a descontinuação da revista mensal *Recreio* para o mês de outubro. Assim como a revista, a Editora Caras anunciou o fechamento do site da revista que tinha se convertido numa mídia que dialogava com o conteúdo da publicação.

### 3 DESIGN

#### 3.1 DESIGN EDITORIAL

O design editorial é a área dentro do design que, segundo Gincaglia (2009) se especializa na “configuração e composição de distintas publicações tais como livros, revistas e periódicos”<sup>15</sup>(GINCAGLIA, 2009, p3. Tradução nossa); e os profissionais envolvidos nessa área procuram:

[...] lograr una unidad harmónica entre o texto, a imagem e a diagramação, que permita expressar a mensagem do conteúdo, que tenha valor estético e que impulse comercialmente à publicação<sup>16</sup>(GINCAGLIA, 2009, p3. Tradução nossa)

Por sua parte, Yolanda Zappaterra (2008) explica que o objetivo do design editorial é comunicar ou transmitir uma ideia ou narrativa mediante a organização e apresentação de imagens e palavras na página. Na sequência explana que uma publicação editorial “pode entreter, informar, instruir, comunicar, educar ou desenvolver uma combinação de todas essas ações”<sup>17</sup>(ZAPPATERRA, 2008: p6. Tradução nossa); e além disso, a autora coloca como função do designer editorial dotar de expressão e personalidade um conteúdo, atraindo e retendo a atenção dos leitores (ZAPPATERRA, 2008).

Para desenvolver um artefato de design editorial, vários são os critérios a serem levados em conta. Uma condição necessária e indispensável é o conhecimento e análise do seu conteúdo. Luciana Anarella (2004) explica que nas publicações impressas o projeto começará desde o interior/miolo até o exterior segundo uma ideia global ou totalizadora. A partir disso, surge de forma imediata a necessidade de organizar o conteúdo segundo formas comunicantes através da diagramação, sem esquecer os valores estéticos e retóricos. Nessa linha, a autora explana:

[...] os elementos que participam do conteúdo são basicamente: o texto (tipografia), a imagem (fotografia, ilustração, etc.) e o campo visual (formato de página). Essas três unidades no podem funcionar independentemente, mas

<sup>15</sup>“en la maquetación y composición de distintas publicaciones tales como libros, revistas o periódicos” (GINCAGLIA, 2009: p3)

<sup>16</sup>“lograr una unidad armónica entre el texto, la imagen y la diagramación, que permita expresar el mensaje del contenido, que tenga valor estético y que impulse comercialmente a la publicación.” (GINCAGLIA, 2009: p3)

<sup>17</sup> “puede entretener, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas esas acciones” (ZAPPATERRA, 2008: p6)

relacionando-se umas com as outras, conseguindo assim infinidade de variáveis nos resultados<sup>18</sup> (ANARELLA, 2004: p1. Tradução nossa)

Desses três elementos, a relação entre os dois primeiros, dentro do terceiro, deve-se apresentar principalmente sob premissas de legibilidade e eficiência visual para o leitor que utilizara o artefato impresso. No que respeita especificamente ao trabalho com a imagem, o texto e o campo visual dentro da revista como peça editorial, Eric Satué (1994) explica que ela trata de:

[...] pôr em página as ilustrações da forma mais atrativa, variada e espetacular que a grid permita; quer dizer, a estrutura interna e finalmente invisível que estabelece livremente o próprio designer para fazer coincidir nela os distintos tamanhos de imagens, as colunas de texto e todos os elementos que aparecem impressos, de tal forma que as páginas continuas guardem uma relação compositiva o mais coincidente possível<sup>19</sup>(SATUÉ, 1994: p149. Tradução nossa)

Para atingir esse objetivo explicado por Satué, o designer tem que se valer dos seus conhecimentos editoriais, tipográficos, morfológicos, estéticos e de legibilidade. Assim por exemplo, a capa terá o impacto desejado, as manchetes serão originais e legíveis, as imagens apresentem novidade a cada número e ao mesmo tempo familiaridade para ser reconhecidas, características apontadas por Fetter (2011) no ponto 2. Deve-se ter em conta também os elementos variáveis e fixos da revista que lhe darão a sua identidade: a *grid*, o logotipo, o *layout*, o formato, a paleta de cores, as tipografias e suas variáveis, o uso das imagens, estruturação do campo visual, hierarquias, etc.

### 3.1.1 Configuração material da revista

Não existe atualmente uma classificação que condense todos os componentes de uma peça de design editorial, já que entre os distintos tipos (livro, jornal, revista, catálogos, etc.) existem diferentes gêneros (ficção, científicos, interesse geral, infantil, etc.) e todos com características diferentes. Mas, para os fins práticos dessa pesquisa, foram retomados e adaptados ao nosso

---

<sup>18</sup> “Los elementos que participan del contenido son básicamente: el texto (tipografía), la imagen (fotografía, ilustración, etc.) y el campo visual (formato de la página). Estas tres unidades no pueden funcionar independientemente, sino relacionándose unas con otras, logrando así infinidad de variables en los resultados.” (ANARELLA, 2006: p1)

<sup>19</sup> “poner en página las ilustraciones de la forma más atractiva, variada y espectacular que le permita la retícula; es decir, la estructura interna y finalmente invisible que establece libremente el propio diseñador para hacer coincidir en ella los distintos tamaños de las imágenes, las columnas de texto y todos los elementos que aparecen impresos, de tal manera que las páginas continuas guarden una relación compositiva lo más coincidente posible.” (SATUÉ, 1994: p149)

objeto de estudo, a revista, alguns dos componentes apresentados por Andrew Haslam (2007) para a peça editorial livro. Partindo das categorias explicadas pelo autor, foram aplicadas à configuração da revista no volume como um todo, à página como elemento básico e ao respeito do formato.

#### • **Volume**

Conforme Haslam (2007) os componentes do volume (ou número no caso da revista) são:

- Capa: revestimento de papel, cartão ou outro material que é colado, grampeado ou costurado ao miolo;
- Quarta capa: verso da capa;
- Lombo/lombada: onde as páginas são grampeadas, coladas ou costuradas (dependendo do tipo de encadernação usado);
- Folhas: conjunto de duas páginas geralmente numeradas com algarismo ímpar na frente e par no verso;
- Miolo: conjunto de páginas interiores que conformam a publicação.

#### • **Página**

A página é a unidade de medida da revista, entre as suas características encontramos:

- Frente: Páginas do lado direito da revista;
- Verso: Páginas do lado esquerdo da revista;
- Página única: folha única encadernada à esquerda;
- Página de frente: página direita quando a revista está aberta (sempre ímpar);
- Página espelhada: duas páginas (sempre par e outra ímpar) onde o material impresso ocupa as margens internas como se fosse uma página única;
- Cabeça: Superfície superior da página;
- Pé: Superfície inferior da página.

#### • **Formato**

Este elemento é determinado pela relação entre a altura e a largura da página. Segundo Haslam (2007), esse termo é algumas vezes utilizado erroneamente, fazendo referência a um determinado tamanho da publicação. Quer dizer, revistas de diferentes dimensões podem compartilhar um mesmo formato. O autor explica que as publicações são geralmente projetadas em três formatos principais:

- Paisagem, formato cuja altura de página é menor que a largura;

- Retrato, quando a altura é maior que a largura;
- Quadrado, altura e largura em igual dimensão.

Para continuar com a configuração material da revista trazemos também características de configuração material como sistemas de impressão e tipos de acabamento.

#### • **Sistemas de Impressão**

São as técnicas ou tecnologias de impressão que permitem fixar textos e imagens sobre o papel, podendo ser:

- Offset: Sistema de impressão que consiste em aplicar uma tinta sobre uma prancha metálica e copiar sobre diferentes suportes. Ele é um dos processos mais utilizados por sua versatilidade e excelente qualidade.
- Rotogravura: Processo de impressão direta, cujo princípio é a rotatividade das impressoras. É um processo pouco rentável para pequenas tiragens, mas se conseguem resultados de alta qualidade e versatilidade.
- Além dessas, existem outros sistemas de impressão, como o laser, a flexografia, a tampografia, etc., menos utilizados para a impressão de revistas de grande tiragem.

#### • **Tipos de Acabamentos**

São as técnicas ou processos de acabamentos nas superfícies de impressão, geralmente nas capas, para atrair o olhar do comprador de maneira diferenciada. Atualmente os processos mais utilizados a laminação, o verniz, o verniz UV, a plastificação, o *hot-stamping*, a serigrafia e os relevos seco e americano. Além desses aplicados sobre o papel, temos o corte (faca) que permite através do uso de uma matriz o corte numa área específica, fora dos padrões em esquadro que brinda uma guilhotina.

#### **3.1.2 Estrutura e navegação**

No que diz respeito à estrutura, da mesma forma que com a configuração e formato, concordo Leslie (2003) não existe uma forma única de publicação, porque as possibilidades de formato, navegabilidade, diagramação e impressão dependem dos circuitos de publicação, das características próprias do gênero editorial e dos objetivos da própria revista. Mesmo assim, para os fins dessa pesquisa, foram retomadas características explanadas por Horacio Gorodischer (2009) para a estrutura geral de uma revista. A primeira divisão que o autor faz é entre as partes exterior e interior da publicação: na parte exterior ele coloca a capa, o lombo (caso haver) e a quarta capa; já na parte interior, coloca o miolo com as páginas.

### Parte exterior da revista

Na parte exterior, o autor coloca a capa, o lombo (caso haver, dependendo da encadernação) e a quarta capa.

- **Capa:** Segundo Zappaterra a capa é “a primeira parte e a mais importante de qualquer publicação na que se tem que estampar a imagem de marca e os valores associados a ela”<sup>20</sup> (ZAPPATERRA, 2008: p29. Tradução nossa). Esse elemento é o primeiro que o leitor vê e por isso a sua função é gerar impacto apresentando o mais significativo da revista e ao mesmo tempo transmitindo os valores em ela veiculados. O objetivo principal da capa es atrair a atenção do cliente, seja ele leitor habitual como potencial. A imagem é o primeiro do que se serve o design para conseguir isso, mas não é o único elemento a sua disposição, já que um estratégico uso dos textos também permite essa atração do leitor. Sobre as responsabilidades da capa de uma revista, ela deve ser muitas coisas para muitas pessoas: chamativa e sobressair entre as concorrentes do gênero ou segmento; familiar para os seus leitores habituais; atrativa para os novos ou potenciais leitores; distinta de suas predecessoras para se amostrar como nova; expressão do caráter da editora; expressão do caráter do número atual (conteúdo); e finalmente, sedutora para que os potenciais leitores se interessem pelo conteúdo (ZAPPATERRA, 2008).

Nas capas também intervém o formato (características do tamanho, forma e design), logotipo e elementos fixos (slogan, data, preço, código de barras), imagens e textos (titular da portada e outros titulares). Esses elementos são combinados de diferentes formas dependendo o tipo de revista. Zappaterra (2008) propõe três tipos diferenciados de capas, que se valendo desses elementos, se diferenciam entre:

- **Capas Figurativas:** Esse é o exemplo mais tradicional de capa da revista, como quando se utiliza uma fotografia de um rosto para gerar expressividade. Outros exemplos são a utilização de figuras em movimento para comunicar sensações como aventura ou diversão, ou um corpo na sua totalidade para mostrar flexibilidade. Mas esse tipo de capa não se esgota nas fotografias, porque técnicas como a ilustração permitem uma incorporação melhor do texto e têm a capacidade de transmiti-lo com maior tato. Já a montagem e a colagem, somam uma nova dimensão, a metáfora, à portada figurativa conseguindo novos significados e leituras.

---

<sup>20</sup>“la primera parte y la más importante de cualquier publicación en la que hay que estampara la imagen de marca y los valores asociados a ella” (ZAPPATERRA, 2008: p29)

- **Capas Abstratas:** São um tipo de capa menos frequente, porque as revistas na sua maioria dependem das vendas nas bancas de jornais e por isso, devem transparentar o conteúdo figurativamente. Respondem, segundo Zappaterra (2008), às revistas que podem se permitir não incluir nenhum ou quase nenhum tipo de titular ou manchete na capa já que a visibilidade na estante não é um condicionante de compra. Essas portadas dão maior liberdade ao design, mas como contrapartida deve se manter uma imagem de marca e seus valores de forma clara e inconfundível.

- **Capas Baseadas em Texto:** Esse tipo é o menos comum entre as publicações atuais. Zappaterra (2008) explica que não há dúvida que podem funcionar, mas numa cultura tão voltada ao visual como é a atual, a utilização de capas baseadas só em texto é mínima.

Uma outra forma de classificar as capas da revista é a proposta por Gorodischer (2009) segundo a apresentação ou não de informação sobre o conteúdo da publicação:

- **Capas Explicativas:** Aquelas nas que se expõem alguns titulares, como forma de resumo do conteúdo ou se expõe a matéria principal (ou de capa) do número.

- **Capas Cegas:** São as que aparecem com menor frequência, geram impacto com a não informação. Nesses casos a informação que se apresenta é mínima, quase inexistente.

A capa não só diz coisas sobre a revista e a editora, mas também que etiqueta ao consumidor que a compra e a consume. Zappaterra (2008) coloca nessa linha que ela:

[...] É o componente da revista que trabalhará sem descanso para o benefício da editora, seja ao estar exposta nos quiosques, onde concorrerá por se distinguir e transmitir sua mensagem entre a concorrência, ou depois da compra, quando continuará vendendo os valores da marca num âmbito mais reduzido, o do comprador e vários possíveis leitores de um exemplar.<sup>21</sup>  
(ZAPPATERRA, 2008: p29. Tradução nossa)

---

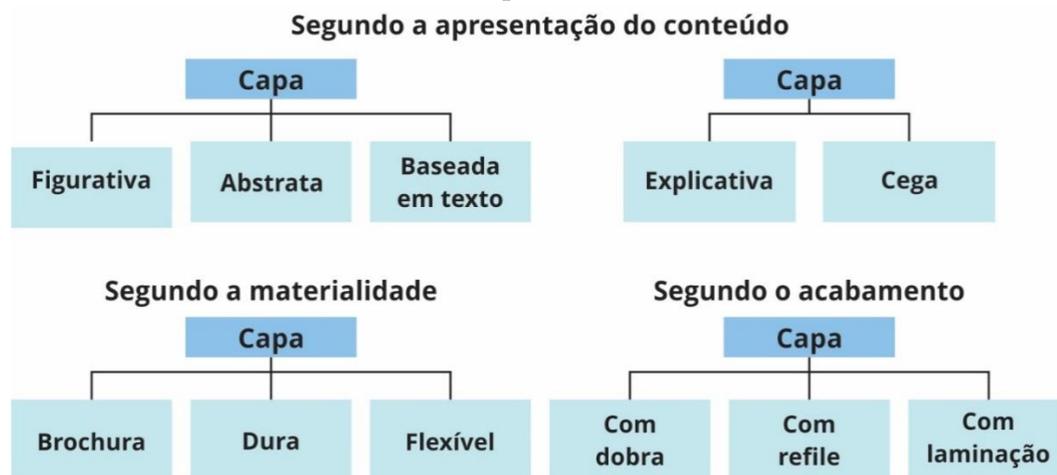
<sup>21</sup> “Es el componente de la revista que trabajará sin descanso para el beneficio de la editorial, ya se al estar expuesta en los kioskos, donde competirá por distinguirse y transmitir su mensaje entre la competencia, o después de la compra, cuando continuará vendiendo los valores de la marca en un ámbito más reducido, el del comprador y varios posibles lectores de un ejemplar.” (ZAPPATERRA, 2008: p29)

Para Crowley (apud ARESO 2008) as capas tentam conectar com nossos sonhos, valores, expectativas e necessidades. Não é surpreendente que aspirem a tomar forma quase humana: nos “falam” com os titulares, e que se encarnam em pessoas e personagens que nos olham direito, ainda seja através dos olhos de uma fotografia. Muito disso tem a ver com o design da capa, não só como processo artístico, mas também estratégico e racional, já que a partir dela se estabelecem a marca, os valores, e a personalidade da revista como do leitor.

No tocante à configuração material das capas encontramos três tipos dependendo a dureza (OLIVEIRA, 2016): **capa tipo brochura**, **capa dura** e **capa flexível**, que são utilizados dependendo o gênero da revista, a periodicidade da chegada de um novo número e o caráter colecionável da publicação. Já, os tipos de acabamento, podem ser **refile**, **dobra** e **laminação**, que igualmente a dureza dependem do projeto gráfico e a proposta editorial. Essas características da capa, junto com as imagens, os textos e a diagramação, dão à publicação suas características de identidade.

A denominação capa, inclui a já mencionada capa principal e a denomina quarta capa que é considerada o final da revista, geralmente utilizada para anúncios publicitários.

Figura 17 - Gráfico resumo das possíveis classificações e possibilidades de capas apresentadas nesse ponto.



Elaboração própria.

• **Lombo ou lombada:** Esse elemento existirá dependendo do tipo de encadernação usado. Em específico considera-se como a parte da publicação que fica oposta ao corte das folhas, cobrindo a encadernação (BUEN UNNA, 2005). Sobre os tipos de encadernação das peças editoriais, Oliveira (2016) enumera:

- **Encadernação Brochura:** Pode ser fixada com lombada canoa e grampeada em sela ou grampeada lateral;
- **Encadernação Sem Costura/Lombada Quadrada:** realizada com o miolo colado na lombada, sem costura;
- **Encadernação costurada:** Pode ser de dois tipos;
  - 1) Costura em cadernos: a máquina de costura insere fios através da lombada de cada caderno e então utiliza um fio adicional para unir os cadernos e formar o miolo;
  - 2) Costura lateral: os livros são costurados com um fio contido através da lombada e consistem em um único caderno.

Todas as decisões vinculadas à materialização da revista estão condicionadas à utilização das mesmas. No caso das revistas semanais, dado que a velocidade de atualização da informação é rápida (sete dias), geralmente as suas características respondem ao aspecto volátil delas. Em outras palavras, a velocidade de substituição da publicação nas bancas faz que o investimento em papel seja menor, optando por aqueles de baixa gramatura. Não acontece assim com as revistas mensais e bimestrais onde o período de leitura e manipulação é maior, pode ser que também tenham esse benefício as publicações colecionáveis ou edições especiais. Embora essas edições se mantenham para o interior da revista, do qual falaremos nos parágrafos a seguir, é uma característica dos artefatos impressos em geral que a capa seja de gramatura maior ao miolo/interior. Isso deve-se a sua função de proteção das páginas interiores, tanto no transporte quanto na distribuição, condições climáticas, manipulação e conservação da revista.

### **Parte interior da revista**

Seguindo com a divisão que Gorodischer (2009) faz da estrutura da revista, na parte interior, coloca o miolo com as páginas. A organização da informação dentro da publicação está dada pelas diferentes matérias (com suas respectivas aberturas, olhos e fechamentos), as quais estão agrupadas tematicamente através de seções. Quer dizer, dentro de uma revista pode haver uma ou várias matérias de uma mesma seção, e a sua vez, essa seção pode ou não estar em outro número da publicação. O autor faz uma distinção entre elas: as **seções fixas**, que aparecem em todos os números (sumário, staff, variedades, editorial, etc.); e as **seções variáveis**, que como o seu nome indica variam de número a número (especiais, concursos, etc.).

Por sua parte, Zappaterra (2008) explica que toda publicação se divide em diferentes partes, que seguem em linhas gerais, uma estrutura estabelecida para o gênero ao qual pertencem. Ela

explica que no caso das revistas a divisão se organiza em três partes: uma **primeira** dedicada a notícias, uma **segunda** -ou central- destinada aos artigos e matérias principais; e a **terceira** parte -ou posterior- ocupada por informação sobre os conteúdos (críticas, endereços, programação, etc.). A divisão não é estática e as partes vão depender do conteúdo e a proposta conceitual da revista.

Figura 18 - Gráfico resumo das possíveis divisões das seções apresentadas nesse ponto.



Elaboração própria.

Independentemente da nomenclatura para entender a estrutura, toda publicação se divide em diferentes áreas que seguem, geralmente, um formato estabelecido para o gênero editorial ao qual pertencem: as seções. Para os fins dessa pesquisa, apresentaremos de forma genérica as seções que tem maior regularidade de apresentação nas revistas:

- **Conteúdo/Sumário:** Essa seção oferece a informação contida na revista para o leitor, quem lhe dá diferentes usos como buscar a matéria apresentada na portada; explorar todos os conteúdos da edição; encontrar uma matéria específica ou uma seção, entre outros, até não utilizar o sumário para nada. Zappaterra (2008) explica que junto com a capa, constitui o único recurso que guia ao leitor através do conteúdo da revista.

Haslam (2007) explica que por convenção “o sumário ocupa a página da direita, embora páginas duplas espelhadas sejam usadas, ao passo que trabalhos de referência podem exibir um sumário detalhado” (HASLAM, 2007: p102). Na mesma linha, Zappaterra (2008) coincide ao recomendar que o sumário deveria localizar-se na parte direita, no segundo frente da revista (página três) porque é a mais visível depois da portada. É importante que sempre esteja no mesmo lugar em todos os números da publicação, com uma disposição e organização atrativa, clara e de rápida navegação para o leitor. Além disso, o sumário deve destacar os rasgos

individuais da revista e das matérias mais importantes de cada seção mediante a tipografia, as imagens e alguns recursos gráficos como ícones, resumos, caixas, etc. que convidem à leitura. Dependendo a presença ou não desses elementos, segundo Gorodischer (2009), o sumário pode ser de dois tipos:

- **Sumário indicativo:** que amostra só os títulos das matérias e os números de páginas;
- **Sumário explicativo:** no qual ademais do título e número da matéria exporá um resumo e em alguns casos imagens da mesma.

- **Staff:** Nessa seção se apresentam e enumeram os membros da equipe de trabalho da revista ou editora, os postos, nomes e colaborações, no formato de organograma da publicação. Geralmente, o staff compartilha o espaço da página com o sumário ou se localiza na anteúltima página da revista.

- **Editorial:** Onde o editor ou diretor da revista publica uma matéria assinada por ele, sobre algum tema em especial tratado ou não ao interior da revista.

- **Reportagem ou Matéria principal:** É a seção mais importante, o elemento textual fundamental da revista já que através dele se constitui a identidade da publicação. O estilo, conteúdo, imagens são os que fazem destacar a uma revista por sobre as suas concorrentes.

- **Variedades:** Seção na qual se publicam informações breves, localizadas geralmente no final da revista, apresenta assuntos como horoscopo, agenda de eventos, lançamentos de discos, filmes, etc.

- **Publicidades:** São o último grupo de páginas que também determinam o perfil do leitor e o gênero editorial da publicação. Vale salientar que, além do uso do miolo, a maioria das vezes são dedicadas a anúncios a página imediata a capa, a quarta capa e sua antecessora imediata (ZAPPATERRA, 2008). Essas três páginas, são para a publicidade, as mais valiosas porque são a primeira e a última impressão que os leitores terão da revista e também porque algumas vezes revestem um papel com brilho, gramatura maior ou algum tipo de acabamento.

### 3.2 DESIGN DE INFORMAÇÃO

O Design de Informação (ou *InfoDesign*), é uma área do design encarregada de planejar, configurar e gerenciar a informação para a utilização dos usuários. Em palavras de Robert Horn (1999) o Design de Informação pode entender-se como “a arte e a ciência de preparação da informação, possibilitando seu uso pelo homem de maneira eficiente e efetiva” (Horn, 1999: p15).

No entanto, a Sociedade Brasileira de Design de Informação (SBDI) define o campo do InfoDesign como:

[...] uma área do design gráfico que objetiva equacionar os aspectos sintáticos, semânticos e pragmáticos que envolvem os sistemas de informação por meio da contextualização, planejamento, produção e interface gráfica da informação junto ao público alvo. O princípio básico é otimizar o processo de aquisição de informação efetivado nos sistemas de comunicação analógicos e digitais. (Web SBDI, 2016)

Tanto a explanação de Horn quanto a da SBDI e de diversos autores (COSTA, 1998; MIJSENNAR, 2001; COUTINHO, 2006), colocam como objetivo do campo a satisfação de necessidades de comunicação, sob premissas relativas à eficiência e à eficácia. Mas, a definição acima citada da SBDI reúne toda uma dimensão do que é o Design da informação e donde ele pode ser aplicado: os sistemas de informação, abrangendo assim uma gama maior de possibilidades. A partir disso pode-se entender que uma abordagem dos aspectos sintáticos, semânticos e pragmáticos dos sistemas de informação ajudaria a caracterizar um artefato determinado desde uma perspectiva do *InfoDesign*.

Para contribuir no processo de captação da informação, o design transforma dados abstratos e fenómenos complexos da realidade, em mensagens visuais (COSTA, 1998). Essas mensagens, que podemos entender como sistemas de informação, são configurados por meio de distintas metodologias, a fim de se otimizar questões de estrutura, significado e utilização da informação pelos usuários em diferentes contextos.

Costa (1998) explica que visualizar a informação, como estratégia de design, não se baseia só na representação, mas que também na construção de outros sistemas de linguagens baseados em abstrações e simplificações. Na mesma linha, Paul Mijksenaar (2001) explica que, através

da prática do design de informação, o designer tem que lidar com um conjunto de dados, saber como gerenciá-los de maneira eficiente e eficaz para transmitir mensagens específicos. Essa prática, é entendida pelo autor como transversal, porque trabalha com distintos campos como a ilustração, a fotografia, o design gráfico, a psicologia, entre outros, colocando o acento na ideia de multidisciplinaridade.

A diferença do design editorial, o design de informação não tem uma limitação no campo de atuação respeito aos artefatos gráficos que gera. Se o design editorial configura peças editoriais como livros ou revistas, o design de informação constrói sistemas de informação abrangendo um escopo maior de artefatos como um livro didático, um aplicativo de telefone, uma sinalização hospitalar, uma interface lúdica, um instrutivo audiovisual, entre tantos outros sistemas. Em suma, o *InfoDesign* pretende solucionar problemas de informação, ou como explica Mijksenaar, pretende resolver problemas que não são mais que um cuidado análise e gerenciamento de dados, que são a base para qualquer construção de uma informação visual (MIJKSENAAR, 2001).

### 3.3 LINGUAGEM VISUAL

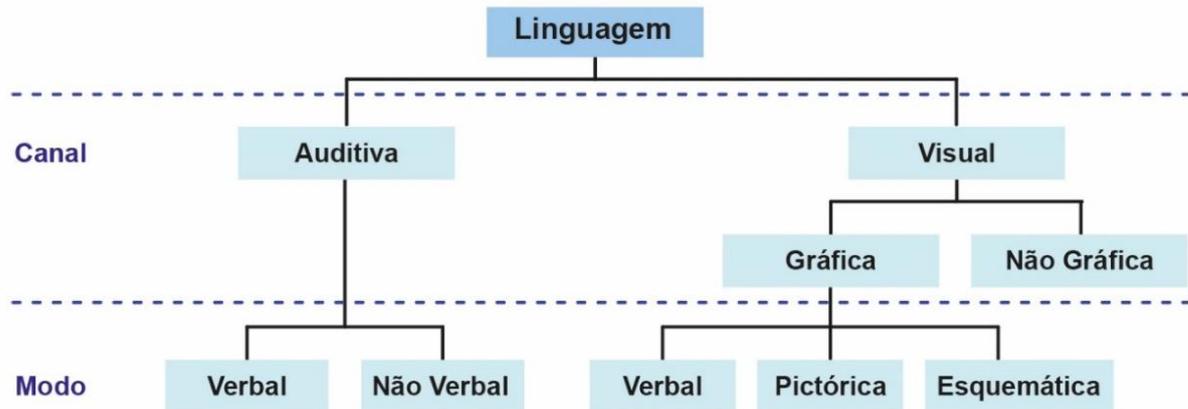
A partir de diversos estudos, e com ênfase nos trabalhos de Michael Twyman (1979, 1982, 1985, 2002) e de Sue Walker (1982, 2000, 2005), a Linguagem Visual começou a ser abordada pelo campo do Design de Informação. Em esses trabalhos, a Linguagem Visual foi observada e estudada considerando os meios e as tecnologias de produção (letrados, manuscritos, impressos, etc.) de forma a encontrar aspectos comuns do seu uso. Ambos autores enfatizam o desenvolvimento dos métodos que utilizamos para articular a Linguagem Visual.

No sentido mais amplo, como se mencionou nos parágrafos anteriores, o *InfoDesign* refere-se à seleção e a apresentação de uma informação específica para uma audiência, esse processo de mediação e organização é o vinculado à Linguagem Visual.

Concordo Twyman (1979), a Linguagem Visual é o médio pelo qual a informação se torna visível para um público. Mas, embora sempre se considere a linguagem em relação ao texto (apenas às palavras), o autor centra-se no estudo da linguagem em relação às imagens da mesma forma que com o texto. Nessa linha, ele definirá que às palavras são parte da linguagem verbal (oral) ou linguagem verbal gráfica (tipográfica ou escrita).

No específico, Twyman estuda a linguagem se propondo resolver algumas questões da linguagem gráfica direcionadas ao design gráfico, conciliando a visão linguística e do design no modelo a seguir:

Figura 19 - Modelo dos tipos de linguagens proposto por Twyman (1979).



O interesse do autor, e dessa pesquisa em particular, centra-se no estudo da linguagem visual e sobretudo da linguagem gráfica. Dentro desse tipo de linguagem Twyman distingue três subtipos:

- **Linguagem Gráfica Verbal:** é a representação gráfica da linguagem falada.
- **Linguagem Esquemática:** está formada por formas gráficas que não incluem palavras, números ou imagens pictóricas (como as tabelas, representações abstratas, etc.)
- **Linguagem Pictórica:** comporta imagens produzidas artificialmente que remetem na estrutura ou aparência a algo real ou imaginário.

A identificação do tipo de linguagem, entre as acima propostas, não depende só das características formais da imagem, mas que deveria se avaliar o contexto do usuário e a circunstâncias de uso. É importante destacar que o modelo proposto por Twyman é um instrumento para dirigir o pensamento e estudo sobre a linguagem e não para defini-lo. Além disso, o autor descompôs a linguagem focando nos aspectos estáticos dele, deixando por fora sistemas informacionais atuais relacionados à multimídia, a televisão, o cinema, etc.

Num estudo posterior, Twyman (1985) discute a forma gráfica como conteúdo informacional e a questão da linguagem pictórica. Para estudar isso, o autor propõe um esquema que pode se utilizar como uma forma de compreender as relações estruturais nos artefatos gráficos. A partir dele,

podemos entender a configuração da linguagem gráfica a partir dos modos de simbolização e os métodos de configuração.

### 3.3.1 Linguagem Gráfica Verbal

Para estudar essa linguagem, Twyman propôs em 1979 um esquema de linguagem gráfica verbal (LGV), com o qual poderia se ter uma visão sintética da amplitude dos recursos que operam num artefato informacional, vinculando os Modos de Simbolização e os Métodos de Configuração.

Figura 20 - Esquema para o estudo da Linguagem Gráfica Verbal proposto por Twyman (1979).

	Linear Puro	Linear Interrompido	Lista	Linear Ramificado	Matriz	Não Linear Dirigido	Não Linear Aberto
Verbal Numérico	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
Pictórico e V. Numérico	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>
Pictórico	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>20</b>	<b>21</b>
Esquemático	<b>22</b>	<b>23</b>	<b>24</b>	<b>25</b>	<b>26</b>	<b>27</b>	<b>28</b>

### Modos de simbolização

Os modos de simbolização indicam de que forma a linguagem é simbolizada, eles podem ser de quatro tipos:

- **Verbal Numérico:** Palavras e números, e conjunto ou separados e suas variáveis como títulos, marcas, corpos de texto, etc.
- **Pictórico e Verbal Numérico:** Combinações de imagens pictóricas com palavras ou números.
- **Pictórico:** Imagens pictóricas, ilustrações, colagens, desenhos de qualquer técnica (analógica ou digital) e fotografias.
- **Esquemático:** Gráficos e tudo o que não for decididamente verbal ou pictórico. Como por exemplo as faixas, retângulos, boxes, listéis para envolver os elementos verbais, molduras retas ou ornamentadas, etc.

### Métodos de configuração

No que respeita aos métodos de configuração, Twyman explica que eles indicam de que forma a informação é organizada no espaço e determinam os modos em que o leitor vai utilizar elas,

seja para ler, olhar, etc. Os métodos se dividem em: **Linear Puro**; **Linear Interrompido**; **Lista**; **Linear Ramificado**; **Matriz**; **Não Linear Dirigido**; e **Não Linear Aberto**.

Assim, para entender o esquema Linguagem Gráfico Verbal, auxiliamo-nos na explicação do autor e os exemplos para cada célula do esquema:

1. **Verbal Numérico / Linear Puro**: A escrita vai se desenrolando continuamente sem interrupções, como no caso de composições caligráficas ou o Disco de Festo (Creta).
2. **Verbal Numérico / Linear Interrompido**: A maneira mais comum de tratamento de texto, dividido no espaço da página como uma revista ou um jornal.
3. **Verbal numérico / Lista**: Se apresentam em cada linha unidades “semânticas separadas”.
4. **Verbal numérico / Linear Ramificado**: As informações se ramificam hierarquicamente como uma árvore genealógica.
5. **Verbal numérico / Matriz**: Cada uma das células de informação se relaciona entre si na vertical e na horizontal, como as tabelas de futebol.
6. **Verbal Numérico / Não Linear Dirigido**: Como os textos destacados em negrito.
7. **Verbal Numérico / Não Linear Aberto**: Como a poesia concreta, neste caso e no anterior, o mesmo Twyman afirma que as diferenças são subjetivas.
8. **Pictórico e Verbal Numérico / Linear Puro**: Como as peças de tapeçaria.
9. **Pictórico e Verbal Numérico / Linear Interrompido**: Como tapeçaria apresentada em livros através de suas páginas ou as histórias em quadrinhos.
10. **Pictórico e Verbal Numérico / Lista**: Como as listas de pictogramas em guias de viagem.
11. **Pictórico e Verbal Numérico / Linear Ramificado**: Como os organogramas ou árvores que amostram a estrutura de uma empresa.
12. **Pictórico e Verbal Numérico / Matriz**: Como as tabelas com texto e imagem.
13. **Pictórico e Verbal Numérico / Não Linear Dirigido**: Como nas publicidades onde a visão do leitor é atraída de diferentes maneiras simultaneamente.
14. **Pictórico e Verbal Numérico / Não Linear Aberto**: Como as fotografias com a epígrafe, onde o usuário escolhe o que localizar.
15. **Pictórico / Linear Puro**: Imagens em linha que não são interrompidas, como a Coluna de Trajano.
16. **Pictórico / Linear Interrompido**: Como as pinturas que formam conjuntos, colocadas em sequência.
17. **Pictórico / Lista**: Lista de pictogramas como os ícones de instruções.

18. **Pictórico / Linear Ramificado:** Ramificações puramente pictóricas.
19. **Pictórico / Matriz:** Comparações de dois elementos.
20. **Pictórico / Não Linear Dirigido:** Como a fotografia e os desenhos.
21. **Pictórico / Não Linear Aberto:** Como a fotografia aérea.
22. **Esquemático / Linear Puro:** Como os mapas e traçados de ruas e estradas.
23. **Esquemático / Lista:** Notações musicais.
24. **Esquemático / Linear Interrompido:** O autor não dá um exemplo dessa categoria.
25. **Esquemático / Linear Ramificado:** Como uma árvore esquemática, como a evolução de uma espécie.
26. **Esquemático / Matriz:** Gráficos com dois eixos, como os gráficos de linhas e de barra.
27. **Esquemático / Não Linear Dirigido:** Diagramas em rede, mapas em forma de rede como os mapas topológicos do metrô.
28. **Esquemático / Não Linear Aberto:** Como os mapas topográficos.

### 3.3.2 Linguagem Esquemática

Twyman (1979) explica a Linguagem Esquemática através da exclusão, os elementos esquemáticos são formas gráficas que não incluem números ou palavras (Linguagem Gráfico Verbal) nem imagens pictóricas (Linguagem Pictórica). Os elementos esquemáticos se expressam através de representações abstratas, setas, linhas, tabelas, boxes, etc. Mesmo que a definição pareça simples, o autor reconhece que existe uma dificuldade para definir os limites entre os elementos pictóricos e esquemáticos porque uma forma gráfica pode funcionar ou variar entre esses dois elementos. Nesse sentido é que o autor destaca que um elemento sempre deve ser observado em contexto.

### 3.3.3 Linguagem Pictórica

Segundo Twyman (1979), um elemento da Linguagem Pictórica é aquela forma gráfica que tem uma relação mesmo que distante, com a aparência ou estrutura de coisas reais ou imaginárias. Essas formas são configuradas com distintas ferramentas, no design principalmente são utilizados dois recursos na composição gráfica: a ilustração e a fotografia. A primeira, segundo Coelho (2009) pode ser entendida como a marca que deixa uma ferramenta sobre um suporte, como por exemplo o lápis sobre o papel. Como técnica a ilustração tem diferentes variantes dependendo a ferramenta empregada. Se for realizada manualmente (lápis, caneta, etc.) é considerada analógica, mas se no processo foi empregado um meio informático (mouse, lápis digital, tablet gráfica, etc.) será do tipo digital. Um outro tipo de ilustração é a colagem, que constrói formas gráficas através combinação de técnicas e elementos de distinta natureza. Por

sua parte, a fotografia é a técnica referida ao processo de plasmar uma imagem sobre um suporte através de um procedimento químico que trabalha com a luz. As fotografias dependendo da configuração e da forma de construir a imagem pode ser de tipo documental, não planejada, instantânea; ou artística, pensada, pousada, estruturada com algum objetivo específico.

Vale salientar que além das categorias acima apresentadas, Twyman identifica configurações híbridas que tal vez não encaixam no seu esquema, mas que a partir dele poderíamos começar os estudos da configuração e articulação da Linguagem Visual. Fazer esse tipo de estudos é considerado de importância porque o design de informação como campo de produção de sistemas informacionais constrói o olhar tanto da criança quanto da sociedade sobre ela, ao mesmo tempo que expõe olhares sobre os artefatos e sobre o mundo veiculando referências, símbolos e experiências visuais de uma determinada Cultura Visual, assunto que é abordado no capítulo a seguir.

## 4 CULTURA VISUAL

### 4.1 DESIGN E CULTURA

Pensar a ideia da revista como objeto do design e da cultura nos remete à ideia de artefato; considerado pelo design como produto humano por meio da manipulação de alguma matéria prima (CARDOSO, 2011). Mas aprofundando-nos no estudo da cultura, desde a perspectiva antropológica, encontramos a definição de artefato cultural entendido como um objeto fabricado pelo homem que dá informações sobre a cultura do seu criador e seus usuários, quer dizer um objeto mediador que referencia o mundo e o indivíduo. A partir disso, podem-se considerar as revistas infantis como artefatos culturais, no entanto, informam sobre o contexto de surgimento e utilização, e ao mesmo tempo como mediadores entre as crianças e o mundo que é modelado para elas (SAUCEDO, 2014).

É necessário nesta etapa introdutória retomar e esclarecer o conceito de cultura que norteia esta pesquisa, para isso nos auxiliamos em Gomes de Carvalho (2006) quem entende a cultura como:

[...] conjunto de símbolos significantes, um código, um mapa mental ou uma linguagem que fornece a orientação e as referências necessárias para que as pessoas possam viver em grupo. (GOMES DE CARVALHO apud ONO, 2006: p21)

Além disso, a pesquisadora acrescenta que:

[...] a concepção, produção e uso de objetos também possuem suas referências que compõem a cultura de cada grupo. Eles estão, portanto, impregnados de cultura. (GOMES DE CARVALHO apud ONO, 2006: p21)

Nesse último ponto se centra a presente pesquisa: a Linguagem Visual e a Cultura visual que caracterizaram um artefato considerado cultural para uma sociedade determinada. Assim, as revistas infantis são configuradas com signos e símbolos que conformam uma linguagem e uma cultura que oferta as referências necessárias para construir o mundo – ou parte dele – e como se relacionar nele para um determinado setor da sociedade, as crianças.

Entretanto, os artefatos culturais, as revistas infantis devem ser entendidas, estudadas e interpretadas como intervenções emocionais na vida cotidiana dos leitores que estão formando

a sua identidade, o seu imaginário e repertório próprio e do mundo. Mais uma forma de pensar as revistas é considerá-las como manifestações gráficas que, como ressaltam Cardoso & Allis (2007):

[...] ilustram uma das mais bem-sucedidas relações entre as pessoas e o meio projetado e apresentam uma perspectiva inédita para o entendimento de nossa sociedade e desenvolvimento de produtos com foco na promoção de experiências memoráveis e sentimentos positivos. (CARDOSO & ALLIS, 2007: p4)

Independentemente do ponto de vista escolhido, é indiscutível que a revista em geral, e infantil em particular, é uma importante ferramenta que atua tanto como facilitador para apreensão da informação enquanto artefato modelador da identidade infantil; e que ao mesmo que gera símbolos, imagens, textos, referentes, repertórios que configuram uma determinada Cultura tanto Impressa quanto Visual.

#### 4.2 CULTURA IMPRESSA

Uma definição que consideramos importante ao pensar à revista no campo da cultura é a de Cultura Impressa apresentada por Lucia Santaella (2010) no estudo das denominadas formações culturais. Essa autora define a cultura como um processo cumulativo no tempo, e o divide em seis eras culturais ou formações culturais –oral, escrita, impressa, de massas, das mídias e digital– que:

[...] estão pautadas na convicção de que os meios de comunicação (...) são capazes não só de moldar o pensamento e a sensibilidade dos seres humanos, mas também de produzir o surgimento de novos ambientes socioculturais. (SANTAELLA, 2010: p13)

Além disso, essa divisão não marca períodos culturais lineares, mas sempre que há um processo acumulativo de complexificação (*continnum*): uma nova formação comunicativa e cultural vai se integrando à anterior, provocando-lhe reajustes e novas funções.

Santaella afirma que a Cultura Impressa não nasceu diretamente da cultura oral, mas que foi antecedida por uma rica cultura da escrita não alfabética. E, produto das memórias dessas

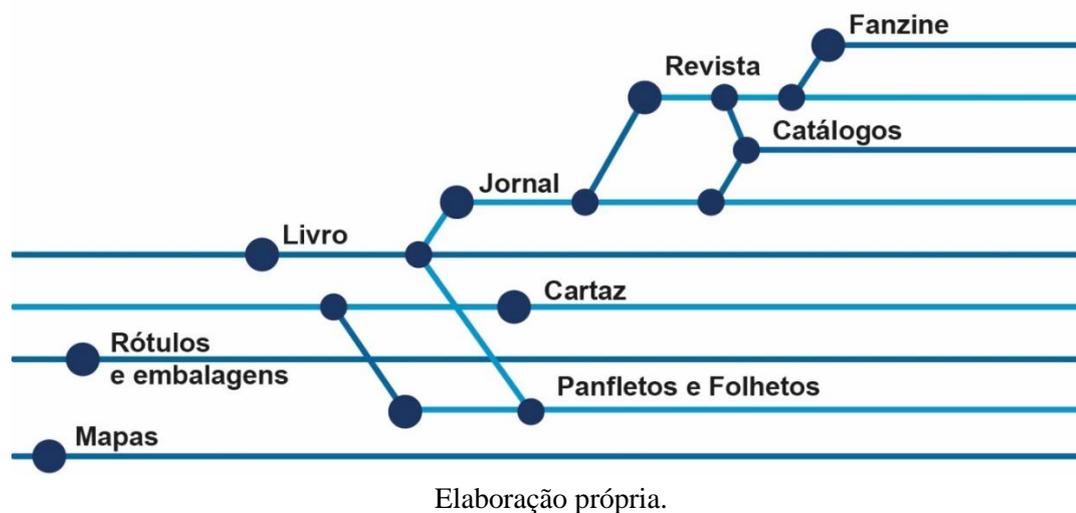
escritas, se fizeram grandes contribuições para a visualidade do design e da arte moderna. Em palavras dela, a cultura impressa:

[...] sobrevive na imaginação visual da profusão dos tipos gráficos hoje existentes. Sobrevive ainda nos processos diagramáticos do jornal, na visualidade da poesia, no design atual de páginas da web. (SANTAELLA, 2003: p14)

Essa sobrevivência da qual fala a autora, se fez evidente no conjunto de artefatos que a cultura impressa produz enquanto evoluía acompanhando a sociedade e se tornando mais complexa. Seja mediante processos acumulativos de avanços tecnológicos ou nas mudanças estéticas e sociais, se deu origem a uma ampla gama de artefatos: livros, jornais, cartazes, revistas, embalagens, catálogos, folhetos, mapas, entre outros. Esses avanços e mudanças ocorrem tanto nos suportes, nas estéticas, nas tecnologias como nos recursos gráficos ou nas funções do impresso; fizeram com que os artefatos estivessem configurados e acompanhassem, ao longo do tempo, as necessidades dos mais diversos grupos sociais.

Um fator importante a considerar é que a cultura não é estática e está em constante movimento, mesmo que com ritmos diferentes, em diferentes tempos e lugares, os artefatos acompanham essa renovação de forma praticamente simultânea. Isto acontece porque os artefatos do cotidiano são, visivelmente, os primeiros elementos da chamada cultura material –criada e produzida pelo homem– que recebem a influência das mudanças ocorridas dentro das distintas culturas.

Figura 21 - Aproximação ao processo cumulativo de desenvolvimento dos artefatos da Cultura Impressa.



No caso dos artefatos da Cultura Impressa, tanto os suportes e as tecnologias quanto os estilos (figurativo, moderno, abstrato, etc.), estéticas e recursos (ilustração, fotografia, etc.) junto às funções (publicitaria, política, educativa, etc.) têm mudado continuamente ao longo do tempo, sobretudo durante o último século para resolver as necessidades e as mudanças da sociedade. Embora tenham um papel menos central do que faz 100 anos, os artefatos da cultura impressa seguem sua evolução graças aos novos suportes e técnicas como o computador e Internet, que revolucionaram a maneira de nos comunicar e marcaram profundas mudanças culturais a nível global.

#### 4.3 MEMÓRIA E CULTURA

No nosso cotidiano, os artefatos em geral e os gráficos da Cultura Impressa em particular, desempenham um papel mais que importante, veiculando experiências comunicacionais e interações com o entorno. Nessa linha, Priscila Farias (2016) explica que esses artefatos gráficos constituem a Cultura visual que contribui para a elaboração de identidades e repertórios tanto individuais como coletivos, pelo qual devem-se fazer desde o design estudos sobre suas configurações atuais e passadas.

A autora coloca em relação a memória gráfica, a Cultura Visual, e a cultura impressa ou cultura da impressão<sup>22</sup>, porque como campos de estudo compartilham interesses e métodos. Por exemplo, estudos sobre memória gráfica e Cultura visual compartilham o interesse em compreender o modo como uma determinada sociedade seleciona ou cria imagens, e, ao mesmo

<sup>22</sup> Cultura impressa e cultura da impressão, segundo a autora, são duas possíveis traduções para a expressão inglesa *print culture*(FARIAS, 2016: p62)

tempo, com esta sociedade em certo sentido se reflete em tais imagens que coloca em seu entorno. No entanto, enquanto o campo da Cultura Visual está principalmente preocupado com os aspectos dos artefatos visuais que são percebidos através da visão (DUNCUM, 2001; MIRZOEFF, 2003) a Memória Gráfica se ocupa de estudar e valorizar os processos de configuração dos artefatos gráficos do passado. É nessa interseção que esta pesquisa se encontra, com embasamento no design se pretende estudar a revista, observando como são as Linguagens Visuais com as que foi configurada, identificando as referências que a Cultura Visual lhe proporciona e finalmente, revalorizando a peça editorial como artefato do passado.

#### 4.4 CULTURA VISUAL

Os meios de comunicação, impressos e digitais, constroem constantemente imagens das pessoas e do mundo no qual elas se inserem, pelo qual torna-se importante e necessária uma discussão e alfabetização visual para uma Cultura visual (SARDELICH 2006). Nesse contexto de sobreposição às imagens, sobretudo no caso das crianças, o pesquisador australiano Paul Duncum (2002) explana a importância de um estudo das imagens como geradoras de experiências e práticas significantes no cotidiano.

Da mesma forma que acontece com a cultura, a Cultura Visual oferece uma ampla gama de definições que vão mudando com o próprio desenvolvimento da sociedade que a gera. A principal dificuldade para definir a Cultura visual finca na multiplicidade de aproximações que aparecem, mas esse fato não deve considerar-se como sinal contrária à existência e relevância do campo. Pelo contrário, deve valorar-se como indicador do interesse dos pesquisadores das distintas áreas de estudo (HERNANDEZ, 2005). Nessa linha, Duncum (2001), destaca que o principal problema finca em que não existe um único marco institucional que possa associar-se à Cultura Visual, mas que a abordagem estaria vinculada a diferentes áreas desde a antropologia ao urbanismo.

Fernando Hernandez (2005) explica que tanto como conceito quanto campo de estudo, a Cultura visual oferece marcos teóricos e metodológicos para repensar o papel do passado e presente das representações visuais e as posições visualizadoras dos sujeitos. Ao mesmo tempo, ela permite refletir as relações com os artefatos, que são representações visuais em primeiro lugar, e que ao mesmo tempo, se constituem em posições e discursos através de atitudes, crenças e valores, quer disser, são mediações culturais. Para o autor, Cultura visual não só refere a um conjunto de artefatos, mas que a um campo de estudo que tem emergido desde a conjunção e diferentes disciplinas como a sociologia, a semiótica, a história da arte, os estudos culturais, etc.

Pensamento compartilhado com outros teóricos como Barnard, Mirzoeff, Duncum, dentre outros.

Por sua parte, Malcolm Barnard (1998) explana que existem no campo da Cultura visual dois tipos de noções, uma delas referida ao mundo do visual, e a outra referida ao mundo da cultura. Essa primeira noção da Cultura Visual, vinculada ao visual, e entendida pelo autor como “qualquer coisa visual, produzida, interpretada ou criada pelos seres humanos, que possui (...) uma finalidade funcional, comunicativa e ou estética” (BARNARD, 1998: p18). No entanto, na outra noção, o autor se aproxima à colocação de cultura de Williams (1981) referida aos sistemas de significados de uma sociedade na qual são as instituições, artefatos, praticas por médio da qual a sociedade é produzida e reproduzida visualmente. Desde esse último posicionamento podem se abordar fundamentalmente os efeitos da imagem no estudo da Cultura Visual. Em estudos posteriores, Barnard (2001) reconhece duas vertentes de estudo da Cultura visual: uma descritiva, que enfatiza o visual e trata de normatizar e prescrever seus objetos de estudo como sendo a arte, o design, as expressões faciais, a moda, a tatuagem, etc.; e outra, que se refere ao traço determinante do estudo, que se refere a valores e identidades construídos e comunicados pela cultura via mediação visual.

Na mesma linha que Barnard, Nicholas Mirzoeff (2003) tenta explorar como a visualidade desempenha um papel tão relevante na vida moderna. Para ele a Cultura visual tem um status de mudança provisória, dada a constante formação e reformação dos médios visuais contemporâneos e os seus usos (MIRZOEFF, 2003). Segundo o autor, a Cultura visual poderia se entender como uma estratégia para compreender a vida contemporânea, e nesse sentido, precisa-se centrar no visual como lugar onde se criam e se discutem significados. Nas suas palavras trata-se de uma “tática para estudar a genealogia, a definição e as funções da vida cotidiana pós-moderna a partir da perspectiva do consumir, mas que do produtor” (MIRZOEFF, 2003: p20).

Mirzoeff enfatiza na preocupação da atual tendência de plasmar a vida em imagens ou em visualizar a existência. Em relação a isso, ele reconhece uma grande distância entre a riqueza das experiências visuais na cultura pós-moderna e a habilidade das pessoas para analisa-las, essa observação segundo ele, cria a oportunidade e a necessidade de converter à Cultura visual num campo de estudo. Além disso, o autor entende que a Cultura visual afasta o nosso olhar dos cenários de observação estruturados e formais (cinema, museus, televisão) dando prioridade

à experiência cotidiana do visual, desde as imagens instantâneas, os vídeos, os sinais da rua, os jornais até as exposições de obras de arte.

Para nos introduzir na ideia da Cultura visual dentro do campo da cultura, Mirzoeff explica que muitos críticos opinam que o principal problema não finca na sua insistência na importância do mundo visual, mas que ela se enquadra no campo da cultura para explicar a história do visual. Auxiliado em vários autores, Mirzoeff explica esse enquadramento na cultura reconhecendo que esse termo é historicamente confuso. Formado por duas perspectivas, o termo cultura compreende: uma que entende, em linha com Matthew Arnold e estudos clássicos da arte e da literatura, a cultura como expressão o produto das elites; e uma outra, auxiliada em Sir Edward Burnett Tylor e a antropologia, que compreende a cultura como parte do tecido social de uma sociedade em particular. Para Tylor e outros antropólogos a cultura inclui o conhecimento, a fé, a arte, a moralidade, o direito, os símbolos, os costumes e todas as demais capacidades e hábitos adquiridos pelo homem num determinado tempo e lugar. Nesse sentido, a Cultura visual possui o seu significado de cultura com um enquadramento mais próximo a Tylor do que a Arnold. Auxiliado em Powers, Mirzoeff entende a Cultura visual na metáfora de uma rede fractal, de uma versatilidade não linear que é permeabilizada como de forma global. O fato de pensar o termo dessa forma implica reconhecer que não há só uma narrativa, linear e compacta, mas que a ideia de fractal permite pensar a Cultura visual como de extensão contínua e de múltiplas formas. Ao mesmo tempo, o autor destaca a importância de focar na interseção de raças, classes sociais, sexo e gênero nas mídias visuais para poder observar e compreender as diferentes operações e formas de visualização.

A linha de pensamento e aproximação entre Barnard e Mirzoeff é a que refere ao olhar da Cultura visual desde e para uma história e análise das tecnologias da mirada (HERNANDEZ, 2005). Mirzoeff nesse sentido explica que “a cultura visual está relacionada a acontecimentos visuais nos quais o espectador procura informação, o significado ou o prazer conectado com uma tecnologia visual”<sup>23</sup>(MIRZOEFF, 2003: p19. Tradução nossa). Entendendo por tecnologia visual qualquer artefato ou suporte gerado para ser visto ou para facilitar a visão, como poder ser desde uma pintura ou imagem impressa até a televisão ou internet.

---

<sup>23</sup> “la cultura visual se interesa por los acontecimientos visuales en los que el consumidor busca información, el significado o el placer conectados con una tecnología visual” (MIRZOEFF, 2003: p19)

O já mencionado autor Paul Duncum (2001) considera essa definição problemática em dois pontos: primeiro, porque supõe uma limitação na dependência de uma tecnologia excluindo observar a vida cotidiana de maneira direta; e segundo, porque o olhar das pessoas não existe unicamente como consumidores. Na sua própria abordagem, Duncum vincula a Cultura visual aos estudos culturais nas questões relacionadas às práticas significantes, tanto em termos das experiências vividas pelas pessoas como da dinâmica estrutural das experiências. Como área de estudo, Duncum explica que:

[...] a cultura visual é bastante inclusiva, pois incorpora as belas-artes juntamente com a extensa gama de imagens vernáculas e midiáticas, imagética eletrônica contemporânea e toda a história da imagética produzida pelas culturas humanas. Além disso, acredita-se que as imagens influenciem umas às outras, que sejam intertextuais. (Duncum, 2011: p21)

Nos seus estudos, o autor preocupasse pela Cultura visual e a educação artística das crianças nesse campo. Ele enfatiza a importância de fazer estudos de leitura semiótica de imagens com o próprio público receptor delas. Dado que nessas imagens as crianças aparecem referenciadas, o estudo trará como resultado uma melhora na compreensão das noções culturais e pessoais da infância (DUNCUM, 2004).

No contexto brasileiro, Belidson Dias pesquisa a Cultura visual como campo de estudo, salientando que ela faz referência às experiências cotidianas do visual deslocando a atenção da cultura de elite para a visualidade do dia-a-dia, em que seus objetos de estudo são os artefatos, as tecnologias e as instituições da representação visual (DIAS, 2008). Da mesma forma que Duncum, Dias se ocupa da relação entre às crianças e à educação em artes, entendendo a Cultura visual como:

[...] nova concepção pedagógica que destaca as ubíquas representações visuais do cotidiano como elementos centrais que estimulam práticas de produção, apreciação e crítica de artes e que desenvolvem cognição, imaginação, consciência social e sentimento de justiça. (DIAS, 2008: p38)

Como explicamos nos parágrafos anteriores, entre as diferentes definições do campo da Cultura Visual existe um aspecto comum a todas as aproximações que é o reconhecimento de que a

imagem não é estável, porque muda na sua relação com a realidade. Portanto, uma definição da Cultura visual não é estática e condensadora, como coloca Mirzoeff ao recorrer à metáfora do fractal, ela é de múltiplas formas, dinâmica, versátil, com forma de hipertexto e suas experiências visuais mudam em simultâneo com a sociedade que lhes dão origem. Finalmente, pode-se destacar concordando com este autor que a Cultura visual é um campo de estudo que pensa as imagens na vida cotidiana, que se pergunta em maior medida pelo consumidor dessas imagens, focando nas distintas tecnologias visuais abordando toda a produção visual de uma sociedade.

O interesse na Cultura Visual finca em reconhecer à *revista infantil* como artefato cultural gerador de experiências através das imagens vinculadas nele. A revista proporciona às crianças um escopo de símbolos e referências, seja com finalidades educativas, lúdicas ou comunicativas, que condicionam e constituem o imaginário e repertório visual delas no seu cotidiano fixando-os para o futuro. O marco conceitual da Cultura Visual permite abordar essas experiências visuais procurando identificar e descrever quais fatores contextuais, estilísticos e culturais condicionaram a construção do gênero editorial *revista infantil*.

## 5 METODOLOGIA

### 5.1 ESTRATÉGIA METODOLÓGICA

O design metodológico proposto é a estratégia geral mediante a qual este projeto tenta dar resposta ao problema de pesquisa apresentado nos capítulos anteriores:

*Como foi a trajetória das revistas infantis Billiken da Argentina e Recreio do Brasil na construção do gênero editorial revista infantil nas décadas dos anos de 1970 e 2000?*

A presente pesquisa se insere nas pesquisas de natureza qualitativa, já que é orientada à caracterização e descrição da construção do gênero editorial *revista infantil*, através da análise da Linguagem Visual e Cultura visual apresentadas nas revistas que tem como público alvo as crianças argentinas e brasileiras, na idade em que elas frequentam o Ensino Fundamental. Dentro do paradigma **qualitativo**, segundo Sautú (2003), este projeto se insere como uma pesquisa de tipo **histórico-narrativa**<sup>24</sup>, baseada em um tipo particular de documento: imprensa escrita, revistas infantis nesse caso.

O método escolhido para levar adiante este trabalho foi o **Método Monográfico** ou **Estudo de Caso**, que é considerado por Robert Yin (2001), como um tipo de análise própria da metodologia qualitativa. O autor explica que este método contribui para a compreensão e análise de fenômenos individuais e sociais, por isso é utilizado como estratégia comum em diversos campos disciplinares desde a sociologia e educação até a arquitetura e as ciências aplicadas.

Na mesma linha, Lakatos & Marconi (2003) explicam que o **Método Monográfico** parte do princípio de que qualquer caso que se estude em profundidade pode ser considerado representativo de muitos outros, e em algumas situações até de todos os casos semelhantes. O método consiste no estudo de determinados indivíduos, condições, instituições, grupos ou artefatos, com a finalidade de obter generalizações (LAKATOS & MARCONI, 2003).

---

<sup>24</sup>O esquema histórico-narrativo de investigação se propõe compreender os processos sociais em forma coerente e integrada a partir de um marco analítico argumental que postula uma denominada relação entre processos sociais políticos e econômicos (SAUTÚ, 2003). No caso dessa pesquisa, o design das revistas infantis é colocado em relação à linguagem visual com a que são construídas e os significados e referências da cultura visual que apresentam, nos períodos selecionados.

Além de método anteriormente definido, vale salientar que se tratando de uma pesquisa de dois artefatos gráficos do passado, outros dois métodos se vinculam ao trabalho. O primeiro deles é o **Método Histórico** que em palavras Lakatos & Marconi:

[...] consiste em investigar acontecimentos, processos e instituições do passado para verificar a sua influência na sociedade de hoje, pois as instituições alcançaram sua forma atual através de alterações de suas partes componentes, ao longo do tempo, influenciadas pelo contexto cultural particular de cada época. (LAKATOS & MARCONI, 2003: p106)

Para estas autoras este método permite uma melhor compressão dos diferentes papéis da sociedade na história, na formação e modificações social. Além disso, Lakatos & Marconi explicam que mediante o **Método Histórico** consegue-se preencher os vazios ou lacunas de acontecimentos o processos, apoiando-se em um tempo, mesmo que artificialmente reconstruído, que assegura a percepção da continuidade e do entrelaçamento dos fenômenos (LAKATOS & MARCONI, 2003).

Já o segundo método envolvido em esta pesquisa é o Método Comparativo tem por finalidade verificar semelhanças e explicar divergências entre dois ou mais artefatos, grupos, instituições ou fenômenos. Este método é usado tanto para comparações de grupos ou artefatos no presente, no passado, ou entre os existentes e os do passado, quanto entre sociedades de iguais ou de diferentes estágios de desenvolvimento.

## 5.2 AMOSTRAGEM

No que refere ao corpus da pesquisa, ele está constituído de revistas *Billiken* e *Recreio* das décadas dos anos 1970 e 2000, consideradas chaves no desenvolvimento do gênero editorial *revista infantil* em cada país e ao mesmo tempo em América do Sul. Já que por um lado, *Recreio* liderou com sucesso o mercado brasileiro e por outro lado *Billiken* faz sua parte até hoje na Argentina e, como se mencionou anteriormente, ela foi publicada também em Chile, Colômbia, Costa Rica, Peru, Uruguai, Venezuela e na Espanha.

A Amostra, seleção de unidades para análise a observar durante a pesquisa, está conformada por setenta e seis (76) números das revistas, em detalhe:

- 39 exemplares de *Billiken*: 19 dos anos 70 e 20 de 2000.
- 37 exemplares de *Recreio*: 17 dos anos 70 e 20 de 2000.

A modalidade para selecionar dessa amostra foi a não probabilística já que não podem ser escolhidas todas as unidades porque elas não estão em igual hierarquia. Essa modalidade não requer uma determinada (e completa) base de amostras, mas que as revistas serão escolhidas por juízo do pesquisador. O critério escolhido respondeu a dois fatores:

- **disponibilidade física** do exemplar tanto em bibliotecas como coleções particulares;
- e **representação suficiente** dos anos de estudo, para isso se selecionaram dois números de cada revista por cada ano de estudo.

Para a análise se selecionaram duas partes da revista; da parte exterior foi escolhida a capa porque, como foi explicado no ponto Design, é o primeiro e mais importante contato com os leitores. E da parte interior, foi selecionada a matéria principal ou de capa para avaliar como é desenvolvido o conteúdo anunciado em capa.

Os números escolhidos correspondem ao primeiro e segundo semestre de cada ano de estudo. Assim, os exemplares escolhidos abrangem datas de publicação dos meses janeiro, fevereiro, março, abril, maio e junho considerados parte do primeiro semestre; e julho, agosto, setembro, outubro, novembro e dezembro para o segundo. Essa decisão finca em que são as periodicidades que os dois países aplicam no calendário escolar, com um recesso de inverno, em julho.

Vale salientar que foram escolhidos para trabalhar exemplares especificamente dos meses março e setembro para representar cada semestre, mas nos casos que não foi possível conseguir um número de um mês particular, ele foi substituído por outro do mês mais próximo em existência. O mesmo procedimento foi utilizado nos casos que os exemplares do semestre não foram encontrados em acervos e coleções, foram escolhidas as revistas em existência.

A procura dos exemplares levou à consulta em escolas, coleções particulares, acervo e sebos de revistas das cidades de Recife, Santa Fe, Buenos Aires entre outras cidades tanto da Argentina quando do Brasil. No entanto, como não foram conseguidos todos os exemplares, se consultaram as bibliotecas públicas dos dois países, encontrando a grande maioria das revistas *Billiken* na Biblioteca Nacional Mariano Moreno da República Argentina.

Nas tabelas a seguir se apresentam os números escolhidos com as datas de publicação:

**Revista *Billiken***Tabela 1 - Números escolhidos da revista *Billiken* de acordo aos semestres e anos selecionados.

<b>Ano</b>	<b>Primeiro Semestre</b>	<b>Segundo Semestre</b>
1970	Nº 2608 - 05/janeiro	Nº 2646 - 28/setembro
1971	Nº 2679 - 17/maio	Nº 2695 - 06/setembro
1972	Nº 2723 - 20/março	Nº 2743 - 07/agosto
1973	Exemplar não encontrado	Nº 2798 - 27/agosto
1974	Nº 2825 - 04/ março	Nº 2845 - 22/julho
1975	Nº 2878 - 10/ março	Nº 2916 - 01/dezembro
1976	Nº 2922 - 22/ março	Nº 2956 - 06/setembro
1977	Nº 2987 - 11/abril	Nº 3010 - 19/setembro
1978	Nº 3035 - 14/março	Nº 3060 - 05/setembro
1979	Nº 3089 - 27/março	Nº 3112 - 04/setembro
2000	Nº 4184 - 06/março	Nº 4212 - 11/setembro
2001	Nº 4240 - 26/março	Nº 4265 - 17/setembro
2002	Nº 4288 - 03/março	Nº 4313 - 06/setembro
2003	Nº 4338 - 07/março	Nº 4364 - 05/setembro
2004	Nº 4390 - 05/março	Nº 4418 - 17/setembro
2005	Nº 4441 - 11/março	Nº 4467 - 09/setembro
2006	Nº 4492 - 10/março	Nº 4519 - 15/setembro
2007	Nº 4547 - 30/março	Nº 4568 - 24/setembro
2008	Nº 4599 - 28/março	Nº 4625 - 26/setembro
2009	Nº 4650 - 20/março	Nº 4673 - 28/agosto

**Revista *Recreio***Tabela 2 - Números escolhidos da revista *Recreio* de acordo aos semestres e anos selecionados.

<b>Ano</b>	<b>Primeiro Semestre</b>	<b>Segundo Semestre</b>
1970	Nº 36 - 18/março	Nº 62 - 18/setembro
1971	Nº 87 - 10/março	Nº 113 - 08/setembro
1972	Nº 141 - 22/março	Nº 166 - 13/setembro
1973	Nº 193 - 21/março	Nº 214 - 16/agosto
1974	Nº 235 - 16/janeiro	Nº 252 - 11/setembro
1975	Exemplar não encontrado	Exemplar não encontrado
1976	Nº 291 (mês não identif.)	Nº 312 (mês não identif.)
1977	Nº 329 (mês não identif.)	Exemplar não encontrado
1978	Nº 344 - abril	Nº 362 - dezembro
1979	Nº 367 (mês não identif.)	Nº 389 - dezembro
2000	Nº 01 - 16/março	Nº 26 - 7/setembro
2001	Nº 58 - 19/abril	Nº 81 - 27/setembro
2002	Nº 106 - 21/março	Nº 130 - 05/setembro
2003	Nº 161 - 10/abril	Nº 184 - 18/setembro
2004	Nº 210 - 18/março	Nº 238 - 30/setembro
2005	Nº 262 - 17/março	Nº 294 - 27/outubro
2006	Nº 320 - 27/abril	Nº 335 - 10/agosto
2007	Nº 365 - 08/março	Nº 392 - 13/setembro
2008	Nº 422 - 10/abril	Nº 439 - 07/agosto
2009	Nº 474 - 09/abril	Nº 492 - 13/agosto

**5.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS**

Neste ponto se descreve a **guia de observação** que serviu como instrumento de análise da pesquisa, no final se encontra um exemplar da mesma. Vale salientar que o instrumento elaborado está baseado na guia de análise proposta por Barboza & Saucedo<sup>25</sup> para o estudo de revistas infantis argentinas e no quadro metodológico desenvolvido por Waechter<sup>26</sup> para o design editorial de revistas.

<sup>25</sup> BARBOZA, M. & SAUCEDO, G. Estrategias gráficas empleadas en el diseño de las revistas infantiles argentinas Antejito, Billiken y Genios entre los años 1980-2010.

<sup>26</sup> WACHTER, H. Metodologia para a Criação de Projeto Editorial: Revista.

Em linhas gerais, a **guia de observação** está dividida em três partes: uma primeira que contém informação relativa à identificação e configuração material da publicação, já a segunda e terceira parte abordam diferentes aspectos de configuração tanto geral como visual das revistas.

Em detalhe, no apartado **(1) REVISTA** (Generalidades) se encontram:

- Os **Dados de Identificação**: nome da revista, slogan, editora, número ou edição, data de publicação, acervo ou coleção onde foi consultada a revista, o estado do exemplar seja impresso ou digitalizado e finalmente uma foto da capa.
  
- A **Configuração Material**, referida à produção gráfica, onde se descrevem;
  - Formato: dimensões em milímetros da revista;
  - Quantidade de páginas do número;
  - Encartes que acompanham a revista, caso existirem;
  - Tipo de impressão: seja offset, rotogravura ou alguma outra especificada;
  - Tipo de acabamento: seja verniz, plastificação, serigrafia, relevo ou algum outro especificado.

No que diz respeito à análise dos pontos **(2) CAPA** (Parte Exterior) e **(3) MATÉRIA PRINCIPAL** (Parte Interior) estas se dividem em dois aspectos diferenciados: o primeiro referido à **Configuração Geral** e o segundo referido à **Configuração Visual** de cada parte da revista analisada.

- **Configuração Geral** do ponto **(2) CAPA**, se caracterizam:
  - Tipo de capa (Figura 22): figurativa, abstrata ou baseadas em texto (Zappaterra, 2008), e entre explicativa e cega (Gorodischer, 2009);
  - Tipo de papel: sendo couché (papel revestido, de custo elevado, garante cores vivas e definidas na impressão) podendo ser mate ou brilhante, ou papel offset (papel com superfície uniforme e fosca, é um produto versátil com boa reprodução de cores)
  - Cor da impressão: Se se utiliza monocromia ou policromia (várias tintas), assim mesmo si há tinta especial.

Figura 22 - Exemplificação dos Tipos de capa segundo Zappaterra (2008) e Gorodischer (2009).

Capa Figurativa	Capa Abstrata	Capa Baseada em Texto	Capa Explicativa	Capa Cega
				

Elaboração própria.

- **Configuração Geral** do ponto (3) **MATÉRIA PRINCIPAL**, se descrevem:
  - Gênero textual da Matéria Principal: matéria, reportagem, entrevista, HQ ou outro (Zappaterra, 2008);
  - Estrutura da matéria: se ela se apresenta por separado (abertura, olho, final) ou todo junto;
  - Quantidade de páginas da matéria principal;
  - Formato da página: seja paisagem (horizontal), retrato (vertical) ou quadrado (Haslam, 2007);
  - Tipo de papel: couché brilho, couché fusco e offset.
  - Cor da impressão: Se se utiliza monocromia ou policromia, assim mesmo si há tinta especial.
  - Publicidade, caso houver, explicitando a natureza do bem/serviço;
- **Configuração Visual**, para a análise das variáveis principais da pesquisa, Cultura visual e Linguagem Visual, foram analisadas as mesmas categorias tanto para a capa quanto para a matéria principal.

#### A) Cultura Visual:

Se refere a variável pela qual se constroem os significados, símbolos e códigos do universo visual das crianças. Através do estudo dessas mediações visuais do cotidiano poderíamos entender as suas finalidades funcionais, comunicativas ou estéticas que atuam na subjetividade das crianças leitoras (Barnard, Duncum, Mirzoeff entre outros autores). Identificando os seus elementos e descrevendo-os poderíamos caracterizar uma Cultura visual veiculada nas revistas, para isso foram analisados:

- Assunto principal ou matéria de capa, assunto que expõe a revista em primeiro lugar;

- Natureza do assunto: seja televisão, seriado, filme/cinema, desenho animado, história em quadrinhos, música, web, literatura, data comemorativa, educação, esportes, tecnologia ou outro para especificar.
- Origem do assunto: nacional, internacional ou não identificado.
- Tipo de representação infantil (Figura 23): refere-se as características de representação da criança, podendo ser realista, fictícia, mista, humano, animal humanizado, vegetal humanizado ou objeto humanizado.

Figura 23 - Exemplificação das categorias que referem aos Tipos de representação infantil.

<b>Repres. Realista</b>	<b>Repres. Fictícia</b>	<b>Repres. Mista</b>	<b>Humano</b>	<b>Animal Human.</b>	<b>Vegetal Human.</b>	<b>Objeto Human.</b>
						

Elaboração própria.

- Figura da criança (Figura 24): Esta categoria de análise procura visualizar a figura da criança veiculada nas revistas estudadas e que configuram tanto o imaginário social quanto a Cultura visual da criança leitora. Barboza & Saucedo (2013) explicam que a infância varia com a época, ela não é universal porque está vinculada a classes sociais, condições de gênero, uso do tempo e espaço, acesso às mídias, culturas, entre outras coisas. Como acontece com outras transformações da cultura, a infância e a sua figura resultam de um processo histórico que vá configurando-as. Assim, a partir dos aportes de diferentes autores podemos reconhecer as seguintes figuras da criança:

- Menor: Esta figura refere-se a uma ideia de infância vinculada à rua, ao espaço público em um contexto donde se destaca como a pobreza ataca à experiência de família. Essa infância é atravessa dramaticamente e não consegue se inserir satisfatoriamente nos sistemas educacionais e econômico-social. Esta ideia traz consigo um novo tipo de instituição encarregada de punir a aquelas crianças que cometem algum ato delitivo que afeta a vida social (EBERHARDT, 2006).
- Criança: Com a revalorização da experiência infantil nos finais dos anos oitenta e tanto a criação quanto a aplicação de diferentes tratados nacionais e internacionais

(Convenção Internacional dos Direitos da Criança da ONU (1989), Estatuto da Criança e do Adolescente no Brasil (1990), Ley de Protección Integral de los Derechos de las Niñas, Niños y Adolescentes na Argentina (2005)) a figura da infância é entendida como sujeito com direito à representação própria e a ser expressar com liberdade, oposto à visão de menoridade (EBERHARDT, 2006).

- Leitora/escolarizada: Refere-se a um tipo de experiência infantil vinculada à escola como projeto de desenvolvimento da criança, à educação e às práticas que implicam ensino-aprendizagem principalmente no contexto escolar ou no lar mas sempre com uma ideia de situações formativas ou educativas (FALABELLA, 2010).
- Cliente: Como definição da criança atual, marcada pela publicidade e o mercado, condicionada pela relação compra-venta que incitam a criança a consumir. O mercado faz o roteiro da vida infantil, e não só intenta vender produtos, mas que conforma os seus mundos materiais e simbólicos (MINZI, 2006).
- Usuária: Essa categoria refere-se à infância contemporânea permeada e definida pelos meios de comunicação modernos como a TV, os videogames, jogos digitais, aplicativos, Internet, smartphones e a imensa variedade e diversidade de mercancias relacionadas com as mídias que conformam a cultura de consumo (BUKINGHAM, 2005).
- Hiper-realizada: São crianças vinculadas à cultura midiática, à do imediatismo donde percorrem o período da infância a grande velocidade. Eles têm conhecimento e proximidade com as novas tecnologias, é a denominada também a infância de avançada de nossa sociedade (NARODOWSKI, 2004).
- Des-realizada: Pelo contrário à figura da criança anterior, essa está conformada pelas crianças que são independentes desde a infância, no sentido autônomo porque estão em situação de rua e operam violentamente. É uma espécie de infância que não está infantilizada e que criou os seus próprios códigos culturais e valores na rua (NARODOWSKI, 2004).
- Criança de rua: Na linha da categoria anterior, esta figura explica uma experiência de infância que tem como espaço de desenvolvimento a rua, a comunidade ou a favela com todas as limitações que essa situação implica (CARLI, 2006).
- Criança de condomínio: Pelo contrário à figura da criança de rua, esta experiência tem contexto nos bairros fechados e nos condomínios e a sua maior característica é o grande e irrestrito acesso às novas tecnologias (CARLI, 2006).
- Outros

Figura 24 - Exemplificação das categorias que referem às Figuras da Infância.

Menor / Criança	Criança: Leitora / Cliente / Usuária
	
Criança: Hiper-realizada / Des-realizada	Criança: de Rua / de Condomínio
	

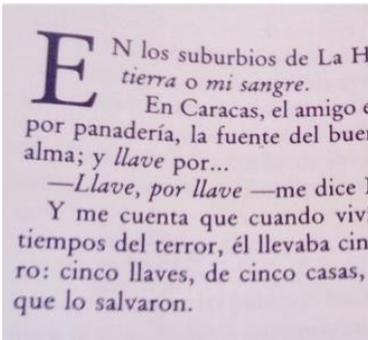
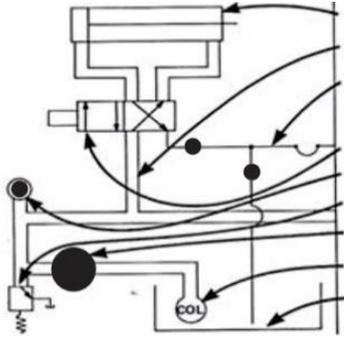
Elaboração própria.

**B) Linguagem Visual:**

Se refere a variável entendida como médio pelo qual a informação se torna visível para um público (TWYMAN, 1979), as crianças escolarizadas no caso desta pesquisa. A Linguagem Visual é entendida também como a materialização de uma determinada Cultura Visual e para isso, se descreve como a informação e construída através de:

- Tipo de elemento utilizado (Figura 25): segundo o explicado por Twyman (1979), pictórico, esquemático, verbal/númerico e pictórico/Esquemático;

Figura 25 - Exemplificação das categorias que referem aos Tipos de Elementos segundo Twyman (1979).

Elementos Pictóricos	Elementos Verbais/númericos	Elementos Esquemáticos
		

Elaboração própria.

- Tipo recurso gráfico (Figura 26): representação visual de um artefato, sujeito ou acontecimento (COELHO, 2009), podendo ser:

- Ilustração: entendida como a marca que deixa uma ferramenta sobre um suporte, seja ela analógica (feita manualmente), digital (realizada através de um meio informático) ou tipo colagem (combinação de técnicas e elementos de distinta natureza);
- Fotografia: referida ao processo de plasmar uma imagem sobre um suporte através de um procedimento químico que trabalha com a luz, seja ela documental (não planejada, instantânea) ou fotografia artística (pensada, estruturada com algum objetivo específico);

Figura 26 - Exemplificação das categorias que referem aos Tipos de Recursos Gráficos.

<b>Ilustração Analógica</b>	<b>Ilustração Digital</b>	<b>Ilustração Tipo Colagem</b>	<b>Fotografia Artística</b>	<b>Fotografia Documental</b>
				

Elaboração própria.

- Ocupação do campo (imagem) (Figura 27): menos do 50%, entre o 51 e 99% ou todo o campo;

Figura 27- Exemplificação das categorias que referem à Ocupação do campo.

<b>Menos do 50%</b>	<b>Entre o 51 e 99%</b>	<b>Todo o campo</b>
		

Elaboração própria.

- Recurso textual: representação textual de um artefato, sujeito ou acontecimento, segundo Lage (2002) esses elementos de uma matéria podem ser:

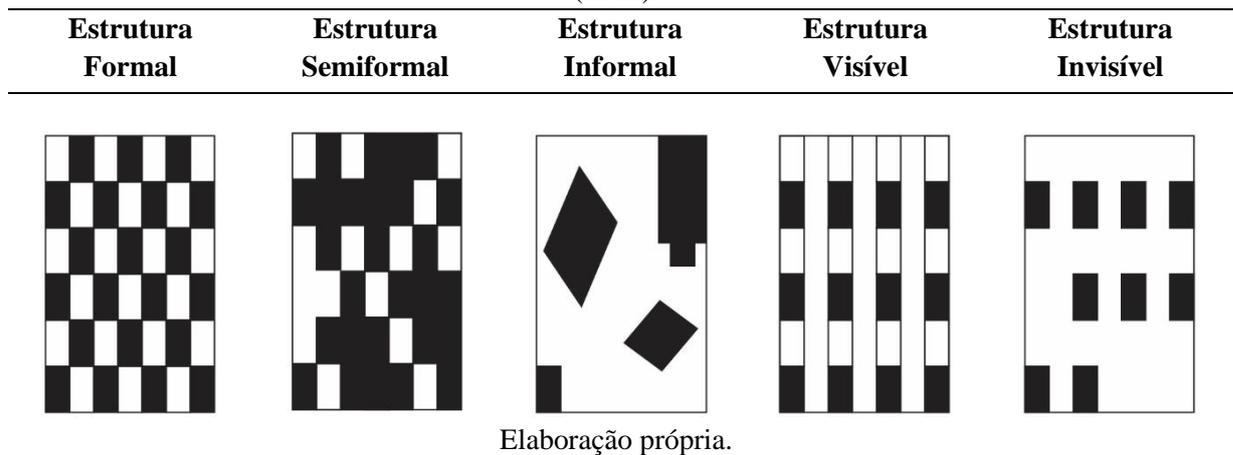
- Manchete: texto cuja função principal é chamar a atenção do leitor;
- Título: muito semelhante à manchete, o seu objetivo é resumir em frases curtas o que remete o primeiro elemento.
- Chamada ou lead: parágrafo inicial do texto que contém as informações básicas sobre a matéria;
- Corpo: desenvolvimento do texto;
- Epigrafe: espécie de citação que aparece antes de uma matéria ou texto, antecipando o que nele será apresentado;
- Legenda/crédito: textos colocados imediatamente depois de uma imagem para fornecer dados de autoria, contexto, etc. acrescentando alguma informação a partir da matéria que a acompanha;
- Outro

- A ocupação do campo (texto) (Figura 27): menos do 50%, entre o 51 e 99% ou todo o campo;

- A estrutura do campo visual (grid) (Figura 28): Concordo com a classificação de Wong (2011) para a estruturação do campo visual das peças do design:

- Formal: Quando o espaço está dividido em uma quantidade de subdivisões, igual ou ritmicamente e as formas estão organizadas com uma forte sensação de regularidade.
- Semiformal: A organização é bastante regular, mas apresenta uma ligeira irregularidade.
- Informal: A estruturação do campo visual é geralmente livre e indefinida.
- Visível: Refere-se à visibilidade das linhas estruturais do espaço, elas existem como linhas reais, com dimensão reconhecível.
- Invisível: Pelo contrário às anteriores, elas estão ativas, mas de forma conceitual na estrutura do campo visual (WONG, 2011).

Figura 28 - Exemplificação das categorias que referem à Estrutura do Campo Visual segundo Wong (2011).



- Esquema de estudo da Linguagem Gráfico Verbal de Twyman (1979) que abrange os modos de simbolização e métodos de configuração, podendo encontrar as seguintes categorias;

- (VN-LP) Verbal Numérico-Linear Puro,
- (VN-LI) Verbal Numérico-Linear Interrompido,
- (VN-L) Verbal numérico-Lista,
- (VN-LR) Verbal numérico-Linear Ramificado,
- (VN-M) Verbal numérico-Matriz,
- (VN-NLD) Verbal Numérico-Não Linear Dirigido,
- (VN-NLA) Verbal Numérico-Não Linear Aberto,
- (PVN-LP) Pictórico e Verbal Numérico-Linear Puro,
- (PVN-LI) Pictórico e Verbal Numérico-Linear Interrompido,
- (PVN-L) Pictórico e Verbal Numérico-Lista,
- (PVN-LR) Pictórico e Verbal Numérico-Linear Ramificado,
- (PVN-M) Pictórico e Verbal Numérico-Matriz,
- (PVN-NLD) Pictórico e Verbal Numérico-Não Linear Dirigido,
- (PVN-NLA) Pictórico e Verbal Numérico-Não Linear Aberto,
- (P-LP) Pictórico-Linear Puro,
- (P-LI) Pictórico-Linear Interrompido,
- (P-L) Pictórico-Lista,
- (P-LR) Pictórico-Linear Ramificado,
- (P-M) Pictórico-Matriz,
- (P-NLD) Pictórico-Não Linear Dirigido,
- (P-NLA) Pictórico-Não Linear Aberto,

- (E-LP) Esquemático-Linear Puro,
- (E-L) Esquemático-Lista,
- (E-LI) Esquemático-Linear Interrompido,
- (E-LR) Esquemático-Linear Ramificado,
- (E-M) Esquemático-Matriz,
- (E-NLD) Esquemático-Não Linear Dirigido,
- (E-NLA) Esquemático-Não Linear Aberto.

Além de todas as categorias de análise acima mencionadas, a guia de observação proporciona espaços intitulados Observações em cada ponto para adicionar informações, dados ou achados que são consideradas relevantes no estudo das revistas, mas que não são abordadas na ficha. Vale salientar que no caso das análises da década de 1970 não observamos as matérias de capa dado que *Recreio* no miolo não apresenta seções, mas sim uma história que percorre a revista toda.

A **guia de observação** que serviu como instrumento de coleta de dados encontra-se no **Apêndice A** desse documento.

## **6 BILLIKEN, A REVISTA DAS CRIANÇAS**

### **6.1 INFÂNCIA NA ARGENTINA 1970-2009**

O ciclo que abrange o período 1970-2009 tem deixado na infância argentina marcas das mudanças sociais tanto no nível global quanto local. Esse período está marcado principalmente pelas transformações sociopolíticas na Argentina. Como explica a pesquisadora Carli (2006) além da passagem de governos ditatoriais de 1976-1983 à democracia que perdura até a atualidade. Outra mudança importante foi a passagem de um modelo de sociedade integrada de princípios dos anos 1970 até um modelo de sociedade polarizada. Esse novo modelo de sociedade é marcado pelas diferenças sociais, o empobrecimento estrutural e o enfraquecimento do espaço público que se fez evidente nos anos 90 (CARLI, 2006). No que diz à infância passados os anos noventa e a chegada do novo milênio, vários são os condicionantes que fizeram que a experiência dessa etapa do crescimento começasse a se perceber de maneira desigual na estrutura social. Narodowski (2004) explica que a infância deve-se entender a partir de uma cultura moderna, deixando de lado a ideia de criança dependente, indefesa, ignorante e amada. Além disso, as condições desiguais para o acesso à tecnologia entre outros bens, provocaram não só o aumento das diferenças entre as experiências infantis, senão também uma nova forma de distinção social através do consumo infantil. Diversos autores (ALVAREZ, 2009; CARLI, 2006; MINZI, 2009; NARODOWSKI, 2004) se encarregaram de estudar à infância em relação às novas instituições sociais, deixando de lado a escola, para se focar nas ideias de novas formas de infância como clientes, usuárias, privilegiadas e com um lugar central no mercado.

### **6.2 1970-1979 A CONSOLIDAÇÃO DA REVISTA *BILLIKEN***

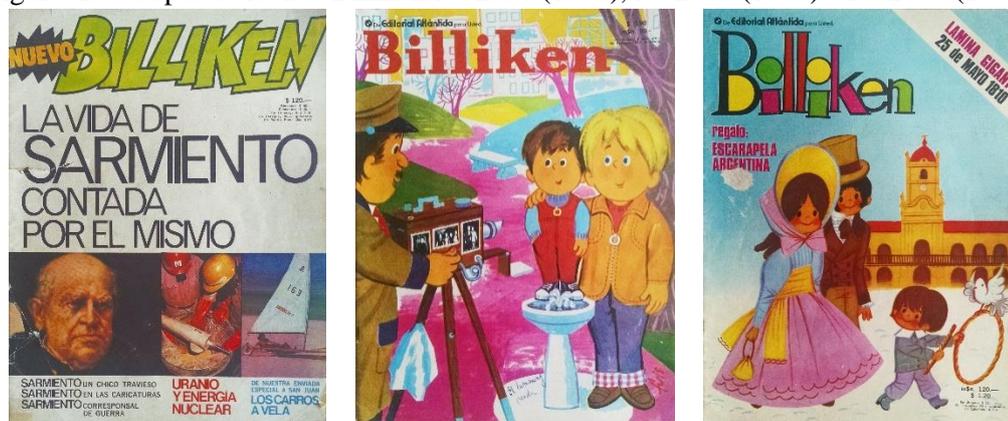
Para começar o percurso por *Billiken* é preciso salientar que, como todo artefato seriado e com intervalos de publicação curtos (semanal ou quinzenal), algumas características se mantiveram nas duas décadas de análise da revista. Essas características de configuração material se repetem no período selecionado, em detalhe: o sistema de impressão é offset; os tipos de papel utilizados são couché para as capas e offset para os miolos; o tipo de encadernação que é grampeado; e as cores de impressão que são em policromia na capa como no interior (em casos excepcionais algumas páginas do interior são em uma ou duas tintas); e finalmente, a não utilização de acabamentos nas capas.

Além das acima características mencionadas, outros aspectos da configuração material analisados e os que tiveram mudanças, foram o tamanho da revista e a quantidade de folhas no

seu miolo. Sobre o tamanho, no começo da década as revistas eram de 22,5 por 29 cm e para o ano de 1972 mudaram para 22,5 por 28 cm se mantendo até o final da década estudada. Uma outra característica sofreu uma mudança gradativa foi a quantidade de páginas que variou durante a década entre 52 e 60 dependendo do assunto tratado no miolo. Por exemplo, o N° 2956 (Figura 29) registra a maior quantidade de páginas porque na publicação se aborda a vida do herói da história Domingo F. Sarmiento<sup>27</sup> em distintas seções que auxiliam as lições dadas nas escolas do ensino fundamental argentino.

Avançando no estudo específico das capas podemos fazer novamente uma caracterização da configuração geral que se manteve ao longo do tempo. Desde a primeira a última capa analisada de *Billiken* (1970-1979 e 2000-2009), se apresentaram sempre capas do tipo figurativas e explicativas, dado que nelas se evidenciam tanto desde a imagem como do texto os assuntos tratados no interior. Nos casos que não havia uma enunciação textual ou visual dos assuntos abordados, as capas brindavam informações sobre o público destinatário da revista. Por isso, uma capa como a N° 2646 (Figura 29) pode ser considerada explicativa mesmo que não enuncie os assuntos tratados no miolo, apresenta à audiência na imagem e se vale do reconhecimento do nome da revista através da marca.

Figura 29 - Capas da revista *Billiken* N° 2956 (1976), N° 2646 (1970) e N° 2679 (1971).



Fonte: Acervo do autor.

No que respeita às características de configuração visual das capas de *Billiken* na década dos anos de 1970, são abordadas duas variáveis: a Cultura Visual que é veiculada e a Linguagem Visual que é utilizada para tal objetivo. Sobre a primeira variável, a revista apresenta na maioria das suas capas assuntos de temáticas educativas ou relacionadas ao âmbito escolar, matérias de

<sup>27</sup> Domingo Faustino Sarmiento (1811-1888) foi um docente, jornalista, militar, político, escritor e presidente argentino que é considerado um dos heróis da história argentina pelo seu destacado papel na educação pública através de sua contribuição ao progresso científico e cultural da Argentina.

datas comemorativas como o N° 2679 (Figura 29) que apresenta uma cena típica do 25 de maio<sup>28</sup> ou o N° 2723 (Figura 30) onde aparecem crianças amostrando os brindes que acompanham a revista, nesse caso materiais escolares: uma esquadra e um livro. Tais referências visuais, vinculadas à escola como instituição de desenvolvimento das crianças-respondem ao retrato dos considerados heróis da história, cenas e símbolos emblemáticos dos acontecimentos nacionais e a figura da criança leitora.

Outros assuntos abordados se referem principalmente a brindes como pequenos brinquedos de papel, por exemplo um dominó ou um suplemento com HQs. Além desse tipo de brindes, *Billiken* trazia outros especificamente escolares como mapas, pôsteres, figurinhas e fascículos colecionáveis, todos materiais auxiliares para o ensino fundamental. Amostra da importância do caráter educativo da revista é a capa do N° 3035 (Figura 30) na qual no centro aparece ocupando quase todo o campo, o slogan da revista “10 pontos em material escolar” acompanhado da imagem de um grupo de crianças e a lista de brindes: horário, adesivos, papel para cadernos e páginas com figurinhas para cortar. O único caso em que a capa não é puramente educativa é o N° 2922 (Figura 30) que refere a esporte com uma matéria sobre a seleção de futebol argentino desse ano. Finalmente, no que respeita à origem dos assuntos, quase a totalidade das capas trabalham temáticas de índole nacional reafirmando o projeto político-social de unificação do país da época.

Figura 30 - Capas da revista *Billiken* N° 2723 (1972), N° 3035 (1978) e N° 2922 (1976).



Fonte: Acervo do autor.

<sup>28</sup> O 25 de Mayo se celebra na Argentina a conformação no Cabildo do primeiro governo pátrio em 1810. Esse dia pertence a denominada Semana de Mayo que foi uma série de acontecimentos produzidos na cidade de Buenos Aires, capital do Virreinato del Río de la Plata dependente da Espanha e que tiveram como consequência a destituição do Virrey Cisneros e a conformação da Primera Junta de governo o dia 25 de maio.

Outra categoria referida à Cultura Visual é a vinculada à representação dos leitores e a construção do imaginário e repertório, assim mesmo como à identificação visual. A representação infantil nas capas é principalmente realista e corresponde à forma humana, mostrando fundamentalmente a figura da *criança leitora*. Essa figura se faz presente no começo da década e no final, exemplo disso é a capa do N° 2608 (Figura 31) onde a ilustração apresenta um grupo de crianças vestindo o clássico *guardapolvo*<sup>29</sup> e a *escarapela*<sup>30</sup> que todas as crianças utilizam até hoje para ir à escola pública argentina. Não é por acaso que a revista use este tipo de cena, já que de fato o imaginário da infância do momento respondia à educação como principal projeto cultural. Isso pode se observar no tamanho exagerado da bandeira em comparação com as crianças apresentadas. Neste caso a referência é nacional, e como se explicou anteriormente, a revista coloca uma imagem de criança escolarizada e de seus valores de orgulho nacional e respeito ao país. Um outro exemplo é a capa do N° 2743 (Figura 31) na qual uma criança está fantasiada de *granadero*<sup>31</sup> na data de comemoração da morte de San Martín<sup>32</sup>, herói da história argentina. Esse tipo de representação é uma das mais cotidianas no imaginário infantil porque nessa data específica as crianças são fantasiadas com muito orgulho de *granaderos* nos atos escolares, então a referência é direta, o menino fantasiado é o aluno escolhido, o aluno que merece, o leitor da *Billiken*.

É importante destacar também que um dos esquemas tradicionais da revista foi a revalorização da figura dos heróis da história, como é o caso de Sarmiento que aparece em várias capas e seções interiores no mês de seu falecimento. Claramente a personagem tem um lugar central na história educativa argentina e a revista não escapa a isso, por exemplo na capa N° 2695 (Figura 31) se apresenta uma cena onde um grupo de crianças olha para a figura de Sarmiento com admiração. Um detalhe fundamental é o recurso gráfico utilizado nessa capa, a imagem da personagem é uma foto em preto e branco (o tradicional retrato de herói dos livros didáticos) e a imagem das crianças é uma ilustração analógica, fazendo-se assim uma diferenciação desde o recurso gráfico.

---

<sup>29</sup> Avental, uniforme escolar obrigatório argentino das escolas públicas utilizado desde 1942, geralmente de cor branca no ensino fundamental.

<sup>30</sup> Broche, enfeite símbolo nacional do país com as cores da bandeira argentina.

<sup>31</sup> Um *granadero* é um tipo de soldado argentino pertencente ao Regimiento de Granaderos a caballo do General San Martín, na atualidade se desempenham como guardiã presidencial.

<sup>32</sup> José de San Martín (1778-1850) foi um militar e político nascido no chamado Virreinato del Río de la Plata (atual Argentina) reconhecido como um dos Libertadores de América por suas contribuições à independência de grande parte da América espanhola. É considerado um dos heróis não só da Argentina senão de América do Sul por suas campanhas revolucionárias que foram decisivas para às independências da Argentina, Chile e Peru.

Figura 31 - Capas da revista Billiken N° 2608 (1970), N° 2743 (1972) e N° 2695 (1971).Bandeira argentina, soldado granadero e Sarmiento retratado por sua neta Eugenia Belín.



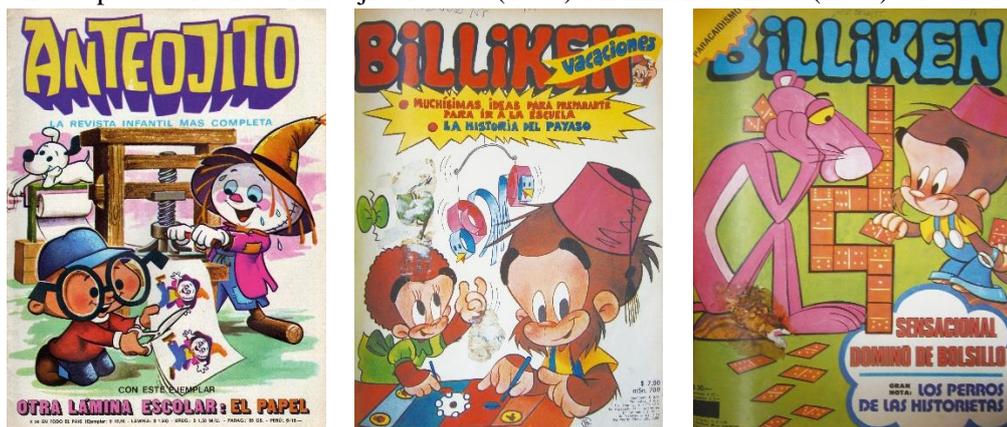
Fonte: Acervo do autor e web Casa Rosada.

Esse tipo de representação da conta da figura de criança que a revista propõe, escolhe e pede para os leitores estabelecendo um contrato de identificação. As características que a revista e a editorial pretendem do leitor são que ele seja a melhor criança, o melhor estudante, tendo o melhor material para acompanhar a escola, ser uma criança limpa, higienizada longe das representações contaminadas ou imperfeitas. Um detalhe não menor é que nas capas analisadas que apresentam figurações infantis a maioria delas são loiras, de pele branca e se amostram com atitudes de calma contemplativa ou associadas a sentimentos positivos como orgulho ou alegria. São poucos os casos onde elas aparecem brincando ou envolvidos em atividades engraçadas próprias da sua idade.

Nas capas publicadas entre 1973 e 1976, a representação infantil responde à personagem *El Mono Relojero* que nasceu do livro de Constancio Vigil que leva o mesmo nome. Tal foi o sucesso entre as crianças da personagem que se converteu primeiro em HQ dentro da revista e logo virou personagem protagonista das capas. É interessante acrescentar que, desde o seu começo em 1919 até o ano 1973, a revista não tinha uma personagem principal que acompanhasse cada número, no entanto utilizava a representação de crianças por meio da ilustração, sempre em cenas vinculadas ao ambiente escolar.

A utilização do *Mono Relojero* pode se explicar através de duas hipóteses, a primeira responde a que ele já era parte fundamental da cultura visual infantil dado que foi o primeiro filme argentino de desenho animado falado em 1938, escrito pelo mesmo Vigil e dirigido por Quirino Cristiani. Por outro lado, a segunda hipótese se refere a que a principal concorrente da época de *Billiken* era a revista *Antejito* (Figura 32) que contava com uma personagem de capa -do mesmo nome que a revista- e que ele percorria todos as seções acompanhando a leitura das crianças. Independentemente dos motivos da *Billiken* para colocar *El Mono Relojero*, ele cumpria a função de apresentar as matérias de capa como fazia a revista concorrente. Em alguns números essa personagem interagia com outras do mesmo HQ como no N° 2878 (Figura 25) e em outras como no N° 2916 (Figura 32) junto a personagens famosos de origem internacional como *A Pantera cor de Rosa*, em ambos casos a representação é fictícia através de animais humanizados.

Figura 32 - Capas das revistas Antejito N° 547 (1975) e Billiken N° 2878 (1975) e N° 2916 (1975).



Fonte: Acervo do autor.

No que respeita à variável Linguagem Visual, *Billiken* faz uso de todos os elementos dele com predominância do Pictórico (em diferentes técnicas) e o Verbal Numérico (em distintas variáveis). Sobre o primeiro, quase todas as capas são trabalhadas através da ilustração de tipo analógico com diferentes graus de detalhe, por exemplo a capa do N° 3089 (Figura 33) tem uma ilustração principalmente de linha e cores planos e a N° 3112 (Figura 33) tem uma ilustração imitando com aquarelas sem linhas de contorno. Há também, em menor medida, capas com fotografias como a do N° 2695 (Figura 33) que apresenta um retrato de Sarmiento com uma clara intencionalidade de destaque mencionada em parágrafos anteriores. Mais uma capa que utiliza a fotografia como recurso principal é a do N° 2956 (Figura 29) que amostra o mesmo retrato de Sarmiento junto a outras fotografias sobre as matérias principais trabalhadas no miolo.

Figura 33 - Capas da revista Billiken N° 3089 (1979), N° 3112 (1979) e N° 2695 (1971).



Fonte: Biblioteca Nacional da República Argentina e acervo do autor.

Além da marca da revista, que foi modificada quatro vezes no período (Figura 34), e dos dados legais referidos ao preço e locais de venda; *Billiken* traz na maioria das vezes entre seus recursos textuais a manchete, títulos secundários e o slogan. Sobre a organização dos recursos utilizados em capa, as imagens ocupam sempre o lugar central na capa, no entanto os textos têm pequenas variações. A marca quase sempre é colocada na parte superior, e dependendo o tamanho, é posicionada para o lado esquerdo. As manchetes são colocadas geralmente debaixo da marca em um tamanho menor que ela. Já as palavras em destaque como “*Novo*” ou “*Extraordinário*” sempre intervêm na marca, colocadas em boxes de destaque aparecem sobre ela (Figura 34).

A respeito do slogan como recurso textual, ele traz à capa um grande valor para a publicação porque explica ao leitor o conteúdo, o estilo e o público alvo. Nesse caso, entre os anos de 1970 e 1973 o slogan da revista era “*De Editorial Atlántida para você*” de maneira de colocar o selo da editora como garantia de conteúdo. Depois desses anos aparecem acompanhando a marca distintas palavras em destaque que revalorizam tanto a revista quanto o conteúdo como “*extraordinário*”, “*especial*”, “*novo*” e por último “*10 pontos em material escolar*” que seria o slogan que perduraria no tempo e daria o perfil mais conhecido da revista.

Figura 34 - Marcas da revista Billiken ao longo da década e capa N° 2798 (1979).



Fonte: Acervo do autor.

À ocupação do campo no que respeita aos recursos visual e textual é caracterizada pelo domínio do primeiro por sobre o segundo já que a imagem ocupa na maioria dos casos entre o 51 e 99% da capa. Sobre a estrutura do campo visual predomina a estrutura denominada formal, já que independentemente da quantidade de elementos apresentados, pode se reconhecer uma racionalidade na composição e em todos os casos essa estrutura é invisível. É importante destacar que em capa nunca apareceram mais de quatro títulos incluindo a matéria principal e ainda se encontraram capas sem manchete como a N° 2798 (Figura 34) que apenas anuncia o brinquedo que acompanha a publicação.

A última categoria se refere ao esquema de estudo da Linguagem Gráfico Verbal que combina os modos de simbolização e os métodos de configuração. Dentre as diferentes categorias que o esquema apresenta as capas de *Billiken* estão configuradas na combinação Pictórico Verbal Numérico / Não Linear Dirigido, já que a visão do leitor é atraída para a capa de diferentes maneiras simultaneamente tanto pelos elementos Pictóricos (fotografias ou ilustrações) quanto pelos Verbais (marca, manchetes, títulos, etc.).

*Billiken* experimentou na década dos anos de 1970 a sua consolidação como mídia impressa infantil que não se viu afetada pelos conflitos político-sociais da época nem pela concorrência com outras mídias, principalmente a revista *Anteojito*. Pelo contrário, nesse contexto conseguiu se instalar no cotidiano das crianças com os valores de modernidade e conservadorismo próprios do projeto político da época apoiada em outro âmbito importante do mundo infantil: a escola. Essa relação entre a revista e a escola se fortalecia número a número através das matérias que acompanhavam o calendário escolar e os brindes que a criança recebia para auxiliar o aprendizado. As outras mídias destinadas às crianças -televisão e cinema- começaram a aparecer de forma devagar nas capas e miolos interagindo com as próprias personagens saídas da revista e de uma cultura visual formada até então entre o livro didático, o conto infantil e as HQs. Assim na revista seriam relatadas as mudanças da sociedade e tecnologia, mas sem evidenciar os conflitos sociais da época que se sucediam enquanto a revista era publicada.

### 6.3 2000-2009 OS DESAFIOS DO NOVO MILÊNIO

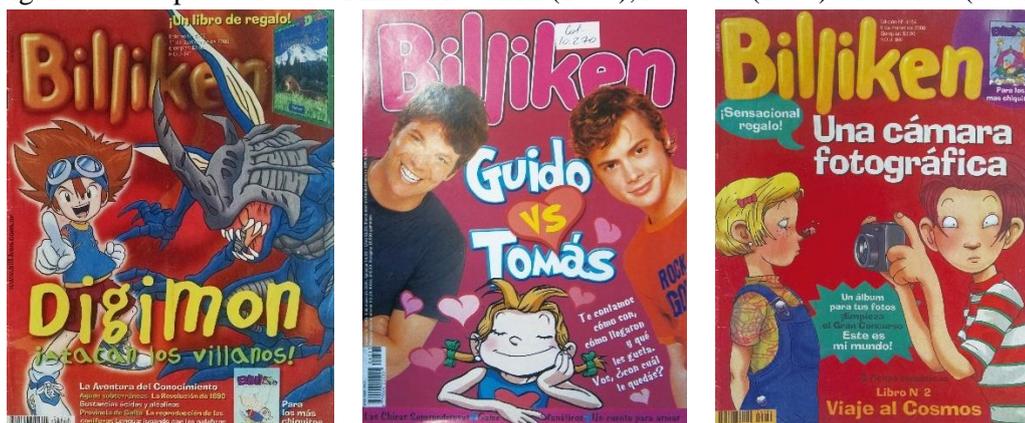
A revista *Billiken* na década dos anos 2000 centrou-se na satisfação dos desejos da experiência infantil mais bem posicionada ante as sucessivas crises político-sociais, que estava preste a consumir toda uma gama de produtos da indústria cultural dedicada às crianças. A partir da leitura da nova realidade, na revista seriam relatadas as mudanças da sociedade e o rápido avanço das mídias digitais, dentre eles destaca-se a popularização do computador e a chegada

da Internet. Portanto, o desafio da *Billiken* não foram só as outras revistas infantis da época (*Antejito* e *Genios*) mas que a múltipla oferta vinda da televisão, do cinema e principalmente a crescente e complexa mídia digital.

Sobre a configuração material da revista, as características que diferem das já apresentadas no ponto anterior referem ao tamanho da revista e a quantidade de folhas da publicação. Sobre o tamanho, desde 2000 até 2008, *Billiken* registra um tamanho de 21 por 27,5 cm, passando para 23 por 27,5 cm no que resta de década. No que refere à quantidade de páginas, o número foi crescendo ao longo da década entre 36, 40 e 48 que é o último registro de 2009.

A respeito da variável de Cultura Visual, *Billiken* expõe em quase a totalidade das suas capas matérias ou conteúdos referidos à crescente cultura midiática da época vinculada principalmente à TV e cinema. Os assuntos são abordados desde a apresentação central de um produto cultural infantil como é o caso da capa do N° 4212 (Figura 35) que traz uma matéria sobre o desenho animado *Digimon* e a do N° 4390 (Figura 35) que introduz os dois atores de sucesso da TV argentina do momento; ou a referência a um brinde da revista como no N° 4184 (Figura 35) onde a revista traz de presente uma câmara fotográfica. Na maioria dos casos, a representação infantil está em segundo plano já que o leitor-comprador não precisa se identificar com a imagem senão se reconhecer como sujeito de consumo.

Figura 35 - Capas da revista *Billiken* N° 4212 (1979), N° 4390 (1979) e N° 4184 (1971).



Fonte: Biblioteca Nacional da República Argentina e acervo do autor.

As clássicas cenas escolares referidas a datas comemorativas do país ou a heróis da história perdem presença diante dos produtos midiáticos para crianças, por exemplo o N° 4364 que é dedicado a Sarmiento, na imagem do herói é colocada como um detalhe quase irreconhecível na capa só sustentado pelo texto que faz referência a ele. Um outro tipo de assunto principal

abordado são os brindes em formato pôster que chegavam acompanhando a revista como é o caso do N° 4338 (Figura 36) que na imagem aparecem umas crianças interagindo com um crocodilo, assunto do pôster.

Vale salientar que se para os anos de 1970 o brinde de cada número era principalmente um brinquedo para montar em papel como um avião ou um fascículo colecionável, a estratégia mudaria nos anos 2000 já que *Billiken* se converte em um dos principais expoentes de um produto editorial dos considerados *formato sacola*. A revista chegava às bancas acompanhada de uma grande variedade de artefatos gráficos anexos como pôsteres, cadernos, fascículos, livros e gibis colecionáveis, pequenos brinquedos de plástico, mapas, CDs, figurinhas adesivas, letras-robô e até uma revista para os mais pequenos da casa que assistem ao ensino infantil. Essa última publicação, com o nome de *Billy* (diminutivo de *Billiken*) e com o slogan “*Para os mais pequeninhos*” era destinada aos irmãos pequenos da casa. Exemplo do formato sacola identificado na década é o N° 4364 no qual a revista traz um dinossauro brinquedo para armar, figurinhas adesivas, um fascículo sobre histórias e tesouros do mundo e um suplemento de ciências naturais.

Quanto à construção do imaginário do leitor e a sua representação é evidente a grande mudança nas capas do novo milênio, os tipos de representação infantil que se apresentam respondem a uma grande variedade: entre representações realistas e fictícias e de forma humana ou de animal humanizado. Dentre as representações realistas de crianças humanas a maioria delas não está em cenas vinculadas a situações escolares, mas que a lazer e aos brindes que a revista traz nessa edição. Já as representações fictícias humanas referem a desenhos animados o mencionado *Digimon*, seriados de TV como e os *Power Rangerse* produtos visuais do cinema como o filme infantil *A Família do Futuro*.

Figura 36 - Capas da revista *Billiken* N° 4348 (1979), N° 4418 (1979) e N° 4364 (1971).



Fonte: Biblioteca Nacional da República Argentina e acervo do autor.

Um detalhe importante identificado na época é o corrimento da segmentação etária dos leitores através das capas tanto na representação deles quanto das personagens das mídias amostrados. A maioria das vezes os leitores são representados como pré-adolescentes de entre 10 e 12 anos como aparecem no N° 4348 (Figura 36) um menino e uma menina que pouca relação tem com as representações infantis das décadas anteriores. Isso pode-se explicar com a aparição do suplemento *Billy* para os mais pequenos inserido no pacote *Billiken*, pelo qual cada uma das publicações atendia a uma faixa etária da infância: as crianças e os pré-adolescentes. Sobre as personagens da cultura visual infantil da época colocados pelas revistas, eles respondem a idades de adolescentes como no N° 4418 (Figura 36) que traz a cantora Hillary Duff; e adultos como o caso do N° 4364 (Figura 36) cuja matéria principal é uma atriz argentina de televisão Florencia Peña.

Assim como aconteceu nas capas publicadas entre 1973 e 1976 em que a representação infantil responde à personagem *El Mono Relojero*, esse recurso é utilizado entre os anos 2001 e 2002. Embora a personagem não tenha a relevância das épocas anteriores, ela reapareceu com novo estilo (com evidente *redesign*) e acompanhou as capas da *Billiken* durante esses dos anos interagindo e apresentando a outras personagens animas humanizados como formigas, um dinossauro ou um gorila, temática do pôster brinde do N° 4288 (Figura 37).

Como foi antecipado em parágrafos anteriores, o ano 2000 encontra à infância no lugar central do mercado e da cultura midiática pelo qual a figura de *criança cliente* se faz evidente nessa década através da utilização de recursos de marketing nas capas como ser boxes e chamadas que concorrem pela atenção da criança. A revista se apresenta como um produto a consumir que traz muitos benefícios vinculados a subprodutos que tem haver mais com o entretenimento que com educação. Esse fenômeno pode se observar também na inclusão nas capas de produtos

audiovisuais televisivos, já que os canais de TV tiveram um papel fundamental para a propagação e instauração de referentes culturais para as crianças vindos de todo o planeta. Exemplo disso, são as capas N° 4467 (Figura 37) onde se apresenta a telenovela infantil venezuelana *ISA TKM* criada pelo canal infantil Nickelodeon e a Sony ou a N° 4212 onde se introduz no repertório infantil o desenho animado japonês *Digimon* que estava começando a ser difundido no ano 2000 no canal infantil FOX Kids.

Figura 37 - Capas da revista *Billiken* N° 4288 (2002) e N° 4625 (2008).



Fonte: Biblioteca Nacional da Republica Argentina e acervo do autor.

A integração das mídias se converteu no foco fundamental da revista na década colocando referentes de uma cultura visual globalizada, de origem nacional e internacional, no imaginário infantil. Prova disso pode se observar nas capas N° 4467 (Figura 38) e N° 4549 (Figura 38), onde os protagonistas são na primeira a cantora canadense Avril Lavigne e na segunda o jogador de futebol argentino Martin Palermo. Além das referências visuais à televisão, o cinema e os jogos, *Billiken* reconhece o avanço digital e, excetuando o primeiro número analisado, na totalidade das capas restantes aparece o endereço da sua web [www.billiken.com.ar](http://www.billiken.com.ar) onde se recupera e amplia o conteúdo da revista impressa. Essa conexão com a mídia digital coloca a representação infantil da *criança usuária*, que se relaciona, interage e se desenvolve no mundo digital.

Figura 38 - Capas da revista *Billiken* 4467 (2005) e N° 4549 (2008).



Fonte: Biblioteca Nacional da República Argentina e acervo do autor.

É importante destacar que em todos os casos que se apresentam imagens de crianças nas capas, elas respondem a ideia de infância e em nenhum caso se aborda a *minoridade* na representação infantil. Essa criança retratada em *Billiken* corresponde também à categoria de criança *hiper-realizada* que se encontra submergida nas mídias e não precisa dos adultos para aceder à informação. Além disso, a revista não amostra nenhum tipo de infância vinculada à pobreza ou à *criança de rua*, pelo contrário se lê nas capas que o leitor da *Billiken* é preferentemente a *criança de condomínio*, de classe média-alta que assiste ao ensino fundamental e se caracteriza por interatuar e consumir todas as mídias disponíveis -televisão, internet, cinema, desenhos animados, música, filmes, etc.-.

No que diz respeito à variável Linguagem Visual, tal como fez nos anos de 1970, a revista *Billiken* utiliza todas as possibilidades visuais para construir as suas capas. Sobre os elementos identificados, eles são Pictóricos, Verbais Numéricos e com uma forte presença de elementos Esquemáticos. No que respeita aos recursos gráficos há predomínio da ilustração tipo colagem misturando e modificando elementos de distintas técnicas como desenho e fotografia. Exemplo dessa técnica em capa é o N° 4265 (Figura 39) que apresenta uma cena de um piquenique típica dos dias da celebração da primavera, a imagem composta de uma ilustração digital e uma fotografia. Também é importante destacar que a utilização de fotografia corresponde a imagens de produtos audiovisuais de outras mídias como a capa N° 4519 (Figura 39) que traz como matéria principal a chegada da primavera e ao mesmo tempo introduz a telenovela infanto-juvenil argentina *Rincón de Luz*.

Figura 39 - Capas da revista *Billiken* 4265 (2001) e N° 4519 (2006).



Fonte: Biblioteca Nacional da República Argentina e acervo do autor.

Uma característica dessa década é que na capa não se apresenta uma cena inteira que funcione como conjunto, mas que, os distintos elementos tanto textuais quanto visuais, aparecem superpostos muitas vezes em configurações nas que concorrem todas as informações apresentadas. No que concerne aos recursos textuais, a marca experimenta três mudanças ao longo da época (Figura 40), destacando-se a última versão onde se fazem duas intervenções sobre o logotipo da revista, a primeira é a troca do ponto da cima da primeira *i* por um emoji de rosto que sorri, e a segunda, é a combinação da letra e com o signo @ gerando um novo signo. As duas mudanças respondem à linguagem digital emergente da época e que foi apropriada pelas crianças e adolescentes.

Figura 40 - Detalhe das mudanças do logotipo da revista *Billiken*.



Fonte: Acervo do autor.

Contrariamente à década anterior analisada, a marca da revista não tem slogan nem é acompanhada por nenhuma palavra em destaque. Um outro elemento textual fixo e a apresentação dos dados legais como o número da edição, a data, o preço tanto na Argentina quanto no Uruguai. Além disso, *Billiken* apresenta em cada número publicado uma manchete principal que sempre vem acompanhada por títulos secundários que referem a outras matérias ou brindes. É importante destacar que na maioria das vezes esses títulos estão acompanhados

por chamadas ou leads que aportam mais informações sobre as distintas matérias ou seções. Por isso, as capas da década dos anos 2000 tem maior porcentagem de texto que as de 1970 onde a centralidade era colocada na imagem. Uma outra diferença com as capas anteriores é que nos anos 2000 nunca há menos de quatro títulos expondo matérias, seções ou brindes.

*Billiken* continua nessa época com a configuração visual da década anterior, a marca é localizada na parte superior, a imagem na parte central e ao longo da época foram aparecendo e desaparecendo boxes de destaque e chamadas que no geral se localizaram na parte inferior.

A ocupação do campo no que diz respeito aos recursos visual e textual é caracterizada pelo equilíbrio dos dois elementos que ocupam entre o 51 e 99% da capa. A estrutura do campo visual predominante é a estrutura denominada formal, já que independentemente da quantidade de elementos na composição, pode se reconhecer uma racionalidade na apresentação deles. Finalmente essas estruturas são de tipo invisíveis na sua maioria embora em alguns casos se visibilizam porque as linhas de organização estão evidentes assim também como em boxes de cores diferenciados.

Sobre as combinações que oferece o esquema de estudo da linguagem gráfico verbal, as capas de *Billiken* no câmbio de milênio estão configuradas principalmente na combinação Pictórico Verbal Numérico / Não Linear Dirigido, já que a visão do leitor é atraída para a capa de diferentes maneiras simultaneamente tanto pelas imagens e textos. Essa configuração, mesmo que utilizada na década anterior, se refere à interface do computador donde as crianças estão frente a distintos estímulos simultaneamente. Da mesma forma com o aumento do recurso textual, nas capas se faz presente a combinação Verbal Numérico / Linear Interrompido para a organização de palavras e frases dentro do campo visual delimitado.

*Billiken* no seu miolo coloca entre suas primeiras páginas a matéria de capa, geralmente apresentada em duas páginas de extensão donde o assunto é abordado de maneira conjunta, são poucos os casos que a matéria esta dividida em abertura, olho e final. Outras características respeito da configuração geral que são mantidas ao longo do período são o uso da cor, o formato paisagem e o desenvolvimento do assunto entre dois e quatro páginas. Em alguns casos nas capas se apresenta o brinde que acompanha a revista e dentro dela não se faz referência alguma a ele. As matérias de capa abordam principalmente assuntos da TV e o cinema de sucesso ou que estão está prestes a estrear como é o caso do N° 4492 (Figura41) que apresenta o seriado

americano *Power Rangers SPD*. Essa matéria tem também a particularidade de ser uma das únicas que utiliza o formato paisagem na sua configuração.

Figura 41 - Matéria principal da revista Billiken N° 4492 (2006).



Fonte: Acervo do autor.

Como mencionamos no parágrafo anterior, a maioria dos assuntos abordados são produtos audiovisuais da TV que conformam o escopo de símbolos e referentes visuais de uma Cultura Visual dominada pela tela: do computador, da TV, do cinema e dos telefones. Um detalhe importante é que não há quase representação infantil nas matérias já que elas dedicam tudo o material visual a apresentação de seriados, personagens, desenhos animados e filmes. No caso que a matéria aborda um assunto que não é ficção, como o N° 4467 (Figura 42) que apresenta a cantora Avril Lavigne tampouco há representação infantil já que todas as imagens referem à artista e aos seus produtos midiáticos como CDs e DVDs. Nessa estratégia, a relação com o referente visual é diferente da década anterior: não é de identificação, mas se de admiração.

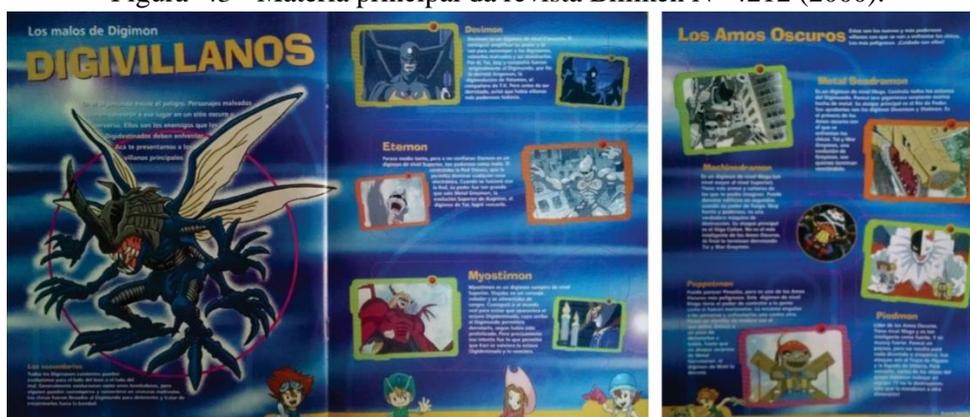
Figura 42 - Matéria principal da revista Billiken N° 4467 (2005).



Fonte: Acervo do autor.

A respeito da Linguagem Visual, no seu interior *Billiken* mantêm um equilíbrio entre os recursos gráficos e textuais que ocupam sempre entre o 51 e 99% do campo visual. Sobre os primeiros, há predomínio da fotografia artística porque se trata da apresentação de um produto cultural se utilizam imagens dessas mídias, e em menor medida se colocam ilustrações. A revista faz uso de todos os elementos textuais que funcionam como distintas entradas ao assunto, desde a manchete, os títulos secundários, a chamada ou o corpo mesmo da matéria. Essa configuração responde à combinação Pictórico Verbal Numérico / Não Linear Dirigido, já que a visão do leitor é atraída para o interior da matéria de diferentes maneiras simultaneamente tanto pelas imagens e textos. Da mesma forma com o aumento do recurso textual nas capas se faz presente a combinação Verbal Numérico / Linear Interrompido para a organização de palavras e frases dentro do campo visual delimitado que guiam a leitura como no caso do N° 4212 (Figura 43).

Figura 43 - Matéria principal da revista *Billiken* N° 4212 (2000).



Fonte: Acervo do autor.

Como podemos perceber ao longo deste período, e em comparação com o a década anterior, a revista *Billiken* apresentou uma grande mudança no que se refere ao conteúdo evidenciado nas capas e às referências visuais usadas para chegar ao público alvo: *criança leitora – criança cliente/usuária* (Figura 44). A representação infantil aparece associada aos novos ídolos adolescentes e os produtos cultura midiática. As novas possibilidades tecnológicas que o computador e os sofisticados softwares trouxeram ao campo visual permitiram a utilização de diferentes recursos gráficos como ilustrações digitais, fotografias, e ambos misturados em ilustrações do tipo colagem. Uma característica da época é a grande quantidade de informações na capa, tanto visuais como textuais, que se manifestam em estímulos constantes à vista do leitor e apresentam informações cada vez mais fragmentadas como na linguagem das mídias digitais.

Figura 44 - Capas da revista Billiken do mês de setembro dos anos de 1978 (Nº 3112) e 2008 (Nº 4625).



Fonte: Acervo do autor.

## **7 RECREIO, A REVISTA BRINQUEDO**

### **7.1 INFÂNCIA NO BRASIL 1970-2009**

Da mesma forma que acontece na Argentina, no intervalo de anos 1970-2009 o Brasil se encontra em um período marcado pela crise político social que tinha começado em 1964 através do regime militar que se fez com o poder através de um Golpe de Estado que continuou até 1985. Com a chegada da democracia, distintos problemas foram evidenciados para a sociedade como a não recuperação da crise econômica, o enfraquecimento do poder político e as marcas de um período de alienação cultural do país. Nas mesmas condições que o país antes analisado, o Brasil deu para à infância distintas experiências que estão em relação à estrutura social desigual produto das sucessivas crises. A partir disso, podemos identificar que as crianças, entrado o novo milênio, além de se diferenciar entre as privilegiadas e as não privilegiadas, podem se pensar desde novas instituições como o shopping, o mercado, a tecnologia e a experiência de consumo contínuo.

### **7.2 1970-1979 OS PRIMEIROS ANOS DA REVISTA *RECREIO***

Assim como foi explicado no começo da análise da revista *Billiken*, é preciso resumir algumas características de configuração que a revista manteve durante as duas décadas trabalhadas. Esses aspectos abordam e definem: o sistema de impressão que é offset; os tipos de papel utilizados são couché para as capas e offset para os miolos; o tipo de encadernação que é grampeado; e as cores de impressão que são sempre em policromia na totalidade da revista; e finalmente, a não utilização de acabamentos nas capas.

Entre os elementos que evidenciam mudanças podemos mencionar o tamanho da revista já que quando foi publicada por primeira vez tinha 20 por 26 cm aproximadamente e para o ano de 1977 mudou ao formato gibi -ou formatinho- de 13 por 21 cm aproximadamente se mantendo até final da década estudada. Uma outra característica que foi mudando é a quantidade de páginas que variou porque no começo da década só contava com 16, as vezes com os encartes chegava a 20, e no final dos anos setenta a publicação apresentava 32 páginas.

A respeito das capas da *Recreio*, também podemos fazer uma caracterização da configuração geral que se manteve ao longo das duas décadas de análise, já que todas se apresentaram capas do tipo figurativas e explicativas, dado que nelas se evidenciaram tanto desde a imagem como do texto os assuntos tratados no interior. Seja através da manchete, da imagem ou de seus

slogans: “*A revista brinquedo*” e “*leia, pinte, recorte e brinque*”, *Recreio* sempre explicava o conteúdo é o público alvo das revistas nas suas capas.

Figura 45 - Capas da revista *Recreio* N° 141 (1972), N° 252 (1974) e N° 235 (1974).



Fonte: Acervo do autor.

Entrando especificamente no estudo da Cultura Visual veiculada nas capas de *Recreio* nos anos de 1970, a revista apresenta principalmente as histórias que são abordadas no miolo. Essa característica é fundacional no percurso da publicação na época, já que em cada número se apresentava uma história que se desenvolvia de princípio ao fim, um tipo de recurso associado aos clássicos contos infantis. Por causa disso não pode se falar de uma organização tradicional através de seções diferenciadas, mas sim de uma estrutura dada pela narração da história. A cada número essa história era acompanhada de atividades acessórias além da leitura, como pintar, cortar e montar brinquedos que chegavam em encartes. Alguns números da *Recreio*, anunciados como “*Especiais*”, apresentam duas histórias como no N° 141 (Figura 45) no qual se relata além da história de capa *O rapto do coelho de páscoa*, a *Aventura do mapa do tesouro*. Mesmo que a maioria das capas abordem a história central do número, em várias delas se apresentam os brindes, como no caso do N° 252 (Figura 45) que lhe concede ao brinquedo (feijões pula-pula) a mesma proporção de espaço que à história *As aventuras de um Feijãozinho*. Os brindes da primeira década de análise da *Recreio* são principalmente brinquedos para montar, pequenos jogos de plástico ou como no caso N° 235 (Figura 45) que trazia ímãs com instruções para brincar com eles.

Nesse sentido, a revista não tinha uma finalidade educativa evidente já que os conteúdos não se referiam especificamente ao mundo escolar, mas que como o mesmo nome indica, se referia a um recreio, um momento de diversão. Prova disso são os slogans utilizados, o primeiro que acompanhou a revista até 1976 “*A revista brinquedo*”, e o segundo que versava “*Leia e pinte*.

*Recorte e brinque*”. Outros slogans utilizados para o final da década eram relacionados à mudança de tamanho (gibi) através da frase “*Formato gostoso*” e aos tipos de conteúdo encontrados na revista “*Histórias, Quadrinhos, Brincadeiras*”.

Sobre os tipos de representações infantis presentes nas capas, na maioria delas não há referência às figuras de crianças e nos casos que aparecem estão em segundo plano como no caso N° 166 (Figura 46) no qual a personagem protagonista da capa é um peixe que uma criança vê ou imagina. Como as cenas apresentadas não correspondem a âmbitos educacionais só pode se reconhecer a imagem de uma *criança de condomínio* (em contraposição à *de rua*), mas pode se fazer o pressuposto que a revista é dirigida à *criança leitora* mesmo sem referir-se a ela, dado que a proposta da *Recreio* é percorrer e intervir a revista enquanto se lê a história. Só um título se refere a um processo educacional, que motiva através do texto a aprender e ensinar aos amiguinhos a ver as horas no relógio cucu no N° 193 (Figura 46).

Figura 46 - Capas da revista *Recreio* N° 166 (1972), e N° 193 (1973).



Fonte: Acervo do autor.

A respeito da Linguagem Visual, *Recreio* é caracterizada por capas que tem predomínio dos elementos Pictóricos através de ilustrações e em segundo lugar elementos Verbais Numéricos para a manchete principal. Sobre o primeiro, podemos identificar duas etapas nas ilustrações da revista: uma primeira que apresenta ilustrações simples, de linha constante preta e cores planas que é utilizada até 1976, por exemplo a capa do N° 113 (Figura 47). A outra etapa coincide com a mudança de tamanho, nos números seguintes com diferentes técnicas como pintura de aquarelas sem linhas de contorno como o N° 398 (Figura 47). Um detalhe a remarcar das capas de *Recreio* é o uso das cores, elas são planas na sua maioria, saturadas e se apresentam uma ampla gama em cada número. Sobre a estrutura do campo visual predomina a estrutura denominada formal, já que independentemente da quantidade de elementos apresentados, pode

se reconhecer uma racionalidade na composição e em todos os casos essa estrutura é invisível. Uma outra característica marcante é a não utilização de fotografias em capas, esse recurso só aparecerá na década dos anos de 1980 que estão fora do recorte temporal da pesquisa.

Figura 47 - Capas da revista *Recreio* N° 113 (1971), N° 329 (1977), e N° 389 (1979).



Fonte: Acervo do autor.

A configuração da capa se manteve durante toda a década, colocando a marca na parte superior, debaixo a manchete que vai variando de posição direita-esquerda e na parte central localizando a imagem que refere à história do número. Além desses elementos, a *Recreio* coloca em destaque o brinde na parte inferior sempre numa lateral com a legenda “*Grátis*” ou “*Presente*” e com um box indicando onde está colado o presente como no caso N° 113 (Figura 47) que indica com legenda na parte inferior direita o brinde.

Na última categoria de análise encontramos o esquema de estudo da Linguagem Gráfico Verbal e dentre as diferentes combinações apresentadas as capas de *Recreio* estão configuradas na combinação Pictórico Verbal Numérico / Não Linear Dirigido, já que a visão do leitor é atraída para a capa de diferentes maneiras simultaneamente tanto pelos elementos Pictóricos (ilustrações) quanto pelos Verbais (marca, manchete ou slogans).

Resumindo, na primeira década de análise da *Recreio*, podemos reconhecer como a revista conseguiu se instalar no cotidiano das crianças através das histórias infantis semelhantes aos contos ou as fabulas simples nas quais as personagens principais na maioria das vezes são animais. Através das atividades como pintar, recortar e brincar que acompanhavam a história se convidava às crianças a se relacionar com a revista desde o entretenimento, mas que do educacional. Dentro algumas mudanças podemos mencionar a troca da periodicidade de publicação, até 1973 era uma revista semanal e depois passou a ser quinzenal.

Outro detalhe interessante é que *Recreio* reeditou as suas histórias e foram publicadas novamente desde 1976 com um adicional de atividades maior. A revista manteve a sua linha gráfica durante todo o período baseada em ilustrações simples no começo e com variedade de graus de detalhe finalizando a década. Além da proposta interior, a publicação chegava com um brinde, geralmente algum encarte para ser recortado e montar. Esse brinde, junto com a híbrida função de entreter-educar e o baixo custo, acessível à classe média, transformaram a revista *Recreio* em um sucesso de público.

### 7.3 2000-2009 UMA RENOVAÇÃO DE SUCESSO

Após ter deixado de ser publicada no começo dos anos 80, a revista *Recreio* voltou às bancas brasileiras totalmente renovada. As mudanças na revista responderam ao avanço das mídias e à necessidade de se separar do âmbito educacional. *Recreio* desde o seu lançamento visava atrair aos leitores com informações curiosas, passatempos, piadas e tirinhas deixando ao lado as histórias e a literatura infantil que lhe deram o seu perfil literário característico da primeira fase.

Sobre a configuração material da revista, primeiramente se apresenta um novo tamanho da revista que se mantém até o final da década analisada: 20 por 26,5 cm. No que se refere à quantidade de páginas, o número se manteve em 44 durante a década toda.

Figura 48 - Capas da revista *Recreio* N° 58 (2001), N° 81 (2001) e N° 474 (2009).



Fonte: Acervo do autor.

Da mesma forma que *Billiken* faz nos anos 2000, *Recreio* expõe em quase a totalidade das suas capas matérias ou conteúdos referidos à crescente cultura midiática da época vinculada principalmente à TV. Os assuntos são abordados desde a apresentação no lugar central colocando um produto cultural infantil como é o caso da capa do N° 58 (Figura 48) que se refere ao desenho animado que vira filme Pokémon e a do N° 81 (Figura 48) que introduz um novo programa *O Sítio do Picapau Amarelo* na TV do momento (único assunto de origem nacional);

ou a referência a um brinde da revista como no N° 474 (Figura 48) onde a revista traz as instruções para armar bonecos de Páscoa. Na maioria dos casos, a representação infantil está em segundo plano já que o leitor-cliente não precisa se identificar com a imagem, mas sim reconhecer as personagens que ele consome nas outras mídias. As clássicas cenas que apresentavam a história do número publicado perdem presença diante dos produtos midiáticos para crianças e são mínimos os casos onde se colocam assuntos gerados pela própria revista.

Em *Recreio* continua a estratégia do brinde que acompanha a revista que lhe garantiu o sucesso nos 70, mas nos 2000 chegava às bancas acompanhada de uma grande variedade de presentes anexos como cadernos, fascículos, livros e gibis colecionáveis, pequenos brinquedos de plástico, mochilas, pastas, figurinhas adesivas, letras-robô, etc. Desde o primeiro número a revista se estabelece como publicação de formato sacola já que no N° 1 (Figura 49) *Recreio* era acompanhada por uma mochila, fascículos colecionáveis e um fichário. Mesmo que a revista não colocava o aspecto educacional na capa através dos presentes se assegurava a escolha que os pais faziam da dela.

A respeito da construção do imaginário do leitor a revista continua sem colocar crianças nas capas, mas as imagens que referem a ela respondem a figuras fictícias que provem de desenhos animados como *Jymmy Netron* ou *Dexter* e de produtos visuais do da época como as mascotes dos *Jogos Olímpicos* que aparecem no N° 439 (Figura 49).

Figura 49 - Capas da revista *Recreio* N° 1 (2000) e N° 439 (2009).



Fonte: Acervo do autor.

O relançamento da *Recreio* não foi por acaso na mudança de milênio, já que a infância ocupava o lugar central do mercado e da cultura midiática nessa época e principalmente a revista se encontra em um mercado sem concorrentes, além da revista *A Turma da Monica* que pertence

ao gênero de HQs. Nesse contexto, a figura de *criança cliente* se faz evidente através da utilização de recursos de marketing nas capas como ser boxes, formas, personagens e chamadas que concorrem pela atenção da criança. Através do assunto de capa *Recreio* organiza as distintas seções da publicação; o brinquedo ou brinde faz parte de uma estratégia de fidelização e estão em relação com o assunto da capa.

Como aconteceu com *Billiken*, a revista teve que colocar a atenção nos referentes de uma cultura visual globalizada, retratá-los e servir-se deles para captar a atenção das crianças que eram estimuladas por todas as mídias. Essa crescente relação com outras mídias pode se observar nas capas Nº 262 (Figura 49) e Nº 184 (Figura 50), onde os protagonistas são na primeira o protagonista do filme *Robôs* e na segunda a personagem *Dexter* do desenho infantil com o mesmo nome. Além das referências visuais à televisão, o cinema e os jogos, *Recreio* reconhece o avanço digital e, excetuando o primeiro número, na totalidade das capas restantes aparece o endereço da sua web [www.recreionline.com.br](http://www.recreionline.com.br) onde se recupera e amplia o conteúdo da revista impressa. Essa conexão com a mídia digital coloca a representação infantil da *criança usuária*, que se relaciona, interage e se desenvolve no mundo digital.

Figura 50 - Capas da revista *Recreio* Nº 262 (2000), Nº 184 (2009) e Nº 130 (2002).



Fonte: Acervo do autor.

No que diz respeito à variável Linguagem Visual, a diferença dos anos de 1970, a revista *Recreio* utiliza todas as possibilidades visuais para construir as suas capas. Sobre os elementos identificados, eles são Pictóricos, Verbais Numéricos e com uma forte presença de elementos Esquemáticos. No que respeita aos recursos gráficos há predomínio da ilustração tipo colagem misturando elementos de distintas técnicas como desenho e fotografia. Também é importante destacar que a utilização de imagens corresponde às imagens de produtos audiovisuais de outras

mídias como a capa N° 130 (Figura 49) que traz como matéria principal a chegada ao cinema do clássico filme *A Bela e a Fera*.

No que respeita à organização do espaço de capa, *Recreio* coloca as imagens sempre no lugar central na capa, no entanto os textos têm pequenas variações. A marca quase sempre é colocada na parte superior, as manchetes no centro sobre a imagem e as palavras em destaque que indicam seções ou matérias como “*Teste*”, “*Curiosidades*” ou “*Quadrinhos*” sempre estão acima da marca.

Uma outra característica dessa década é que na capa não se apresenta uma cena inteira que funcione como conjunto, mas que, os distintos elementos tanto textuais quanto visuais, aparecem superpostos muitas vezes em configurações nas que concorrem todas as informações apresentadas. Respeito aos recursos textuais, a nova marca não apresenta mudanças, mas sim palavras que a acompanham. Essas palavras referem ao conteúdo e variam entre “*Quadrinhos*”, “*Passatempos*”, “*Teste*”, “*Games*”, dentre outros e as vezes aparecem títulos de matérias secundárias.

Um outro elemento textual fixo e a apresentação dos dados legais como o número da edição, a data e o preço. *Recreio* apresenta em cada número publicado uma manchete principal que sempre vem acompanhado por títulos secundários que referem a outras matérias ou brindes. É importante destacar que na maioria das vezes esses títulos estão acompanhados por chamadas ou leads que aportam mais informações sobre as distintas matérias ou seções. Por isso, as capas da década dos anos 2000 tem maior porcentagem de texto que as de 1970 onde a centralidade era colocada na imagem. Uma outra diferença com as capas anteriores é que nunca há menos de três títulos expondo matérias, seções ou brindes que acompanham a revista.

À ocupação do campo no que diz respeito aos recursos visual e textual é caracterizada pelo equilíbrio dos dois elementos que ocupam entre o 51 e 99% da capa. Já no tratamento da estrutura do campo visual, predomina a estrutura denominada formal, já que independentemente da quantidade de elementos na composição, pode se reconhecer uma racionalidade na apresentação deles. Finalmente essas estruturas são de tipo invisíveis na sua maioria embora em alguns casos se visibilizam porque as linhas de organização estão evidentes assim também como em boxes de cores diferenciados.

Sobre as combinações que oferece o esquema de estudo da Linguagem Gráfico Verbal, as capas de *Recreio* no câmbio de milênio estão em sintonia com as de *Billiken*, as duas configuradas principalmente na combinação Pictórico Verbal Numérico / Não Linear Dirigido, já que a visão do leitor é atraída para a capa de diferentes maneiras ao mesmo tempo tanto pelas imagens e textos. Essa configuração, mesmo que utilizada na década anterior, refere à interface do computador donde as crianças estão frente a distintos estímulos simultaneamente. Da mesma forma com o aumento do recurso textual nas capas se faz presente a combinação Verbal Numérico / Linear Interrompido para a organização de palavras e frases dentro do campo visual delimitado.

A respeito das seções interiores, *Recreio* dá ao assunto da capa geralmente quatro páginas, mas é interessante destacar que um mesmo assunto pode ser abordado em diferentes seções no miolo. Por exemplo, o N° 58 (Figura 51) trata sobre o desenho animado *Pokémon* que chega ao cinema e o assunto é colocado em três páginas na seção *Na TV* mas também o assunto aparece na seção *Games*. Na maioria dos casos a estrutura da matéria se resolve em abertura e olho, nos casos em que o desenvolvimento tem entre quatro a cinco páginas pode se diferenciar melhor a abertura, o olho e o final. Outras características referentes à configuração geral que são mantidas ao longo do período são o uso da cor e o formato paisagem.

Como mencionamos no parágrafo anterior, a maioria dos assuntos abordados são produtos audiovisuais da TV que conformam o escopo de símbolos e referentes visuais de uma Cultura Visual dominada pela tela: do computador, da TV, do cinema e dos telefones. Um detalhe importante é que não há quase representação infantil nas matérias já que elas dedicam tudo o material visual a apresentação de seriados, músicos, desenhos animados e filmes.

Figura 51 - Matéria principal da revista *Recreio* N° 58 (2001).



Fonte: Acervo do autor.

A respeito da Linguagem Visual, no seu interior *Recreio* mantêm um equilíbrio entre os recursos gráficos e textuais que ocupam sempre entre o 51 e 99% do campo visual. Sobre os primeiros, há predomínio da ilustração digital porque se trata geralmente da apresentação de um produto cultural animado. A revista faz uso de todos os elementos textuais que funcionam como distintas entradas ao assunto, desde a manchete, os títulos secundários, a chamada, indicador de seção, número de página ou o corpo mesmo da matéria. Essa configuração responde à combinação Pictórico Verbal Numérico / Não Linear Dirigido, já que a visão do leitor é atraída para o interior da matéria de diferentes maneiras simultaneamente tanto pelas imagens e textos. Essa combinação resulta também da introdução de infográficos nas matérias e da utilização de recursos como boxes e chamadas para destacar informações como no N° 474 (Figura 52). Da mesma forma com o aumento do recurso textual nas capas se fazem presentes as combinações Verbal Numérico / Linear Interrompido e Verbal Numérico / Lista para a organização de palavras e frases dentro do campo visual delimitado que guiam a leitura.

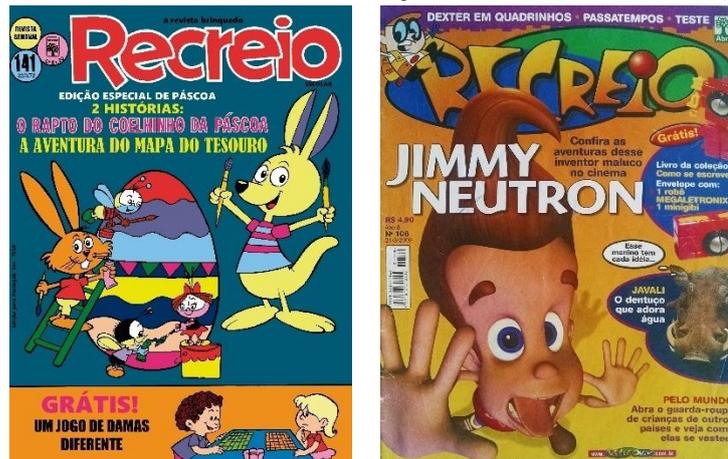
Figura 52 - Matéria principal da revista *Recreio* N° 474 (2009).



Fonte: Acervo do autor.

Como podemos perceber ao longo deste período, e em comparação com o a década anterior, a revista *Recreio* com o seu relançamento apresentou uma drástica mudança de conteúdo evidenciado nas capas e nos referentes utilizados para chegar ao seu público alvo. A representação infantil aparece associada aos novos produtos cultura midiática vinculados principalmente à TV. Assim como aconteceu com a revista *Billiken*, graças às novas possibilidades tecnológicas permitiram a utilização de diferentes recursos gráficos como ilustrações digitais e fotografias. Uma característica da época é a grande quantidade de informações, tanto visuais como textuais, na capa e na matéria principal que se manifestam em estímulos constantes à vista do leitor e apresentam informações cada vez mais fragmentadas como na linguagem das mídias digitais.

Figura 53 - Capas da revista Recreio do mês de março dos anos de 1972 (Nº 141) e 2002 (Nº 166).



Fonte: Acervo do autor.

## 8 DIÁLOGOS ENTRE AS REVISTAS *BILLIKEN* E *RECREIO*

Neste capítulo, por meio dos resultados das análises, buscamos as contribuições que fizeram tanto *Billiken* quanto *Recreio* vetores para a construção do gênero editorial revista infantil nas décadas dos anos de 1970 e 2000. Dessa forma, se compararam as características particulares de configuração que as duas revistas apresentam tanto na sua Linguagem Visual quanto na sua Cultura Visual. Para tais fins, foi fundamental um levantamento teórico sobre a revista e sua história, o design da informação e a cultura visual que permitisse identificar categorias de análise observáveis.

A respeito da Cultura Visual veiculada nas revistas, as duas colocaram referências no imaginário social e repertório visual de forma totalmente diferente. *Billiken* sustentada na sua ampla trajetória, para os anos de 1970 continuou com a estratégia de trazer às crianças assuntos referidos a datas comemorativas como o 25 de Mayo e de auxílio à escola como a Região da Patagônia. O seguimento do calendário escolar argentino deu a *Billiken* o seu perfil clássico, educacional e conservador que a acompanharia até finais do século. Em segundo plano, a revista retratou nas suas capas os brindes que acompanhavam cada número, sejam eles suplementos colecionáveis, materiais escolares ou pequenos brinquedos como um dominó. A partir das suas capas *Billiken* organizou o conteúdo, no seu interior era dividida em seções que atendiam todos os interesses de uma criança que assistia ao ensino fundamental argentino: gêneros informativos, de entretenimento e principalmente educativos (Figura 54). No começo da década *Billiken* dividia as seções entre as distintas series do ensino escolar (primeira, segunda, terceira, etc.) mas com o decorrer da década mudou os nomes de forma de agrupar assuntos como *Calendario Escolar*, *Ciencias Sociales*, *Ciencias Naturales*, *Enciclopedia*, *Juegos*, etc.

Figura 54 - Capa e páginas da revista *Billiken* N° 2679 de 1972.



Fonte: Acervo do autor.

No entanto a revista *Recreio* na mesma época consolidou a fórmula de abordar uma história na publicação toda. Através da apresentação em capa de personagens de contos como O Leão Máximo, essa revista atraiu às crianças brasileiras a percorrer as suas folhas e fazer diferentes atividades como colorir e recortar encartes (Figura 55). A publicação se relaciona com a literatura através de contos e fábulas que deram espaço à divulgação da nova literatura infantil dos anos de 1970 através de autoras como Ana Maria Machado e Ruth Rocha. Mesmo que com conteúdo estratégias diferentes, um ponto de encontro com *Billiken* é que *Recreio* também introduz nas capas temas sazonais tais como a primavera, páscoa, o natal, etc.

Figura 55 - Capa e páginas da revista *Recreio* N° 113 de 1971.



Fonte: Acervo do autor.

Para a chegada dos anos 2000, a natureza dos assuntos principais nas duas revistas mudou drasticamente. Nem *Billiken* nem *Recreio* colocaram em capa literatura ou conteúdos educativos com a mesma importância das décadas anteriores. A fórmula mudou conforme mudaram os costumes, práticas de leitura e até os próprios leitores da revista. Por isso, as duas revistas colocaram nas suas capas assuntos vinculados a uma nova e crescente cultura midiática que trazia ao cotidiano das crianças referências visuais vindas do mundo todo (Figura 56). *Billiken* já não só retratava os heróis da história argentina, nesses anos passaram pelas suas capas músicos, esportistas e principalmente seriados televisivos como *Rincón de Luz*, *Powers Rangers SPD*, etc. Por sua parte, com uma fórmula muito semelhante, *Recreio* colocaria no repertório visual infantil os protagonistas das estreias de seriados televisivos e de cinema como *Robô* ou *O Sítio do Picapau Amarelo*, introduzindo uma nova forma de conteúdo para crianças que pouca relação tem com o seu perfil da primeira etapa.

Figura 56 - Capas das revistas *Billiken* e *Recreio* da década dos anos 2000.



Fonte: Acervo do autor.

Respeito ao tipo representação infantil em *Billiken* predominam as representações realistas de crianças (leitoras) já que conseguir a identificação dos leitores era a função principal da capa (Figura 57). Em segundo lugar aparecem animais humanizados, com destaque da personagem clássica da cultura argentina o *Mono Relojero* que acompanhou as capas entre 1973-1976. Por sua parte, *Recreio* como mencionamos anteriormente privilegiou a apresentação das personagens (animais humanizados) protagonistas das histórias em capa, mesmo assim nos casos que aparecem crianças elas tem traços humanos realistas.

Figura 57 - Fragmentos das representações infantis (crianças leitoras) nas capas das revistas *Billiken* e *Recreio* da década dos anos 1970.



Fonte: Acervo do autor.

Essa tendência mudou completamente, já que para o ano 2000 são poucas as representações dos leitores nas revistas (Figura 58). *Billiken* e *Recreio* se encarregaram de colocar no repertório visual infantil personagens e produtos da mais variada indústria audiovisual da época. Por isso a imagem da criança ocupará nesse período um lugar secundário ou acessório frente ao das personagens midiáticas. Em alguns casos as representações infantis vão interagir com a personagem principal retratado, mas não conseguem tirar o foco do leitor na personagem seja músico, desenho animado, personagem de filme ou qualquer outra representação.

Figura 58 - Fragmento das representações infantis (personagens midiáticas) nas capas das revistas *Billiken* e *Recreio* da década dos anos 2000.



Fonte: Acervo do autor.

Tanto *Billiken* quanto *Recreio* aproveitaram o contexto político-social da década para instalar e consolidar os seus estilos estéticos e de conteúdo, sempre dirigindo-se a uma criança privilegiada. Nesse sentido, as figuras da infância veiculadas nas revistas referem à ideia de criança leitora, que mora num condomínio e está longe da ideia de pobreza, da rua e da vulnerabilidade que nunca fora retratada nas publicações. Essa característica não mudou para os anos 2000 nos quais as diferenças sociais se acentuaram em maior medida, todavia a revista não as retratou. As duas publicações tiveram um perfil claro de leitor, uma criança que circula entre as mídias com total liberdade e independência, uma criança das denominadas *hiper-realizada*.

A respeito da Linguagem Visual, para os anos 70 as duas revisas empregaram todos os elementos com predomínio dos Pictóricos (imagem) e Verbais (texto). Do primeiro destaca-se a utilização da ilustração analógica, em *Recreio* caracterizada pelos desenhos simples, de linha preta e com cores planas. Já *Billiken* experimentou mais com os recursos gráficos e empregava em edições especiais a fotografia, coisa que a *Recreio* não fez na década toda. Nesse período grandes ilustradores de destacaram como é o caso de Coper e Raúl Stévano nas capas argentinas e nas capas brasileiras Renato Canini, Izomar Camargo Guilherme, Waldyr Igayara de Souza, dentre outros.

Para o ano 2000, as capas começaram a empregar referências visuais aos produtos midiáticos da TV, o cinema e o mundo digital. O avanço da informática permitiu novas formas de leitura em simultâneo e as revistas empregaram essa nova influência do mundo digital para leva-la à sua Linguagem Visual por meio da colocação de distintos estímulos visuais nas capas e matérias. A respeito das últimas, elas não só se organizavam em abertura, olho e final, senão que muitas informações são colocadas como secundárias ou em simultâneo com o texto

principal por meio de boxes, chamadas e todo tipo de recursos pictóricos, verbais e esquemáticos. Essa mudança respondeu principalmente às novas formas e práticas de leitura que as mídias digitais proporcionaram às crianças.

Auxiliados em Steimberg (1998) começamos esta pesquisa pensando em uma definição e caracterização da revista infantil como gênero editorial que se diferenciava dos outros gêneros com os quais convive em um determinado contexto. Para isso estabelecemos que a revista infantil tinha características materiais e de configuração próprias do gênero como o suporte, estrutura, público, audiência, conteúdo, cultura visual, linguagem visual, elementos gráficos. Depois de ter realizado as análises podemos resumir algumas características das revistas ao longo do tempo e compará-las como passo prévio a definir o gênero – revista infantil– nas considerações finais. Em detalhe (Tabela 03):

Tabela 3 - Resumo comparativo das características das revistas *Billiken* e *Recreio* ao longo das décadas de 1970 e 2000.

<b>Caraterísticas</b>	<b>1970</b>	<b>2000</b>
<b>Suporte</b>	Tamanho similar a uma A4, policromia, papeis couché (capa) e offset (miolo), grampeado atendendo ao caráter de artefato efêmero (semanal).	Não mudaram as características físicas do suporte, mas a periodicidade variou de semanal/quinzenal a mensal.
<b>Estrutura</b>	- <i>Billiken</i> : Seções diferenciadas na revista. - <i>Recreio</i> : História/s que percorrem a revista toda.	Seções diferenciadas.
<b>Público</b>	Crianças escolarizadas, dentre 4 e 12 anos aproximadamente.	Crianças escolarizadas, dentre 9 e 13 anos aprox., pré-adolescentes, independentes, que circulam entre todas as mídias principalmente as digitais.
<b>Audiência</b>	Crianças, pais, tutores e professores estão envolvidos na leitura da revista e na realização das atividades propostas por ela.	Só as crianças manipulam a revista com seus colegas ou amigos.

<b>Prática de leitura</b>	Mediada por adultos, pais, professores, tutores, etc. Leitura coletiva.	Não mediada por adultos, mas compartilhada com pares. Leitura individual-coletiva.
<b>Conteúdo</b>	- <i>Billiken</i> : Conteúdos educativos e seguimento do calendário escolar argentino com atividades complementares. - <i>Recreio</i> : Conteúdos literários similares aos contos e fábulas brasileiras com atividades complementares.	Conteúdos principalmente de entretenimento relacionado aos produtos audiovisuais infantis da cultura midiática crescente.  Em segundo plano aparece o conteúdo educativo e as atividades complementares.
<b>Cultura Visual</b>	- <i>Billiken</i> : Referências visuais vinculadas ao país como heróis da história, acontecimentos nacionais ou a figura da <i>criança leitora</i> . - <i>Recreio</i> : Apresentação das personagens das histórias nacionais, geralmente animais humanizados.	Referências visuais vindas de outras mídias como TV, cinema, desenhos animados, seriados, música, etc. Se introduzem no imaginário personagens globais, da cultura midiática e não há quase representação infantil.
<b>Linguagem Visual</b>	Utilização de elementos pictóricos (ilustrações analógicas com diferente grau de detalhe) e textuais (em diferentes variáveis). Configurações visuais que fazem referência à mídia impressa. <i>Billiken</i> introduz a fotografia nas capas e uma experimentação maior com a diversidade de estilos de ilustrações.	Utilização de elementos pictóricos (ilustrações tipo colagem), textuais (em diferentes variáveis) e esquemáticos (boxes, caixas, etc.) Configurações visuais que fazem referência à mídia digital; múltiplos estímulos, fragmentação, links, etc.
<b>Material Gráfico</b>	Revista mais brinde de papel ou plástico, geralmente colecionável.	Revista “formato sacola”, além da revista chaga um brinde e alguns produtos colecionáveis como pôsteres, figurinhas adesivas, contos, CDs, brinquedos, fascículos, revistinhas, HQs, mapas, horários, entre outros.

Elaboração própria.

Uma vez discutidas e resumidas as observações realizadas tanto em *Billiken* quanto em *Recreio* podemos reafirmar e adicionar algumas características que poderiam definir a revista infantil como gênero editorial.

Com a passagem do tempo as duas principais características que se mantiveram foram: o suporte e o público. Sobre o primeiro, as mudanças tecnológicas acompanharam o desenvolvimento tecnológico, mas sem perder de vista o caráter efêmero do artefato, pelo qual características enquanto a tipo de impressão, papel, tintas, etc. não mudaram.

No que diz respeito ao público, característica inalterável, podemos reconhecer uma mudança na faixa etária dos leitores aos quais se pretende chegar. Se para os anos 70 as revistas significavam um momento de leitura compartilhada com os pais no ambiente do lar ou na escola com os professores, para os anos 2000 a utilização da revista passou a ser exclusiva das crianças. Já que podemos supor que o leitor atual das publicações é pré-adolescente e tem de 9 a 13 anos, sendo que na década anterior considerávamos uma criança dentre 4 e 12 anos aproximadamente. Esse fato evidencia também o desaparecimento da audiência vinculada aos adultos no momento de manipular as revistas. Com a mudança do público e a audiência se modificaram as práticas de leitura passando de mediadas para não mediadas. O novo leitor da revista infantil não precisa da ajuda de um adulto pelo contrário ele é independente e consegue circular por todas as mídias disponíveis com total independência.

No que refere aos tipos de conteúdo, longe de ser puramente educativas como em épocas anteriores, tanto *Billiken* quanto *Recreio* oferecem entretenimento as crianças e a partir disso se insere algum tipo de informação educativa. Em nenhum dos casos analisados do novo milênio a estratégia foi inversa. A cultura midiática (seriados, música, filmes, etc.) é o assunto privilegiado junto aos brindes que acompanham a revista (brinquedos, CDs, álbuns, etc.), assim os conteúdos educativos (História, Ciências Sociais, Matemática, etc.) se apresentam em segundo ou último plano. Uma outra estratégia das revistas é colocar o material educativo por fora do miolo, chegando assim através de suplementos ou fascículos colecionáveis.

Finalmente, sobre a exploração do aspecto visual, ele foi abordado por duas variáveis que convergem no artefato revista. A primeira delas, a Cultura Visual, constituída pelas imagens geradoras de experiências significantes que são colocadas no cotidiano das crianças. Esse escopo visual introduz no imaginário infantil referências tanto locais quanto globais que dão

conta de dois fenômenos do novo milênio: a globalização e o avanço da cultura midiática. Nesse sentido, a revista infantil já não concorre com as outras mídias pela atenção das crianças, mas se alia e as potencializa. Tanto *Billiken* quanto *Recreio* retratam, quase como um catálogo, referências visuais advindas dos produtos audiovisuais do momento: personagens de seriados, estreias de filmes, músicos, artistas da TV, etc.

Em segundo lugar, a Linguagem Visual funciona como mediador que faz o conteúdo se tornar visível e compreensível para as crianças. Apoiadas nos avanços tecnológicos as revistas experimentaram e combinaram configurações visuais que sejam semelhantes as mídias digitais para facilitar a apreensão da informação por parte das crianças. Isso pode ser reconhecer na utilização de diversos recursos em conjunto, no privilégio da fotografia, na grande diversidade de estímulos que funcionam em simultâneo na capa e nas páginas, na fragmentação e principalmente, no constante link com as outras mídias com as que as crianças também convivem.

## 9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesse último capítulo da dissertação voltamos às questões propostas no início da pesquisa por meio das quais fazemos uma reflexão acerca das hipóteses e dos objetivos estabelecidos para este estudo.

Sob uma hipótese principal a qual estabelece que as revistas infantis impressas *Billiken* da Argentina e *Recreio* do Brasil construíram o gênero editorial em cada país configurando na sua Linguagem Visual e na Cultura Visual características contextuais, estilísticas e culturais das décadas dos anos de 1970 e 2000, procuramos evidenciar as trajetórias das duas publicações em relação a esses determinantes.

Ao mesmo tempo, além da antes mencionada, uma hipótese secundária explana que é possível encontrar semelhanças na configuração de *Billiken* e *Recreio* com o passar do tempo, evidenciando-se na chegada dos anos dois mil, produto da globalização, o avanço da cultura midiática e a unificação de um tipo de experiência da infância a nível global, não se configurando assim na década dos anos setenta.

Os questionamentos da pesquisa foram respondidos através da metodologia de tipo qualitativa (LAKATOS & MARCONI, 2003) e histórico-narrativa (SAUTÚ, 2003) adotada e do desenvolvimento do instrumento de coleta de dados empregado na análise: a Guia de Observação. Essa última permitiu analisar as distintas categorias elaboradas a partir da fundamentação teórica referida vinda do Design e da Cultura Visual focando na Revista, artefato de interseção entre os dois campos e objeto de estudo dessa pesquisa. Ainda que o instrumento tenha sido eficaz, poderíamos aprofundar mais a análise das categorias no campo da Cultura Visual focando tanto nas referências e símbolos que dão conta do contexto de produção e circulação do artefato impresso quanto nas práticas de visualização e recepção dos estímulos visuais.

Considerando a revista infantil como artefato cultural e sistema de informação, os 76 exemplares analisados foram abordados de forma a determinar e descrever as contribuições que fizeram da *Billiken* e *Recreio* construções do gênero editorial revista infantil nas décadas de estudo. Dessa forma, se compararam as características particulares de configuração que as duas revistas apresentam tanto na sua Linguagem Visual quanto na sua Cultura Visual. Para tais fins,

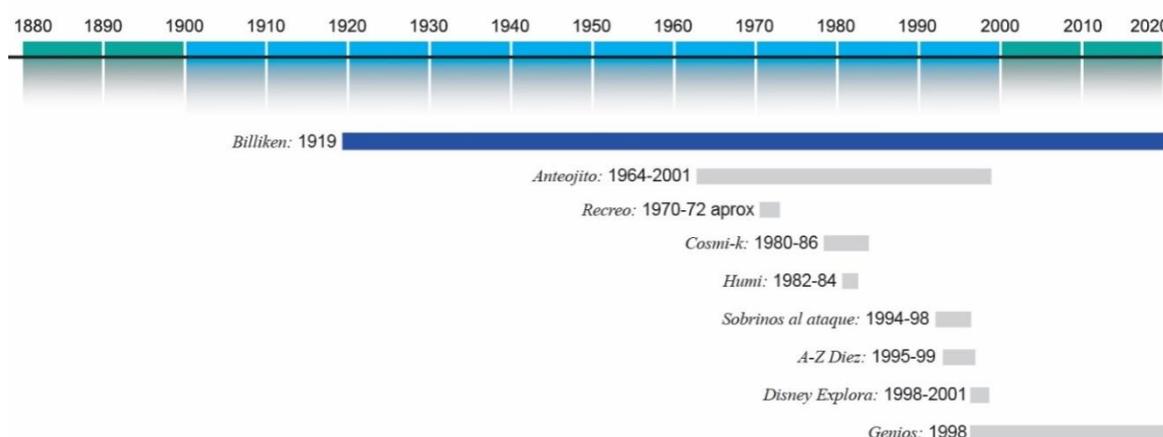
fez-se relevante um levantamento teórico sobre a revista e sua história, o design da informação e a cultura visual que permitisse identificar categorias de análise observáveis.

Levando em consideração as hipóteses colocadas, podemos afirmar que foram constatadas parcialmente já que nos anos 70 as revistas se mostraram totalmente diferentes tanto Cultura Visual quanto Linguagem Visual. Porém, para os anos 2000 apresentam um escopo de referências visuais pertencentes a uma cultura global que gera experiências e práticas significantes semelhantes no cotidiano das crianças.

A revista *Billiken*, pioneira e com longa tradição na mídia impressa argentina, conseguiu se consolidar nos anos de 1970 com um perfil educativo e conservador. Esse perfil foi reforçado com a colocação de referências e símbolos de uma Cultura Visual local atendendo ao contexto nacionalista da época. A respeito da sua Linguagem visual, as revistas se assemelham à configuração dos livros didáticos das crianças escolarizadas.

A influência da *Billiken* sobre o gênero editorial revista infantil argentino pode-se constatar não só na sua longa trajetória no mercado e cotidiano infantil, senão em como a partir dela como projeto editorial, passados os anos sessenta, surgiram outros projetos com a mesma estratégia editorial (Figura 59). Trata-se de, na sua maioria, publicações periódicas ilustradas dirigidas exclusivamente às crianças em idade escolar colocando para elas conteúdos educativos e de entretenimento. Mas nenhuma delas conseguiu sobreviver por mais de 5 anos aproximadamente (com exceção da revista *Anteojito*) ou à chegada do novo milênio (com exceção da revista *Genios*).

Figura 59 - Linha de tempo do gênero editorial revista infantil na Argentina com destaque na revista *Billiken*.



Elaboração própria.

Liderar o mercado infantil e dar forma ao gênero editorial na Argentina não só se trata das mudanças de conteúdos ao longo do tempo, pelo contrário trata-se de uma visão mais ampla do consumo da revista infantil impressa num contexto cada vez mais digital. *Billiken* conseguiu duas ações que garantiram o sucesso: a primeira delas, reconhecer a mudança no seu público desde criança leitora a criança usuária passando pela criança cliente; e, em segundo lugar, *Billiken* longe de competir com a cultura midiática aliou-se a elas para sobreviver. Reflexo disso é a mudança das suas capas no decorrer das décadas onde se reconhecem todas essas mudanças (Figura 60).

Figura 60 - Capas da revista infantil *Billiken* entre os anos de 1970 e a atualidade.

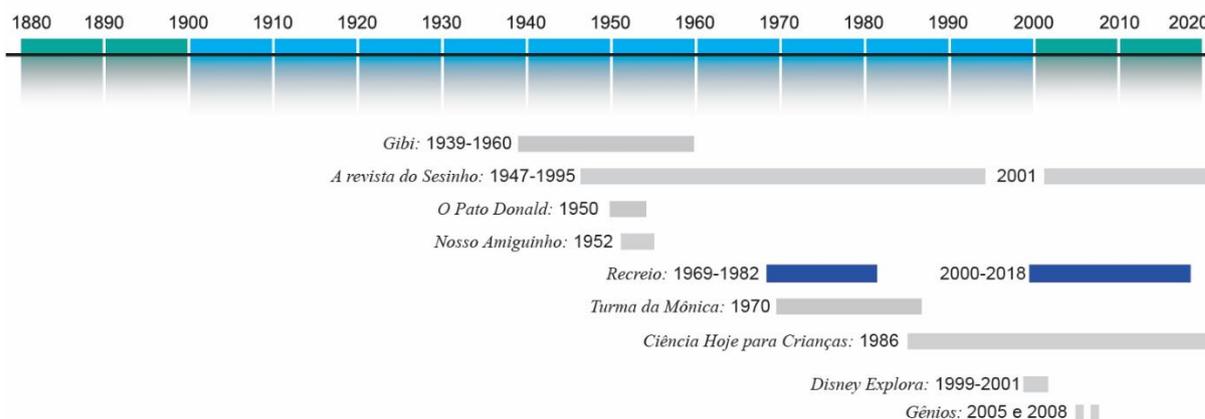


Fonte: Acervo do autor.

Por sua parte, a revista *Recreio* no mesmo período inaugurava o gênero e atingia com sucesso o mercado infantil brasileiro apresentando às crianças uma publicação com claras semelhanças aos contos e histórias em quadrinhos que circulavam nesse público. Do conto infantil *Recreio* empregou a sua Linguagem visual para compor o seu conteúdo gráfico e verbal.

A diferença da revista *Billiken*, mesmo que seja considerada a primeira do gênero infantil, *Recreio* não conseguiu a consolidação e influência sobre outras no Brasil. Ela concorreu durante muitos anos só com revistas de outros gêneros infantis como histórias em quadrinhos (Turma da Monica) ou projetos editoriais setorizados como as revistas de instituições, por exemplo A revista do Sesinho (SeSI), Ciência Hoje para Crianças (ICH), entre outras. No caso que apareceram revistas consideradas infantis como a *Recreio* tratava-se de licenças internacionais como Disney Explora ou réplicas de projetos de outros países como Gênios, as duas revistas também publicadas na Argentina (Figura 61).

Figura 61 - Linha de tempo do gênero editorial revista infantil no Brasil com destaque na revista *Recreio*.



Elaboração própria.

Mesmo que sem concorrentes diretas, *Recreio* saiu de circulação voltando nos anos 2000 com uma estratégia semelhante à *Billiken*. Longe de ser a ferramenta de leitura para aproximar aos pais com as crianças através de contos folclóricos e fábulas, a revista reconheceu as crianças do novo milênio como clientes e usuárias. Ao mesmo tempo, se potenciaram os links com os produtos audiovisuais, principalmente os vindos da TV, que a revista acompanhava e sugeria a cada número publicado (Figura 62).

Figura 62 - Capas da revista infantil *Recreio* entre os anos de 1970 e a atualidade.



Fonte: Acervo do autor.

Embora na primeira década analisada as duas revistas não apresentarem outras semelhanças além do suporte, público alvo e práticas de leitura, na chegada dos anos 2000 tanto a *Billiken* como a *Recreio*, souberam apostar numa nova configuração visual e de conteúdo marcada pela cultura midiática, produto da globalização. As propostas para a mudança de milênio não só foram em torno de uma Linguagem Visual diversificada, fragmentada e com múltiplas leituras, mas também em uma Cultura Visual constituída por símbolos e referências em nível global, sem fronteiras e com um forte vínculo às mídias digitais. Essa estratégia foi fundamental para

que as duas revistas se consolidassem entre as outras concorrentes e se mantivessem até a atualidade.

Um novo esquema teve que se estabelecer, a revista infantil já não é o artefato central da edição senão um valor a mais, um produto que precisa vincular-se constantemente com o mundo digital em claro avanço na época. As experiências diferenciadas de *Billiken* e *Recreio* permitiram a construção do gênero editorial revista infantil em cada país confluindo num modelo único: a revista de entretenimento acompanhada de conteúdos educativos de forma a atender à nova experiência de infância a nível global. Um tipo de infância conformada por uma criança que é independente, que tem todas as mídias a sua disposição, que está em constante procura de informação e entende que é a protagonista da época.

É importante, nesse momento de socialização de resultados, refletir sobre os possíveis limites desta pesquisa. Em primeiro lugar consideramos que poderiam ser aprofundadas as possibilidades de análise da revista como artefato cultural que o campo multidisciplinar da cultura abrange. Da mesma maneira, poderia ser utilizada uma abordagem que trabalhasse o design desde das práticas de leitura à manipulação do sistema de informação revista infantil. Mesmo com as limitações mencionadas, e reconhecendo que um único trabalho acadêmico não aborda a complexidade dos artefatos estudados, de modo geral a presente pesquisa obteve resultados satisfatórios atingindo os objetivos propostos.

*Billiken* cumprirá 100 anos de vida no ano 2019 e esse ano foi anunciada a passagem de publicação semanal para mensal, *Recreio* por sua parte, nesse ano de 2018, foi retirada de circulação depois de 18 anos de vida na sua segunda fase. Essas duas notícias revelam uma crise do gênero editorial - revista infantil impressa - como foi conhecido até hoje. A partir da pesquisa realizada, podemos reconhecer uma constante mudança no olhar das editoras sobre o tradicional artefato impresso, mudança que leva a uma ressignificação da revista como artefato físico. Se para o final do século XX, as revistas ocuparam-se de gerar cada uma o seu próprio conteúdo educativo, transmitindo valores nacionais, colocando referências visuais de forma de construir um imaginário social e repertório visual local; para o século XXI a estratégia é outra. Atualmente, a revista infantil se pergunta a si mesma sobre as possíveis estruturas, formas, linguagens, configurações que garantirem a sua existência frente às mídias digital.

Esse assunto posto, nos leva a indagar sobre o gênero editorial revista infantil, o futuro não só da revista senão de todo um leque de artefatos que conformam a cultura impressa tradicional. Talvez a revista se aproxime a um catálogo trazendo conteúdos que veiculem as possibilidades que oferece a experiência da cultura midiática (TV, cinema, seriados, desenhos animados, jogos e games, música, etc.). A partir disso é possível pensar possíveis desdobramentos e pesquisas futuras em relação à imprensa gráfica, em particular à imprensa infantil. Poderíamos sugerir um maior aprofundamento no conjunto total das diferentes revistas publicadas em cada país, como também uma abordagem da revista como artefato educativo, formativo e paradidático. Ao mesmo tempo teríamos que pensar nas audiências, a criança como consumidora e geradora de uma cultura midiática cada vez mais ampla. Essas opções são viáveis ainda sem esquecer que a revista apresenta, por sua vez, inúmeras possibilidades de estudo em torno da história do design latino-americano baseado em novos tópicos, cruzamentos, configurações ou conteúdo.

Finalmente, a análise realizada das revistas *Billiken* e *Recreio* destaca em primeiro lugar o diálogo entre os campos do Design da Informação e da Cultura Visual que se encontram na configuração dos artefatos e também as contribuições para a revalorização das revistas como testemunhas históricas enquanto artefatos de memória gráfica infantil que construíram identidade do público em cada contexto publicado. Além disso, a dissertação permitiu uma nova interpretação dos artefatos do passado em relação aos fatos acontecidos e com as ferramentas atuais. Por último, a realização de um estudo comparativo envolvendo a Argentina e o Brasil adiciona um valor especial nas pesquisas atuais do campo, não só por contribuir para uma ampliação de conhecimento, como também para o desenvolvimento de estudos que aprofundem a relação entre os fenômenos internacionais.

## REFERÊNCIAS

- ABRIL **Media Kit**. Revista Recreio. São Paulo: Editora Caras, 2010.
- ANARELLA, Luciana. **Diseño editorial. El libro**. Resistencia: Universidad Nacional del Nordeste, 2004.
- ALI, Fátima. **A Arte de Editar Revistas**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.
- ALVAREZ, María Eugenia. **Los relatos infantiles y la dictadura militar: de cómo la revista Antejito transmitía el programa del proceso**. Disponível em: <https://www.unrc.edu.ar/publicar/borradores/Vol7/pdf/Los%20relatos%20infantiles%20y%20la%20dictadura%20militarde%20como%20la%20revista%20Antejito%20transmitia%20el%20programa%20del%20proceso.pdf>
- \_\_\_\_\_. La construcción del destinatario en los textos educativos de la revista Antejito. Monografía Final. Revista Borradores. Vol. X-XI, 2009-2010.
- BAPTISTA CORREIA, Ligia Stella. **As mídias, as crianças e a produção de conteúdo cultural**. Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação Mídia e Cotidiano UFF, N° 1: Rio de Janeiro, 2012.
- BARBOZA, Marianela; SAUCEDO, Gustavo. **Estrategias gráficas empleadas en el diseño de las revistas infantiles Antejito, Billiken y Genios entre los años 1980 y 2010**. Tesina de graduación de Diseño de la Comunicación Visual. Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo. Santa Fe: Universidad Nacional del Litoral, 2013.
- BARNARD, Malcolm. **Art, Design and Visual Culture**. Londres: Macmillan, 1998.
- \_\_\_\_\_. **Approaches to understanding visual culture**. New York: Palgrave, 2001.
- BILLIKEN. **La vuelta a la infancia en 80 años**. Billiken N° 1470. Atlántida: Buenos Aires, 1999.
- BLACKWELL, Lewis. In: LESLIE, Jeremy. **Nuevo Diseño de Revistas 2**. Barcelona: Gustavo Gilli, 2003.
- BONTEMPO, María Paula. Los lectores y las lectoras de Billiken se asocian. El desarrollo de los Comités Billiken. Argentina, 1919-1925. TRASHUMANTE | Revista Americana de Historia Social 8 (2016): 32-57, 2016.
- \_\_\_\_\_. **Los niños de Billiken. Las infancias en Buenos Aires en las primeras décadas de siglo XX**. Anuario del Centro de Estudios Históricos “Prof. Carlos S. A. Segreti” Córdoba (Argentina), año 12, n° 12, 2012, pp. 205-221. 2012.

\_\_\_\_\_. **Billiken, una revista de entretenimientos.** XII Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia, Facultad de Humanidades y Centro Regional Universitario Bariloche. Universidad Nacional del Comahue, San Carlos de Bariloche, 2009.

\_\_\_\_\_. **Atlántida, un proyecto editorial.** XI Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Tucumán, San Miguel de Tucumán, 2007.

BUEN UNNA, Jorge. **Manual de Diseño editorial.** México: Santillana, 2005.

BUCKINGHAM, David. Educación en medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea. Barcelona: Ediciones Paidós, 2005.

CAMARGO, Mário de (org.). **Gráfica: arte e industria no Brasil: 180 anos de história.** São Paulo: Bandeirantes Gráfica/EDUSC, 2003.

CARDOZO, Rafael. **Uma introdução à história do design.** 2 ed. São Paulo: Edgar Blücher, 2004.

\_\_\_\_\_. **Design para um mundo complexo.** São Paulo: Cosac Naify, 2012.

\_\_\_\_\_. O design brasileiro antes do design: aspectos da história gráfica. 1870-1960. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

CARDOSO, R. & ALLIS, T. Projeto de pesquisa PROCAD Memória Gráfica Brasileira: Estudos comparativos de manifestações gráficas nas cidades do Recife, Rio de Janeiro e São Paulo. 2007.

CARLI, Sandra (Org). La cuestión de la infancia, entre la escuela, la calle y el shopping. Buenos Aires: Paidós, 2006.

CAVALERI MENNA, Ligia R. M. A importância das revistas O Tico-Tico e Recreio para a história da literatura infantil e a formação de novos dos leitores. Letras em Revista, Teresina, v. 02, n. 02, jul./dez, 2012.

\_\_\_\_\_. **As revistas ilustradas e a literatura infantil. Imprensa e leitura no Brasil.** Revista Emília. Leitura e livros para crianças e jovens, Set, 2013.

COELHO, Luiz Antônio (Org). **Conceitos-Chave em Design.** Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, 2008.

COELHO DOS SANTOS, M. **Pedagogias multiplicadas no currículo da mídia: Recreio e a construção dinâmica do saber infantil.** Programa Institucional de Bolsa de Iniciação Científica PIBIC/CNPq, 2008.

- CORREIA, Ligia. **O consumo cultural na infância como um aprendizado para a formação de cidadãos.** VII Congresso Português de Sociologia. Universidades do Porto, Faculdade de Letras. Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação, 2012.
- COSTA, Joan. **La esquemática. Visualizar información.** Barcelona: Paidós Estética. 1998.
- CROWLEY, David. In: ARESO, Diego. **Diseño de revistas y suplementos.** FHCD. Madrid: Universidad Carlos III, 2008.
- CUNHA, Susana Rangel Vieira da. **As transformações das imagens na literatura infantil.** In: DUTRA PILLAS, Analice (Org.). A educação do olhar no ensino das artes. São Paulo: Editora Mediação, 1999.
- DIAS, Belidson. **OI/Mundo da educação em cultura visual.** Brasília: Editora da Pós-graduação em Arte da UnB, 2008.
- DUNCUM, Paul. Visual Culture: Developments, definitions, and directions for Art Education. *Studies in Art Education*, 42 (2), p. 101-102, 2001.
- \_\_\_\_\_. **Art Education and Semiotic readings of mass media.** In: SMITH-SHANK, D. (Ed.): *Semiotics and Visual Cultures: Sights, sings, and Significance* (pp, 104-155). National Art Education Association, 2004.
- \_\_\_\_\_. **Por que a arte-educação precisa mudar e o que podemos fazer.** In: MARTINS, Raimundo; TOURINHO, Irene. (Orgs.) *Educação da cultura visual: conceitos e contextos.* Santa María: Editora UFSM, 2011. P. 15-30, 2011.
- EBERHARD, María Laura. **Enfoques políticos sobre la niñez en la Argentina en los años ochenta y noventa.** In CARLI, Sandra (Org). *La cuestión de la infancia, entre la escuela, la calle y el shopping.* Buenos Aires: Paídos, 2006.
- ETCHEMAITE, Fabiola. **Literatura argentina para chicos en las revistas infantiles.** Neuquén: Universidad Nacional del Comahue - FCE. IV Congreso Nacional y II Internacional de Investigación Educativa. 2006.
- FALABELLA, Mariel. El cuerpo de la(s) lectura(s). Imágenes del niño lector en la revista *Billiken* 1976-1983. *Revista Question*, Vol. 1. Num. 29. Buenos Aires, 2009
- \_\_\_\_\_. **Antejitos y Billikines, contrato de lectura (1964-1983).** *Revista La Trama de la Comunicación*, Volumen 14. UNR Editora, Rosario, 2010.
- FARIAS, Priscila Lena. **Estudos sobre tipografia: letras, memória gráfica e paisagens tipográficas.** Tese de Livre-Docência. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo. Universidade de São Paulo, 2016.
- FAWCETT-TANG, Roger. **O livro e o designer I: embalagem, navegação, estrutura e especificação.** São Paulo: Edições Rosario Ltda, 2007.

FETTER, Luiz Carlos. **Revistas, design editorial e retórica tipográfica. A experiência da revista Trip (1986 – 2010)**. Dissertação de mestrado. Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

FURTADO, Thais Elena. **Quem é a criança leitora imaginada pela revista Recreio**. SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. 10mo. Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Curitiba – Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Novembro, 2012.

\_\_\_\_\_. **O jornalismo infantil e o desejo de consumo; o discurso da revista Recreio**. Tese de doutorado em Comunicação e Informação. Universidade Federal de Rio Grande do Sul, 2013.

GINCAGLIA, Daniel. **Taller de Diseño Editorial. Entre corondeles y tipos**. Buenos Aires: Universidad de Palermo, 2009.

GOCIOL, Judith. **El largo camino de Billiken**. Revista El Monitor de la Educación. Revista del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación, Vol. 10. Buenos Aires, 2007.

GOMES DE CARVALHO apud ONO, Maristela. In **Design e Cultura: sintonia essencial**. Curitiba: Edição da Autora, 2006.

GORODISCHER, Horacio. **Diseño de revistas, comunicación oral**. Taller de Diseño III, FADU, UNL, 2009.

GUITELMAN, Paula. **La infancia en dictadura: Modernidad y conservadurismo en el mundo Billiken**. Buenos Aires: PrometeoLibros, 2006.

HASLAM, Andrew. **O livro e o designer II: como criar e produzir livros**. São Paulo: Edições Rosari Ltda, 2007.

HERNÁNDEZ, Fernando. **¿De qué hablamos cuando hablamos de cultura visual?** Revista Educação & Realidade. 30(2):9 – 34 jul/dez, 2005.

HORN, Robert. **Visual Language and Converging Technologies in the Next 10-15 Years (and Beyond)**. National Science Foundation Conference on Converging Technologies (Nano-Bio-Info-Cogno) for Improving Human Performance Dec. 3-4. 2001.

\_\_\_\_\_. **Information Design: Emergence of a New Profession**. Em R. Jacobson (Ed.). Information Design. Cambridge, Massachusetts. London, England. Massachusetts Institute of Technology: The MIT Press, 1999.

LAJE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. Florianópolis: Insular, Ed. da UFSC, 2002.

LAJOLO, Marisa; ZILBERMAN, Regina. **Literatura infantil brasileira, história e histórias**. São Paulo: Ática, 2007.

- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas. 2003.
- LEDESMA, María. **El diseño gráfico, una voz pública**. Editorial Argonauta. Buenos Aires, Argentina, 2010.
- \_\_\_\_\_. **Comunicación para diseñadores**. Argonauta. Buenos Aires, Argentina, 2004
- LESLIE, Jeremy. **Nuevo Diseño de Revistas 2**. Barcelona: Gustavo Gilli. 2003.
- MANGILI, Ana Raquel Périco. **A Evolução das Revistas Infantis: Análise da Revista Recreio**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Bauru - SP – 03 a 05/07/2013.
- MIJKSENAAR, Paul. **Una introducción al diseño de información**. México: Ediciones GG, 2001.
- MINZI, Viviana. **Los chicos en la publicidad. Representaciones de infancia en el discurso de mercado de productos para niños**. In CARLI, Sandra (Org). La cuestión de la infancia, entre la escuela, la calle y el shopping. Buenos Aires: Paídos, 2006.
- MIRZOEFF, Nicholas. **Una introducción a la cultura visual**. Barcelona: Paídos, 2003.
- \_\_\_\_\_. **Cómo ver el mundo**. Una nueva introducción a la cultura visual. Barcelona: Paídos, 2016.
- MORDUCHOWICZ, Roxana. **Los medios para chicos: una historia centenaria**. Buenos Aires: Estrada, 2010.
- NARODOWSKY, Mariano. **Después de clase**. Buenos Aires: Ediciones Novedades Educativas, 1999.
- \_\_\_\_\_. **El desorden de la educación**. Buenos Aires: Prometeo Libros. 2004.
- OLIVERA, Ignacio. **Las revistas didácticas infantiles en Buenos Aires. Su lugar entre los consumos culturales de los niños**. Tesina de graduación de Comunicación. Departamento de Ciencias Sociales. Buenos Aires: Universidad de San Andrés, 2014.
- OLIVEIRA, Gabriela Araújo Ferraz. **O design na construção do livro: a Coleção Particular da editora Cosac Naify**. Dissertação de mestrado em Design. Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação. Design, 2016.
- SALES, João Vitor. **O jornalismo infantil na revista Recreio**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Mossoró - RN – 12 a 14/06/2013.

SANTAELLA, Lucia. Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Saulus, 2010.

\_\_\_\_\_. **Cultura Midiática**. In: BALOGH, A. M. et al (orgs) *Mídia, Cultura, Comunicação*. São Paulo: Arte & Ciência, 2003.

SANTOS, Fernanda. In: ABRIL Media Kit. 2010. **Revista Recreio**. São Paulo: Editora Caras, 2010.

SARDELICH, Maria Emilia. Leitura de imagens e cultura visual: desenredando conceitos para a prática educativa. *Educar em revista*. [online], n.27, pp.203-219, 2006.

SATUE, Enric. **Profesiones con futuro: Diseñador Gráfico**. Barcelona: Editorial Grijalbo. 1994.

SAUCEDO, Gustavo. **Miradas de la infancia: el caso de la revista Billiken (1980-2010)** in III Congreso Internacional Arte, Ilustración y Cultura Visual en Educación Infantil y Primaria: Tecnologías de la imagen, espacios de experiência educativa y acontecimientos visuales. Montevideo. 2014.

SAUCEDO, Gustavo; Coutinho, Solange; Cavalcanti, Virginia; Kummer, Virginia. **Infância e Cultura Visual: Os Referentes Culturais da Revista BILLIKEN**. Revista TRIADES em Revista - Transversalidades | Design | Linguagens, do Programa de Pós-Graduação em Design (PUC-RIO) e do Programa de Pós-Graduação em Ambiente Construído (UFJF). V. 6, N. 2, 2017.

SAUTÚ, Ruth. **Todo es teoría**. Objetivos y métodos de investigación. Buenos Aires: Ed. Lumiere, 2003.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto, 2003.

STEIMBERG, Oscar. *Semiótica de los medios masivos: el pasaje a los medios de los géneros populares*. Buenos Aires: Atuel.1998.

SZIR, Sandra. *Infancia y Cultura Visual. Los periódicos ilustrados para niños (1880-1910)*. Buenos Aires: Miño y Dávila, 2007.

TWYMAN, Michael. **A Schema for the Study of Graphic Language**. KOLERS, P.A. & Wrostad, M.E. & Bouma, H. (Eds.), In: *The Processing of Visible Language*, vol. 1, Plenum, New York, 117–150, 1979.

VARÃO BENFICA. Quando jornalismo e infância se encontram: notas históricas sobre o surgimento da imprensa jornalística para crianças. *Anais do VII Encontro Nacional de História da Mídia*. Fortaleza: Alcar, 2009.

VARELA, Mirta. *Los hombres ilustres de Billiken. Héroes en los medios y en la escuela*. Buenos Aires: Colihue, 1994.

WONG, Wucius. **Fundamentos del diseño**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili. 2011.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso. Planejamento e métodos**. Trad. Daniel Grassi - 2.ed. - Porto Alegre: Bookman, 2001.

ZAPATERRA, Yolanda. **Diseño editorial periódicos y revistas**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2008.

### **Linkografia**

A revista do Sesinho: [www.portaldaindustria.com.br/sesi/.../sesinho/revista-do-sesinho](http://www.portaldaindustria.com.br/sesi/.../sesinho/revista-do-sesinho)

Editora Abril: [www.abril.com.br/](http://www.abril.com.br/)

Editorial Atlántida: [atlantida.com.ar](http://atlantida.com.ar)

Memória Gráfica Brasileira: [www.memoriagraficabrasileira.org/](http://www.memoriagraficabrasileira.org/)

Revista Billiken: <https://es-la.facebook.com/BILLIKENONLINE/>

Revista Ciência Hoje das Crianças; [chc.org.br/](http://chc.org.br/)

Revista Genios: [www.genios.com.ar/](http://www.genios.com.ar/)

Revista Nosso Amiguinho: [nossoamiguinho.cpb.com.br/](http://nossoamiguinho.cpb.com.br/)

Revista Recreio: <http://recreio.uol.com.br/>

Sociedade Brasileira de Design de Informação: <http://sbdi.inlabmidia.com/>

Suplemento O Globinho: <http://blogs.oglobo.globo.com/globinho/>

## APÊNDICE A – INSTRUMENTO DE ANÁLISE

Construção do gênero editorial *revista infantil*:  
Linguagem visual e Cultura Visual nas revistas Billiken e Recreio nas décadas de 1970 e 2000.

PPG-Design | Mestrado  
CAC/UFPE

INSTRUMENTO DE ANÁLISE

FICHA N°

### 1) REVISTA (Generalidades)

#### DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

- Nome da revista: \_\_\_\_\_
- Slogan: \_\_\_\_\_
- Editora: \_\_\_\_\_
- Dados adicionais: \_\_\_\_\_
- Número/Edição: \_\_\_\_\_
- Data: \_\_\_\_\_
- Acervo/Coleção: \_\_\_\_\_
- Estado do exemplar:
- Impresso
- Digital

FOTO

#### CONFIGURAÇÃO MATERIAL

- Formato (mm x mm): \_\_\_\_\_
- Quantidade de páginas: \_\_\_\_\_
- Encartes: \_\_\_\_\_
- Tipo de impressão:
- Offset
- Rotogravura
- Outro: \_\_\_\_\_
- Tipo de acabamento:
- Verniz
- Plastificação
- Serigrafia
- Relevô

• Observações:

### 2) CAPA (Parte Exterior)

#### CONFIGURAÇÃO GERAL

- Tipo:
- Figurativa
- Abstrata
- Baseadas em texto
- Explicativa
- Cega
- Tipo de papel:
- Couché
- Brilho
- Fusco
- Offset
- Cor da impressão:
- Uma
- Dois
- Quatro
- Especial

• Observações

#### CONFIGURAÇÃO VISUAL

##### A) CULTURA VISUAL

- Assunto principal/Matéria de capa:
- \_\_\_\_\_
- Natureza do assunto:
- Televisão
- Seriado
- Filme/Cinema
- Desenho animado
- HQ
- Música
- Web
- Literatura
- Data comemorativa
- Educação
- Esportes
- Tecnologia
- Outro: \_\_\_\_\_
- Origem do assunto:
- Nacional
- Internacional
- Não identificado
- Tipo de representação infantil:
- Realista
- Fictícia
- Mista
- Humano
- Animal humanizado
- Vegetal humanizado
- Objeto humanizado
- Figura da criança:
- Menor
- Criança
- Leitora/escolarizada
- Cliente
- Usuária
- Hiper-realizada
- Des-realizada
- Criança de rua
- Criança de condomínio
- Outro: \_\_\_\_\_

##### B) LINGUAGEM VISUAL

- Tipo de elemento:
- Pictórico
- Esquemático
- Verbal/Numérico
- Pictórico/Esquemático
- Recurso gráfico:
- Ilustração
- Analógica
- Digital
- Colagem
- Fotografia
- Documental
- Artística
- Recurso textual:
- Manchete
- Título
- Chamada/Lead
- Corpo
- Epígrafe
- Legenda/Crédito
- Outro: \_\_\_\_\_
- Ocup. do campo (img):
- Menos do 50%
- Entre o 51 e 99%
- Todo o campo
- Ocup. do campo (txt):
- Menos do 50%
- Entre o 51 e 99%
- Todo o campo
- Estrutura do campo visual (grid):
- Formal
- Semiformal
- Informal
- Visível
- Invisível
- Modos de simbol. e métodos de configuração:
- VN-LP
- VN-LI
- VN-L
- VN-LR
- VN-M
- VN-NLD
- VN-NLA
- PVN-LP
- PVN-LI
- PVN-L
- PVN-LR
- PVN-M
- PVN-NLD
- PVN-NLA
- P-LP
- P-LI
- P-L
- P-LR
- P-M
- P-NLD
- P-NLA
- E-LP
- E-LI
- E-L
- E-LR
- E-M
- E-NLD
- E-NLA

• Observações

INSTRUMENTO DE ANÁLISE

FICHA N°

### 3) MIOLO: MATÉRIA PRINCIPAL (Parte Interior)

#### CONFIGURAÇÃO GERAL

• **Materia Principal:**

- Materia  
 Reportagem  
 Entrevista  
 Hqs  
 Outro: \_\_\_\_\_

• **Estrutura da matéria:**

- Por separado  
 Abertura  
 Olho  
 Final  
 Todo junto

• **Quantidade de páginas**

da matéria principal: \_\_\_\_\_

• **Publicidade:**

• **Natureza do bem/serviço:**

• **Formato da página:**

- Paisagem (horizontal)  
 Retrato (vertical)  
 Quadrado

• **Tipo de papel:**

- Couché  
 Brilho  
 Fusco  
 Offset

• **Cor da impressão:**

- Uma  
 Dois  
 Quatro  
 Especial

• Observações

#### CONFIGURAÇÃO VISUAL

##### A) CULTURA VISUAL

• **Assunto principal/Matéria de capa:**

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

• **Natureza do assunto:**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Televisão       | <input type="checkbox"/> Literatura        |
| <input type="checkbox"/> Seriado         | <input type="checkbox"/> Data comemorativa |
| <input type="checkbox"/> Filme/Cinema    | <input type="checkbox"/> Educação          |
| <input type="checkbox"/> Desenho animado | <input type="checkbox"/> Esportes          |
| <input type="checkbox"/> HQ              | <input type="checkbox"/> Tecnologia        |
| <input type="checkbox"/> Música          | <input type="checkbox"/> Outro: _____      |
| <input type="checkbox"/> Web             |  |

• **Origem do assunto:**

- Nacional  
 Internacional  
 Não identificado

• **Tipo de representação infantil:**

- |                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Realista | <input type="checkbox"/> Humano             |
| <input type="checkbox"/> Fictícia | <input type="checkbox"/> Animal humanizado  |
| <input type="checkbox"/> Mista    | <input type="checkbox"/> Vegetal humanizado |
|                                   | <input type="checkbox"/> Objeto humanizado  |

• **Figura da criança:**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Menor                | <input type="checkbox"/> Hiper-realizada       |
| <input type="checkbox"/> Criança              | <input type="checkbox"/> Des-realizada         |
| <input type="checkbox"/> Leitora/escolarizada | <input type="checkbox"/> Criança de rua        |
| <input type="checkbox"/> Cliente              | <input type="checkbox"/> Criança de condomínio |
| <input type="checkbox"/> Usuária              | <input type="checkbox"/> Outro: _____          |

##### B) LINGUAGEM VISUAL

• **Tipo de elemento:**

- |                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Pictórico   | <input type="checkbox"/> Verbal/Numérico       |
| <input type="checkbox"/> Esquemático | <input type="checkbox"/> Pictórico/Esquemático |

• **Recurso gráfico:**

- Ilustração  
 Analógica  
 Digital  
 Colagem  
 Fotografia  
 Documental  
 Artística

• **Recurso textual:**

- Manchete  
 Título  
 Chamada/Lead  
 Corpo  
 Epigrafe  
 Legenda/Crédito  
 Outro: \_\_\_\_\_

• **Ocup. do campo (img):** • **Ocup. do campo (txt):**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Menos do 50%     | <input type="checkbox"/> Menos do 50%     |
| <input type="checkbox"/> Entre o 51 e 99% | <input type="checkbox"/> Entre o 51 e 99% |
| <input type="checkbox"/> Todo o campo     | <input type="checkbox"/> Todo o campo     |

• **Estrutura do campo visual (grid):**

- |                                     |                                    |
|-------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Formal     | <input type="checkbox"/> Visível   |
| <input type="checkbox"/> Semiformal | <input type="checkbox"/> Invisível |
| <input type="checkbox"/> Informal   |                                    |

• **Modos de simbol. e métodos de configuração:**

- |                                 |                                  |                                |                                |
|---------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> VN-LP  | <input type="checkbox"/> PVN-LP  | <input type="checkbox"/> P-LP  | <input type="checkbox"/> E-LP  |
| <input type="checkbox"/> VN-LI  | <input type="checkbox"/> PVN-LI  | <input type="checkbox"/> P-LI  | <input type="checkbox"/> E-LI  |
| <input type="checkbox"/> VN-L   | <input type="checkbox"/> PVN-L   | <input type="checkbox"/> P-L   | <input type="checkbox"/> E-L   |
| <input type="checkbox"/> VN-LR  | <input type="checkbox"/> PVN-LR  | <input type="checkbox"/> P-LR  | <input type="checkbox"/> E-LR  |
| <input type="checkbox"/> VN-M   | <input type="checkbox"/> PVN-M   | <input type="checkbox"/> P-M   | <input type="checkbox"/> E-M   |
| <input type="checkbox"/> VN-NLD | <input type="checkbox"/> PVN-NLD | <input type="checkbox"/> P-NLD | <input type="checkbox"/> E-NLD |
| <input type="checkbox"/> VN-NLA | <input type="checkbox"/> PVN-NLA | <input type="checkbox"/> P-NLA | <input type="checkbox"/> E-NLA |

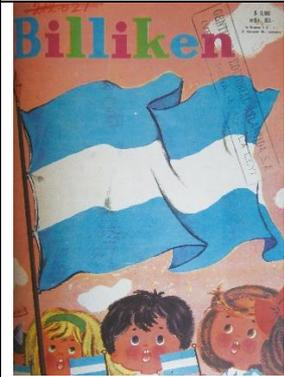
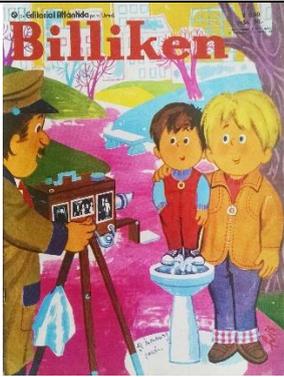
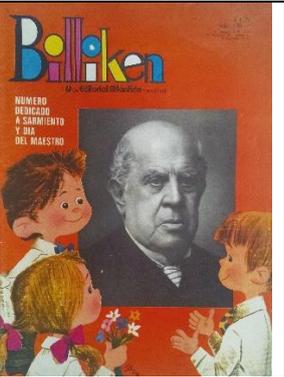
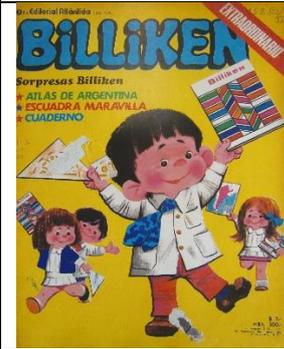
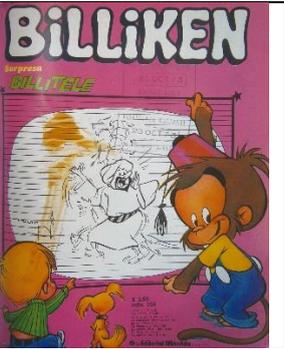
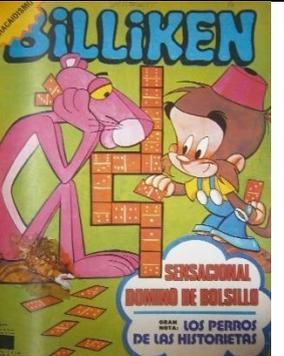
• Observações

• **Observações da publicação:**

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

## APÊNDICE B – CAPAS E MATÉRIAS PRINCIPAIS DAS REVISTAS ANALISADAS

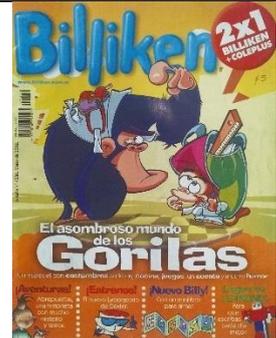
### Capas da revista *Billiken*

Revista: Billiken Número: 2608 Data: 01/1970	Revista: Billiken Número: 2646 Data: 09/1970	Revista: Billiken Número: 2679 Data: 05/1971	Revista: Billiken Número: 2695 Data: 09/1971
			
Revista: Billiken Número: 2723 Data: 03/1972	Revista: Billiken Número: 2743 Data: 08/1972	Revista: Billiken Número: - Data: -	Revista: Billiken Número: 2798 Data: 08/1973
		Edição não encontrada, correspondente ao primeiro semestre do ano de 1973.	
Revista: Billiken Número: 2825 Data: 03/1974	Revista: Billiken Número: 2845 Data: 07/1974	Revista: Billiken Número: 2878 Data: 03/1975	Revista: Billiken Número: 2916 Data: 12/1975
			

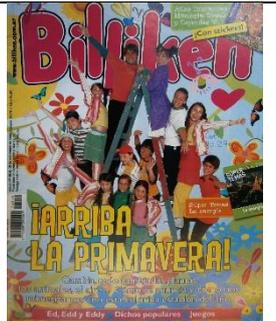
Revista: Billiken Número: 2922 Data: 03/1976	Revista: Billiken Número: 2956 Data: 09/1976	Revista: Billiken Número: 2987 Data: 04/1977	Revista: Billiken Número: 3010 Data: 09/1977

Revista: Billiken Número: 3035 Data: 03/1978	Revista: Billiken Número: 3060 Data: 09/1978	Revista: Billiken Número: 3089 Data: 03/1979	Revista: Billiken Número: 3212 Data: 09/1979

Revista: Billiken Número: 4184 Data: 03/2000	Revista: Billiken Número: 4212 Data: 09/2000	Revista: Billiken Número: 4240 Data: 03/2001	Revista: Billiken Número: 4265 Data: 09/2001

Revista: Billiken Número: 4288 Data: 03/2002	Revista: Billiken Número: 4313 Data: 09/2002	Revista: Billiken Número: 4338 Data: 03/2003	Revista: Billiken Número: 4364 Data: 09/2003
			

Revista: Billiken Número: 4390 Data: 03/2004	Revista: Billiken Número: 4418 Data: 09/2004	Revista: Billiken Número: 4441 Data: 03/2005	Revista: Billiken Número: 4467 Data: 09/2005
			

Revista: Billiken Número: 4492 Data: 03/2006	Revista: Billiken Número: 4519 Data: 09/2006	Revista: Billiken Número: 4547 Data: 03/2007	Revista: Billiken Número: 4568 Data: 09/2007
			

<p>Revista: Billiken Número: 4549 Data: 03/2008</p>	<p>Revista: Billiken Número: 4625 Data: 09/2008</p>	<p>Revista: Billiken Número: 4650 Data: 03/2009</p>	<p>Revista: Billiken Número: 4673 Data: 09/2009</p>

**Matérias Principais da revista *Billiken***

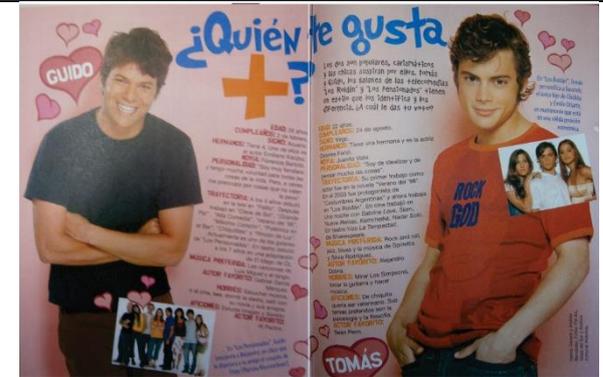
<p>Revista: Billiken Número: 4184 Data: 03/2000</p>	<p>Revista: Billiken Número: 4212 Data: 09/2000</p>

<p>Revista: Billiken Número: 4288 Data: 03/2002</p>

Revista: Billiken  
Número: 4390  
Data: 09/2002



Revista: Billiken  
Número: 4390  
Data: 03/2004



Revista: Billiken  
Número: 4364  
Data: 09/2003



Revista: Billiken  
Número: 4418  
Data: 09/2004

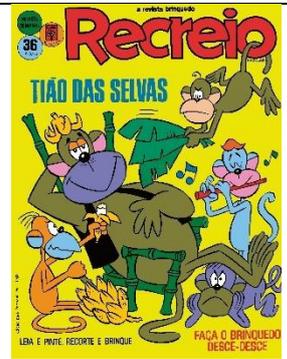
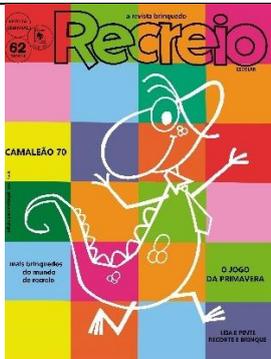
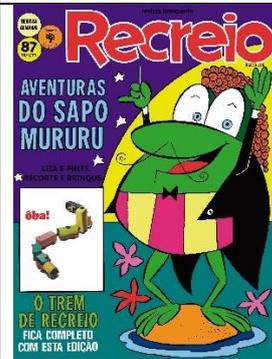
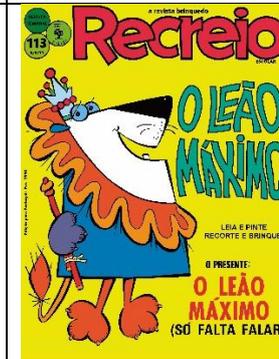


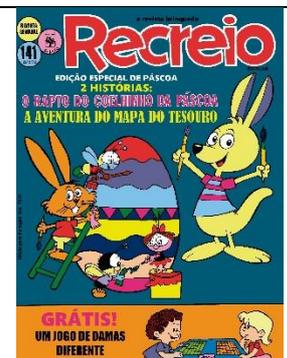
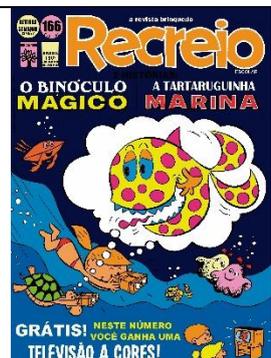
Revista: Billiken  
Número: 4441  
Data: 03/2005



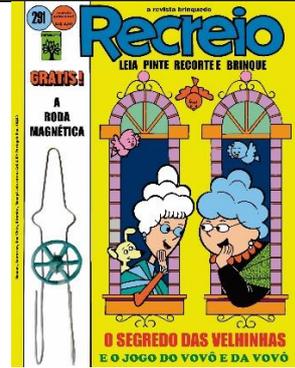
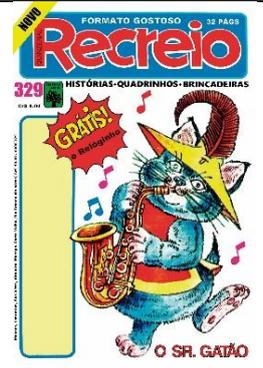


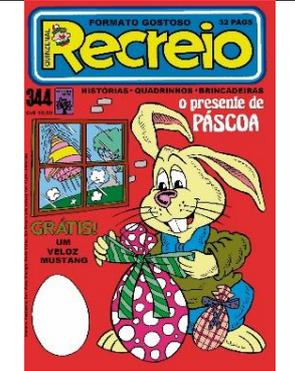
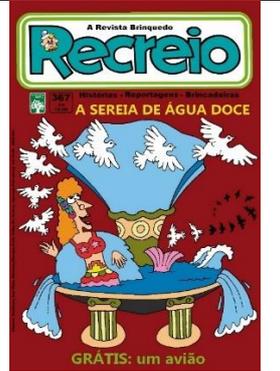
Capas da revista *Recreio*

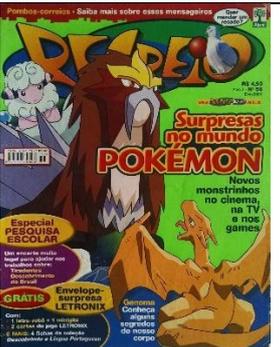
Revista: Recreio Número: 36 Data: 03/1970	Revista: Recreio Número: 62 Data: 09/1970	Revista: Recreio Número: 87 Data: 03/1971	Revista: Recreio Número: 113 Data: 09/1971
			

Revista: Recreio Número: 141 Data: 03/1972	Revista: Recreio Número: 166 Data: 09/1972	Revista: Recreio Número: 193 Data: 03/1973	Revista: Recreio Número: 214 Data: 08/1973
			

Revista: Recreio Número: 235 Data: 01/1974	Revista: Recreio Número: 252 Data: 09/1974	Revista: Recreio Número: - Data: -	Revista: Recreio Número: 252 Data: 09/1975
		Edição não encontrada, correspondente ao primeiro semestre do ano de 1975.	Edição não encontrada, correspondente ao segundo semestre do ano de 1975.

Revista: Recreio Número: 291 Data: -/1976	Revista: Recreio Número: 312 Data: -/1976	Revista: Recreio Número: Data: -	Revista: Recreio Número: 329 Data: -/1977
		Edição não encontrada, correspondente ao ano de 1977.	

Revista: Recreio Número: 344 Data: 344/1978	Revista: Recreio Número: 362 Data: 12/1978	Revista: Recreio Número: 367 Data: -/1979	Revista: Recreio Número: 389 Data: 12/1979
			

Revista: Recreio Número: 1 Data: 03/2000	Revista: Recreio Número: 26 Data: 09/2000	Revista: Recreio Número: 58 Data: 03/2001	Revista: Recreio Número: 81 Data: 09/2001
			

<p>Revista: Recreio Número: 106 Data: 03/2002</p>	<p>Revista: Recreio Número: 130 Data: 09/2002</p>	<p>Revista: Recreio Número: 161 Data: 03/2003</p>	<p>Revista: Recreio Número: 184 Data: 09/2003</p>

<p>Revista: Recreio Número: 210 Data: 03/2004</p>	<p>Revista: Recreio Número: 238 Data: 09/2004</p>	<p>Revista: Recreio Número: 262 Data: 03/2005</p>	<p>Revista: Recreio Número: 294 Data: 10/2005</p>

<p>Revista: Recreio Número: 320 Data: 04/2006</p>	<p>Revista: Recreio Número: 335 Data: 08/2006</p>	<p>Revista: Recreio Número: 365 Data: 03/2007</p>	<p>Revista: Recreio Número: 392 Data: 09/2007</p>

<p>Revista: Recreio Número: 422 Data: 04/2008</p>	<p>Revista: Recreio Número: 439 Data: 08/2008</p>	<p>Revista: Recreio Número: 474 Data: 04/2009</p>	<p>Revista: Recreio Número: 492 Data: 08/2009</p>
			

# Matérias Principais da revista *Recreio*

Revista: *Recreio*  
Número: 1  
Data: 03/2000



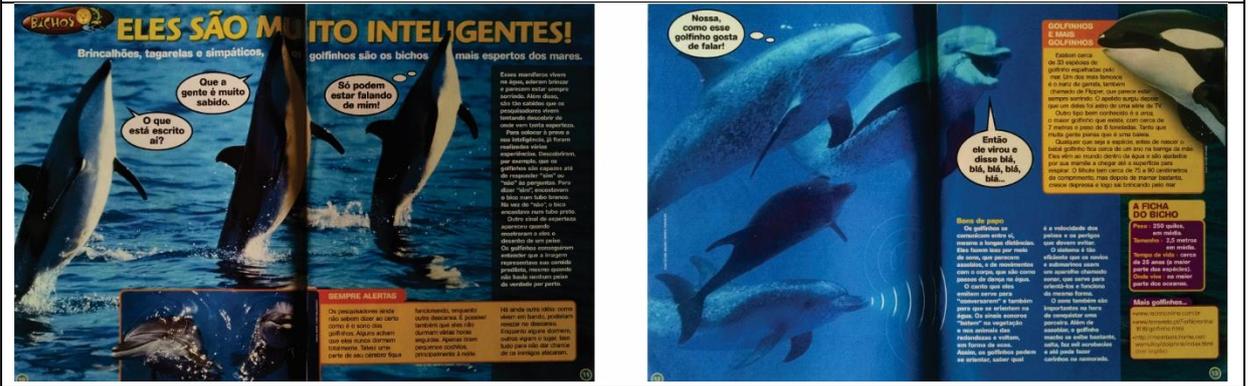
**CASA NO ESPAÇO**  
Saiba o que os astronautas vão fazer na nova estação espacial, um lugar que parece ter saído de um filme de ficção científica.

**UM BRASILEIRO EM ÓRBITA**  
O que vai acontecer com o primeiro brasileiro a ir para o espaço? Quem vai ser? Quando? Onde? Como? Tudo isso você vai descobrir aqui.

**Você seria um bom astronauta?**  
Seu sonho é voar em uma missão espacial? Faça este teste e veja se você leva jeito para astronauta.

**BACHOS**  
**ELES SÃO MUITO INTELIGENTES!**  
Bricolhões, tagarelas e simpáticos, golfinhos são os bichos mais espertos dos mares.

Revista: *Recreio*  
Número: 26  
Data: 09/2000



**ELES SÃO MUITO INTELIGENTES!**  
Bricolhões, tagarelas e simpáticos, golfinhos são os bichos mais espertos dos mares.

**DOLFINHOS E SUAS GOLFINHOS**  
Os golfinhos são animais muito inteligentes e curiosos. Eles vivem em grupos chamados cardumes e são conhecidos por sua inteligência e curiosidade.

**A FICHA DO BICHO**  
Nome: Golfinho  
Tamanho: 2,5 metros  
Peso: 250 quilos  
Vida média: 15 anos  
Habitat: Océano aberto

Revista: *Recreio*  
Número: 58  
Data: 04/2001



**NOVIDADES POKEMON**  
Saiba mais sobre os novos monstrinhos de TV e do cinema.

**E TEM MUITO MAIS NA TELONA**  
A nova temporada de Pokémon começa com o lançamento de novos monstrinhos e aventuras.

**Pegue estes também!**  
Novos jogos de Pokémon para Nintendo DS e Game Boy Advance.

Revista: Recreio  
Número: 106  
Data: 03/2002

### UM MENINO CHEIO DE IDÉIAS

O garoto inventor Jimmy Neutron está invadindo os cinemas.



Jimmy Neutron é um menino genialeiro que vive no futuro. Ele é um inventor e um cientista. Ele é muito inteligente e tem muitas ideias. Ele é muito divertido e gosta de fazer brincadeiras. Ele é muito querido por todos.

**Ele inventa cada coisa!**

Jimmy Neutron é um menino genialeiro que vive no futuro. Ele é um inventor e um cientista. Ele é muito inteligente e tem muitas ideias. Ele é muito divertido e gosta de fazer brincadeiras. Ele é muito querido por todos.

Revista: Recreio  
Número: 81  
Data: 09/2001

### Um mundo cheio de magia

Conheça a turma do Pica-pau Amarelo.



Conheça a turma do Pica-pau Amarelo. Eles são muito divertidos e gostam de fazer brincadeiras. Eles são muito inteligentes e tem muitas ideias. Eles são muito queridos por todos.

**Boneca Tajarela**

Conheça a boneca Tajarela. Ela é muito divertida e gosta de fazer brincadeiras. Ela é muito inteligente e tem muitas ideias. Ela é muito querida por todos.

**Dupla do barulho**

Conheça a dupla do barulho. Eles são muito divertidos e gostam de fazer brincadeiras. Eles são muito inteligentes e tem muitas ideias. Eles são muito queridos por todos.

**Um amigo de muito**

Conheça o amigo de muito. Ele é muito divertido e gosta de fazer brincadeiras. Ele é muito inteligente e tem muitas ideias. Ele é muito querido por todos.

Revista: Recreio  
Número: 130  
Data: 09/2002

### OU HERÓI?

A nova versão do desenho animado A Bela e a Fera estreia nos cinemas com muitas surpresas.



A Bela e a Fera estreia nos cinemas com muitas surpresas. É uma história muito bonita e emocionante. É muito divertida e gostosa de assistir. É muito querida por todos.

**MULTA MONDRIAN**

Conheça a Multa Mondrian. Ela é muito divertida e gosta de fazer brincadeiras. Ela é muito inteligente e tem muitas ideias. Ela é muito querida por todos.

**PROVA DE CLARO**

Conheça a prova de claro. Ela é muito divertida e gosta de fazer brincadeiras. Ela é muito inteligente e tem muitas ideias. Ela é muito querida por todos.

Revista: Recreio  
Número: 161  
Data: 04/2003

### OBA! A PASCOA VEM AÍ!

Enquanto você espera o coelho, descubra algumas curiosidades sobre esta festa e saiba como ela é comemorada por outros povos do mundo.



Enquanto você espera o coelho, descubra algumas curiosidades sobre esta festa e saiba como ela é comemorada por outros povos do mundo. É uma festa muito divertida e gostosa de comemorar. É muito querida por todos.

**Ovos de coelho?**

Conheça os ovos de coelho. Eles são muito divertidos e gostam de fazer brincadeiras. Eles são muito inteligentes e tem muitas ideias. Eles são muito queridos por todos.

**Coelho e ovo?**

Conheça o coelho e o ovo. Eles são muito divertidos e gostam de fazer brincadeiras. Eles são muito inteligentes e tem muitas ideias. Eles são muito queridos por todos.

**Outra Páscoa**

Conheça a outra Páscoa. Ela é muito divertida e gosta de fazer brincadeiras. Ela é muito inteligente e tem muitas ideias. Ela é muito querida por todos.

**O COELHO É VOCÊ!**

Conheça o coelho que é você. Ele é muito divertido e gosta de fazer brincadeiras. Ele é muito inteligente e tem muitas ideias. Ele é muito querido por todos.

**Recorte e cole**

Conheça o recorte e cole. Ele é muito divertido e gosta de fazer brincadeiras. Ele é muito inteligente e tem muitas ideias. Ele é muito querido por todos.



Revista: Recreio  
Número: 262  
Data: 03/2005



Revista: Recreio  
Número: 294  
Data: 10/2005



Revista: Recreio  
Número: 320  
Data: 04/2006



Revista: Recreio  
Número: 335  
Data: 08/2006

**NA TV**  
Conheça uma turma de agentes especiais com talento especial para lidar contra o mal e se meter em encrencas.

# AVENTURA EM FAMÍLIA

**Tuesday X**  
Ele é a primeira criança a ser recrutado para a equipe de agentes especiais. Sua missão é descobrir quem é o vilão que está causando o caos na cidade.

**Miss X**  
Ela é a segunda criança a ser recrutada para a equipe. Sua missão é descobrir quem é o vilão que está causando o caos na cidade.

**Truman X**  
Ele é a terceira criança a ser recrutada para a equipe. Sua missão é descobrir quem é o vilão que está causando o caos na cidade.

**Adversos Barbaças**  
Uma turma de agentes especiais com talento especial para lidar contra o mal e se meter em encrencas.

**Que X você seria?**  
1. Você seria um agente especial? 2. Você seria um vilão? 3. Você seria um agente especial e um vilão ao mesmo tempo?

Revista: Recreio  
Número: 365  
Data: 03/2007

**NA TV**  
Conheça o reino fantástico criado por dois amigos no filme Ponte para Terabithia.

# BEM-VINDO AO MUNDO DA IMAGINAÇÃO!

**Conheça as Personagens**  
Lucas e Jane são dois amigos que vivem em uma pequena cidade. Um dia, eles descobrem um mundo mágico chamado Terabithia.

**Lucas**  
Um menino tímido e solitário que encontra um mundo novo em Terabithia.

**Jane**  
Uma menina inteligente e corajosa que ajuda Lucas a explorar o mundo de Terabithia.

**Mr. Aron**  
O pai de Lucas, um homem sério e trabalhador.

**Miss Beeks**  
A mãe de Jane, uma mulher gentil e dedicada.

Revista: Recreio  
Número: 392  
Data: 09/2007

**NA TV**  
Descubra as pirações que acontecem na Escola Wayside.

# UM COLEGÃO BEM MALUCO

**Bem-vindo à Escola**  
Uma turma de alunos e professores que vivem aventuras e descobertas na Escola Wayside.

**Mr. T**  
O principal da escola, um homem sério e disciplinado.

**Ms. M**  
A professora de matemática, uma mulher inteligente e dedicada.

**Ms. S**  
A professora de ciências, uma mulher gentil e dedicada.

**Ms. P**  
A professora de português, uma mulher gentil e dedicada.

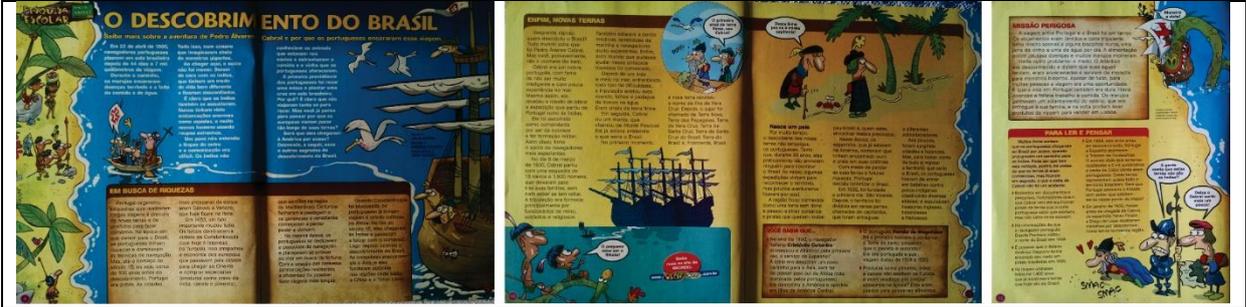
**Ms. E**  
A professora de inglês, uma mulher gentil e dedicada.

**Ms. A**  
A professora de arte, uma mulher gentil e dedicada.

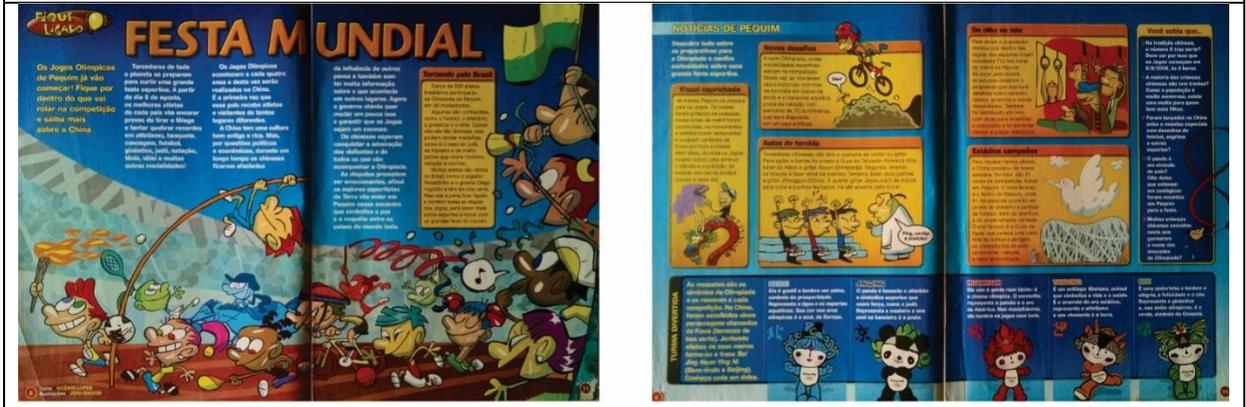
**Ms. M**  
A professora de música, uma mulher gentil e dedicada.

**Ms. S**  
A professora de educação física, uma mulher gentil e dedicada.

Revista: Recreio  
Número: 422  
Data: 04/2008



Revista: Recreio  
Número: 439  
Data: 08/2008



Revista: Recreio  
Número: 474  
Data: 04/2009



Revista: Recreio

Número: 492

Data: 08/2009

The collage consists of several magazine pages. The largest page on the left is a movie review for 'PEQUENOS SUPER-HERÓIS' (The Incredibles 2), featuring the characters Mr. Incredible, Elastigirl, and their children. The text discusses the film's themes and the characters' abilities. To the right of this page is a section titled 'TURMA ANIMAL' (Animal Class), which includes several short articles about the intelligence of various animals like dogs, cats, and birds. Below this is a section titled 'HUMANOS EM AÇÃO' (Humans in Action), featuring profiles of notable figures. On the far right is a section titled 'PODERES DE VERDADE' (Real Powers), which lists various superpowers and their effects on the human body.