

As transformações da Revista na Era Digital¹

Rackel Cardoso Santos GUIMARÃES²
Luciellen Souza LIMA³
Antônio FAUSTO NETO⁴

Resumo

Este trabalho é resultado de uma pesquisa inicial para dissertação no programa de Pós Graduação em Jornalismo da UFPB, e tem como objeto de estudo o jornalismo de revista. Buscando entender os impactos do novo cenário tecnológico na prática jornalística da revista *Veja*, tratado a partir da observação das mudanças na produção, dos novos métodos de apuração, da transformação da rotina jornalística diante do novo cenário tecnológico e da convergência dos meios convencionais para o ciberespaço. Através de uma revisão bibliográfica, nesse artigo serão observadas as primeiras constatações dessas transformações da revista e as plataformas que estão sendo utilizadas para essa convergência midiática.

Palavras-chave: Revista. Convergência. Internet. Veja.

Introdução

Vivemos em um mundo de constantes mudanças, o uso do computador, a internet, os dispositivos móveis e os sites de redes sociais são grandes motores dessas transformações e estão, cada vez mais, sendo incorporados ao dia a dia de grande parte das pessoas. Na sociedade atual, tudo é renovado com muita velocidade, inclusive as informações, que estão cada vez mais instantâneas.

Pierre Lévy já previu em seu livro “Cibercultura” (1997, p. 93) que o ciberespaço seria o principal canal de comunicação e suporte de memória da

¹ Trabalho apresentado no Intercom Nordeste 2013, DT1 Jornalismo.

² Mestranda do Curso de Pós Graduação em Jornalismo Profissional – UFPB. E-mail: rackel_cs2@hotmail.com.

³ Mestranda do Programa de Pós Graduação em Jornalismo - PPJ/ UFPB. E-mail: luciellenlima@hotmail.com

⁴ Professor do Programa de Pós Graduação em Jornalismo - PPJ/ UFPB. E-mail: afaustoneto@gmail.com.

humanidade. No ciberespaço a informação circula com rapidez e todos podem produzir e veicular qualquer conteúdo.

Segundo Giarrante (2012) foram as alavancas tecnológicas que mudaram nossa vida, nosso trabalho e até a maneira como nos divertimos na “sociedade digital”, também ao longo dos tempos, as tecnologias influenciaram fortemente na comunicação social. Para Neto (2011), a midiatização tem impacto sobre a produção da notícia e do próprio acontecimento, pois eles passaram a ser produzidos segundo as dinâmicas e complexas novas relações e os jornalistas agora estão situados em novas dinâmicas de contatos, articulações e vínculos dentro de uma “sociedade em midiatização”.

[...] A midiatização corresponde ao desenvolvimento de processos crescentes e complexos de tecnologia, convertidas em meios e em operações tecnodiscursivas, através de processos de produção e de recepção de discursos que afetam a sociedade, no âmbito de práticas das instituições e dos atores sociais, gerando novas e complexas formas de contatos e de interações. (NETO, 2012 – p.21)

Convergências midiáticas

Com as mudanças tecnológicas, vários meios de comunicação tiveram que migrar seu conteúdo para novas plataformas de distribuição e visualização. Como afirma Neto (2011, p.29) “[...] O jornal não desaparece, mas se torna numa outra instituição hibridizada pelas injunções de novas formas tecnológicas e de linguagem.”

Atualmente, discute-se muito quais rumos os meios impressos tomarão diante das novas tecnologias, que têm atraído cada vez mais usuários. Mas, os meios tradicionais têm utilizado de diversas estratégias, incorporando novos aparatos tecnológicos ao seu trabalho e se colocando também presentes no mundo online.

[...] Novas possibilidades importantes sempre geram alguma reestruturação na sociedade, pois tanto a chegada do novo meio de comunicação quanto o término de antigos limites alteram o nosso tecido conjuntivo. Quanto maior é a diferença entre velhas e novas possibilidades, menos é a probabilidade de que antigos comportamentos permaneçam inalterados. Organizações que contavam com um incontestável acesso ao discurso público ou ações coordenadas não desaparecerão, mas a concorrência com os grupos amadores e desorganizados vai alterar sua importância relativa. A questão aberta à sociedade é como administrar as mudanças sociais e

até mesmo as reviravoltas que chegam com as novas tecnologias. (SHIRKY – 2011. p. 183)

Vivemos em um mundo midiaticizado e a incorporação de outros dispositivos está sendo inevitável para as mídias tradicionais. Estar cada vez mais próximo do leitor / telespectador/ouvinte é também estar em um sistema híbrido entre o convencional e as novas interfaces que surgem com a evolução tecnológica.

O conjunto dessas modificações pressupõe o surgimento de um novo regime discursivo da mídia, o que sugere profundas transformações no trabalho enunciativo dos discursos jornalísticos e, também, na própria natureza da relação entre fontes, leitores-ouvintes-espectadores, jornalistas e empresas jornalísticas, que se torna mais complexa, afetando, assim, a chamada cultura jornalística, o modo de ser dessa comunidade e de suas práticas. (JUNIOR, MATTOS, JACKS, 2012 – p. 252)

Segundo o Ibope NetRatings, em 2012, o Brasil era o quinto país mais conectado do mundo, possuindo 79,9 milhões de internautas. E os meios de comunicação estão se aproveitando desse espaço para divulgar suas programações, interagir com os usuários, criar perfis em redes sociais, buscando a participação do público, recebendo suas as críticas e sugestões. O internauta passou a ser um coprodutor da informação.

A condição de co-produtores da informação jornalística dada aos públicos é permitida em grande parte pelas novas plataformas de contato desses agentes com os dispositivos. Nesse sentido, observa-se um reordenamento não apenas de papéis, mas também de práticas e conteúdos, fazendo com que dispositivos se interrelacionem estabelecendo redes sólidas de compartilhamento de informação. (JUNIOR, MATTOS, JACKS, 2012 – p. 256).

As redes sociais podem atuar de forma complementar e colaborativa com a prática jornalística. Para RECUERO, (2012), a rede social é a utilização de determinadas ferramentas por um grupo de atores para publicar suas conexões e interagir, elas selecionam e repassam as informações que são relevantes para seus grupos sociais.

Pesquisas do Ibope (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística) mostram que em agosto de 2012, o tempo gasto por usuários brasileiros em redes sociais foi de 7 horas e 14 minutos, em média. No mesmo mês *Facebook* somou 30,9

milhões de usuários únicos. Já o *Twitter* marcou 14,2 milhões de internautas. O que mostra a força que as redes sociais têm no cotidiano dos brasileiros.

O jornalismo está cada vez mais imerso na sociedade digital, as facilidades oferecidas como, por exemplo, usar o mesmo dispositivo para gravar vídeos, tirar fotos, acessar a internet móvel e fazer ligações ou enviar mensagens de texto, acabam atuando como dispositivos auxiliares ao trabalho jornalístico. Computadores, celulares, smartphones, *tablets* e a internet móvel têm facilitado, por exemplo, o contato do repórter com a redação no momento da execução da matéria, como também auxiliam a produção com a apuração dos fatos, aproximando os meios de seu público, que instantaneamente podem comentar ou retransmitir a mensagem.

A revista na era digital

Com a revista não poderia ser diferente, a convergência do meio impresso para o meio digital foi inevitável, uma questão de sobrevivência, de adaptação e de acompanhamento de uma transformação inevitável. Para avaliar essa atual convergência da revista para os meios digitais, é necessário conhecer um pouco de suas transformações ao longo da história.

A primeira revista que se teve notícia foi publicada em 1663 na Alemanha, e chamava-se *Erauliche Monatsh-Unterredungen*. Inicialmente tinha jeito de livro, porém publicava vários artigos diferentes sobre um mesmo assunto e propunha-se a ser periódica, (SCALZO, 2009). Com o tempo, esse formato foi sofrendo diversas modificações, passou a trazer ilustrações, fotos, cores, infográficos, e mudou de tamanho, tipo de papel, etc.

No Brasil as revistas chegaram no início do século XIX juntamente com a corte portuguesa. Mas a primeira revista brasileira foi lançada em 1812 em Salvador na Bahia, intitulada *As Variedades ou Ensaios de Literatura*. A revista mais lida e mais vendida do país até hoje é a *VEJA*, uma revista semanal, publicada pela Editora Abril. Foi criada em 1968, pelos jornalistas Victor Civita e Mino Carta. É a revista de maior circulação no Brasil, com uma tiragem superior a um milhão de exemplares. (SCALZO, 2009).

Ao longo desse tempo, o formato, o papel, a cores, e até mesmo o tamanho das revistas precisaram ser modificados e aperfeiçoados.

A revista distingue-se de outros meios impressos por ser um meio de periodicidade diferenciada, algumas semanais, quinzenais ou até mensais, e na qual o conteúdo pretende ser diferenciado dos demais meios, aprofundando os assuntos. Seu formato sempre buscou se diferenciar dos demais meios, aprofundando os assuntos, mais que os jornais e menos que os livros.

Revistas são veículos amplificadores, capazes de confirmar, explicar e aprofundar histórias já veiculadas por mídias mais imediatas. Em função da periodicidade, tem mais tempo para elaborar a pauta, checar e analisar informações, explorar diferentes ângulos, aprofundar o tema e ajustar o foco ao leitor. Abordam assuntos e suas reportagens assumem caráter de recuperação dos acontecimentos para construção de textos interpretativos, atravessados, em variáveis graus, pela opinião. (AZUBEL, 2012 - p.02)

O meio revista já passou por diversas transformações e também precisou ser adaptado ao meio digital para estar cada vez mais próxima de seus leitores. Revistas existem para serem lidas, portanto, dependem inevitavelmente de seu público (SCALZO, 2009).

Boa parte da produção da sociedade agora está disponível online, a revista não poderia ficar a par desse contexto. “[...] uma revista depende do que a sociedade produz que possa e mereça ser contado em suas páginas. Em suma, as revistas são dotadas de uma autonomia dependente, dos espíritos e das culturas que as alimentam.” (AZUBEL, 2012 - p.10).

Hoje a ela está presente nos meios digitais em diversos formatos, tipos e algumas revistas com exemplares exclusivamente online. Diante das constantes atualizações tecnológicas o objetivo é buscar cada vez mais estar perto do público leitor, que hoje pode acessá-las de qualquer lugar do mundo. A revista deixou de circular apenas semanalmente ou mensalmente, para estar em contato diário com o público, utilizando-se das plataformas digitais e se transformando em um sistema híbrido.

O jornalismo móvel gradativamente se beneficia dessa hibridação entre tecnologias e processos em redes móveis de alta velocidade que permite a mobilidade líquida (informacional, virtual, física) no desdobramento das condições ora disponíveis para a prática dos jornalistas e do consumidor na recepção das notícias. (SILVA, 2012 – Disponível em <http://www.jornalismomovel.com.br>)

Com as novas possibilidades ofertadas pelas tecnologias digitais e a internet, é possível observar que muitas revistas agora têm seus próprios sites, versões em PDF e perfis nas redes sociais, que ajudam a informação a chegar cada vez mais rápido aos leitores. Aproveitando esse contexto, revistas como *Cláudia*, *Galileu*, *Superinteressante* e *Veja* estão também presentes nas redes sociais.

Algumas revistas já nasceram no mundo online como, por exemplo, *O Grito*. Revista eletrônica com sede em Recife que cobre os diversos assuntos relacionados à cultura pop e entretenimento. Tem colaboradores espalhados em todo o País e diariamente publica notícias, vídeos, entrevistas, críticas e matérias, também abriga um conjunto de blogs.

Site da revista *O Grito*:



Fonte: www.revistaogrito.com

O Grito também possui perfis no facebook e twitter, onde os internautas podem comentar e compartilhar o conteúdo, além de interagirem com os produtores da revista.

Facebook da revista *O Grito*:



Fonte: www.facebook.com/revistaogrito

Já a revista *Veja* foi fundada em 1968 e nasceu essencialmente impressa, suas polêmicas reportagens, entrevistas nas páginas amarelas já deram o que falar no país. Mas, até as revistas mais tradicionais como *Veja* tiveram que se adaptar ao meio digital como parte de uma estratégia de aproximação dos leitores. Modificando assim, a própria prática jornalística enquanto mediação social (discutir e levar ao conhecimento do público fatos relevantes da sociedade)

Veja deixou de ser apenas uma revista impressa, e agora possui um site (<http://veja.abril.com.br/>) onde notícias são postadas quase simultaneamente aos acontecimentos, e onde algumas reportagens mais aprofundadas, possuem conteúdos privados que convidam o leitor a “continuar lendo”, comprando a versão impressa ou online da revista.

Portal da revista *Veja*:

veja.abril.com.br/noticia/internacional/papa-anuncia-renuncia-ao-pontificado

Recomendar 2,8 mil -1 181 Tweet 946 Share Pin It 1

Vaticano

Papa Bento XVI anuncia renúncia ao pontificado

Em comunicado, pontífice, de 85 anos, afirmou que está consciente da gravidade de seu gesto, mas vai deixar o cargo em 28 de fevereiro devido à idade avançada

Foto 1 / 79 AMPLIAR FOTOS

Papa Bento XVI acena para os fiéis pela última vez da sacada de sua residência de verão em Castel Gandolfo - Tony Gentile/Reuters

Notícias (105)

Aplicativo para iPhone e iPad traz foto em alta resolução do Santo Sudário

Por que Francisco será diferente dos outros papas

Acessível a todos, Francisco é lembrado por sua humildade

Ver todas

Videos e Fotos (17)

Religião

O papa Francisco e a ditadura argentina

Um dos magistrados no julgamento pelo sequestro e tortura de dois padres jesuitas na Argentina durante a ditadura militar afirmou que o tribunal rejeitou, por considerar falsas, as acusações de que Jorge Bergoglio, o papa Francisco, teria delatado os religiosos.

Vaticano

Francisco I pede oração e bênção a fiéis

O papa Francisco I, em seu primeiro pronunciamento, pediu oração e bênção aos fiéis. O argentino Jorge Mario Bergoglio orientou os católicos a seguir um caminho de fraternidade, de amor e de 'evangelização'.

Ver todas

Fonte: <http://veja.abril.com.br/>

No site também é possível fazer assinatura da revista (impressa ou digital). A versão digital pode ser acessada pelo computador, celular com internet móvel ou *tablet*. Com o conteúdo diferenciado da versão impressa, a *Veja Digital* apresenta mais atrativos, como um grande número de fotos, hiperlinks, infográficos animados, etc.

O leitor da VEJA poderá navegar pelo universo da edição impressa com apenas um toque. O conteúdo estará disponível semanalmente nas manhãs de sábado (a partir das 8 horas da manhã de Brasília). Além de todo o conteúdo da edição impressa de VEJA, o aplicativo proporciona diferenciais como animações e infográficos que ganham vida ao toque, imagens com muito mais brilho e apelo visual na tela do tablet, vídeos incorporados dentro das matérias, galeria de fotos navegável com os dedos, além de links que remetem das páginas de VEJA para a internet. VEJA no Tablet oferecerá também um índice multimídia, ou seja, uma página em que estarão indicados todos recursos interativos. E ainda, durante a leitura, o usuário poderá acessar qualquer página da edição ou trocar de seção apenas com um toque, por meio de um menu inferior, realizando uma navegação muito mais intuitiva. (<http://veja.abril.com.br/> acesso em 20 de janeiro de 2013)

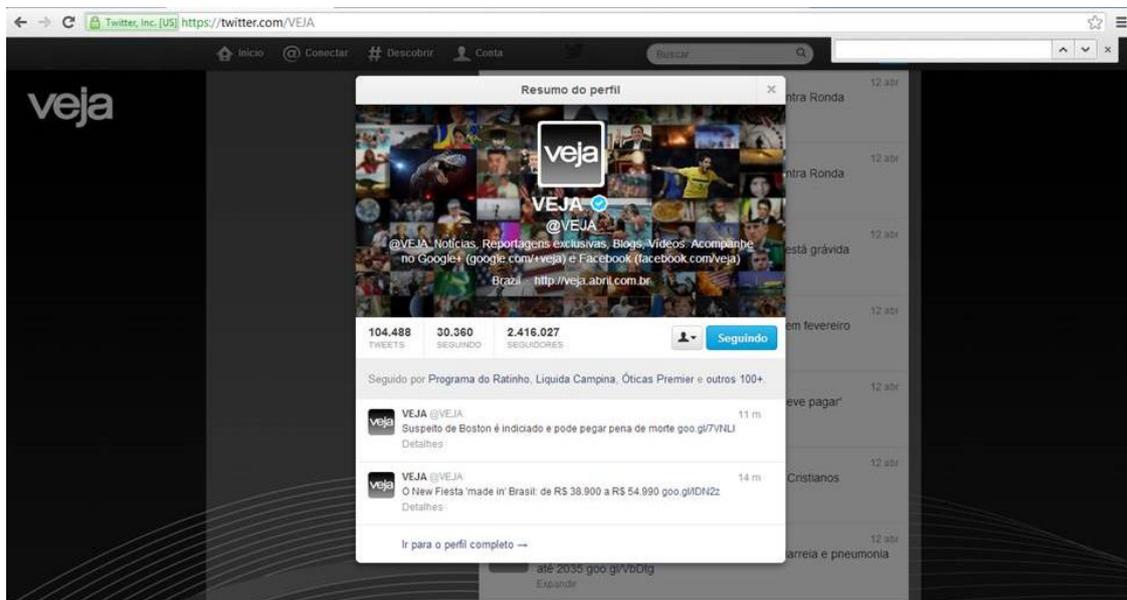
Além disso, a *Veja* possui perfis nas principais redes sociais, com mais de um milhão e setecentos fãs no *Facebook* e mais de 2 milhões de seguidores no *Twitter*. Onde consegue adquirir comentários, curtidas, compartilhamentos e *retweets*, o que demonstra que existe interação dos fãs e seguidores (que não necessariamente são assinantes).

Página do Facebook da revista *Veja*:



Fonte: www.facebook.com/Veja

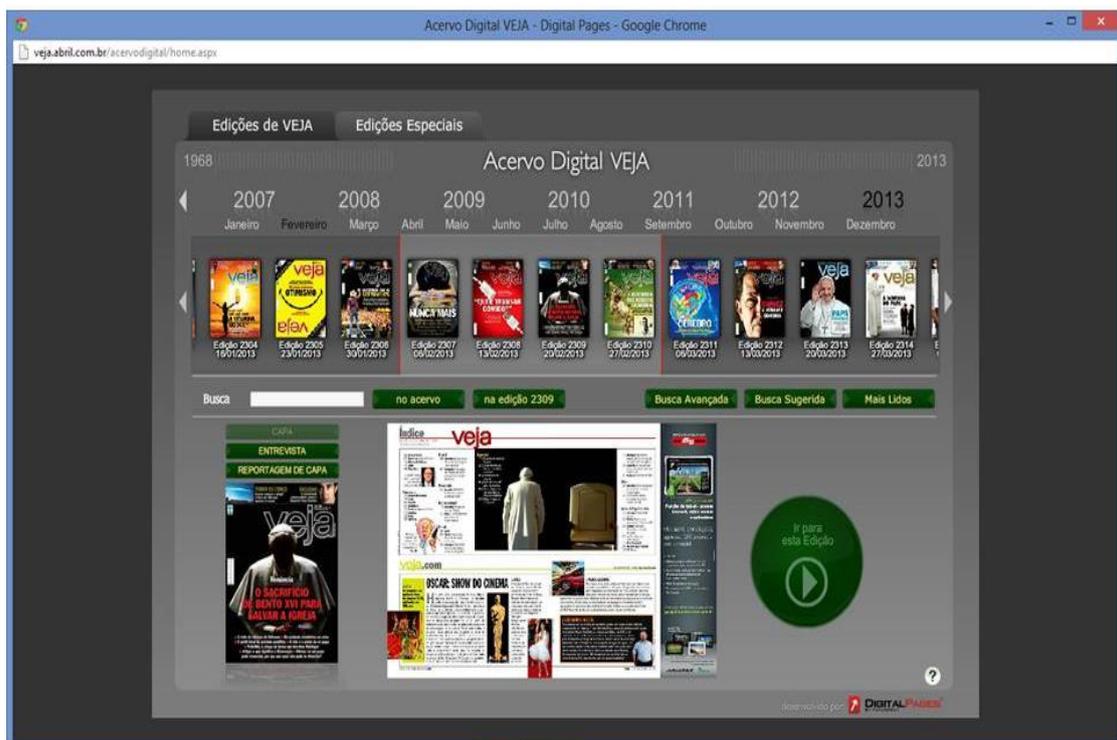
Perfil do twitter da revista *Veja*:



Fonte: twitter.com/VEJA

Além do site, dos perfis e redes sociais e do formato digital interativo, o portal da *Veja* abriga um acervo digital com as edições da revista desde 1968 até duas edições anteriores a que está circulando nas bancas.

Acervo digital da *Veja* na internet:





Fonte: veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx

A frase: “Agora você pode baixar toda semana a versão mais interativa da Revista *Veja* para o seu Tablet” (retirada do site da *Veja*) exemplifica bem a atualização da revista ao meio digital. O conteúdo da *Veja* deixou de ser apenas impresso e passou a ser encontrado também online e interativo. A revista pode ser comprada através da internet e lida de qualquer lugar do mundo. Além disso, ela agora não se limita ao conteúdo impresso, os assuntos postados nas redes sociais como *Twitter* e *Facebook* e no site, não necessariamente são encontrados nas bancas de revistas, e muitas vezes também o conteúdo online é mais simplório, podendo ser aprofundado na versão impressa ou digital “privada”, ambas adquiridas apenas mediante a compra.

Portanto, é possível observar que a revista *Veja* está fazendo parte de um sistema altamente integrado entre o meio impresso e digital. Esse novo cenário causou um tremendo impacto no modo de se fazer jornalismo de revista. O texto agora precisa ser escrito e adaptado para diferentes plataformas, o imediatismo e o boom de informações dispostas na internet fazem com que o conteúdo da revista procure ser cada vez mais chamativo e diferenciado do que já se viu online, e além disso, a participação do público permite uma nova forma de apuração e produção de conteúdo, podendo o leitor ser a fonte e/ou o crítico da informação.

[...] Os processos tecnológicos de interação, embora timbrados pela lógica midiática, abrem possibilidades sociais, permitem novas formas de produção, difusão, circulação, bem como de criação de vínculos e de constituição de si. Todas essas são marcas sensíveis das novas mediações e de rearranjos sociais, o que culmina com a transformação da própria lógica dos dispositivos midiáticos. (JUNIOR, MATTOS, JACKS, 2012 – p. 248)

Talvez seja esse o passo mais importante dessas mudanças, a possibilidade de uma maior proximidade com o público leitor, o que permite um feedback rápido do trabalho do jornalista.

Considerações finais

Assim com a *Veja*, outras revistas estão convergindo para as redes e criando aplicativos e formas de aproximação com o público e inserção na rede mundial de computadores.

Com tantas facilidades e tantos aparelhos móveis que permitem conexões de qualquer lugar, este cenário tem contribuído e modificado o modo de se fazer e pensar jornalismo.

Entendemos assim que é preciso explorar os estudos no âmbito do fazer jornalismo de revista em nosso cotidiano, visto que a rotina nas redações não é mais a mesma. Tendo como desafio observar e identificar o impacto que os aparatos tecnológicos estão causando no trabalho do jornalismo de revista.

Diante dessa análise inicial, onde foram observadas as mudanças na revista, os próximos passos na pesquisa serão: entender o que mudou no trabalho do jornalista, na estrutura da redação e como o público está participando desse novo processo de produção da revista.

Referências

AZUBEL, Larissa Lauffer Reinhardt - **Jornalismo de revista: um Olhar Complexo**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Fortaleza, CE – setembro de 2012. (http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/lista_area_DT1-JI.htm)

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

GIARRANTE, Ana Carolina. **As revistas na sociedade digital**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Fortaleza, CE – Setembro 2012. (http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/lista_area_DT1-JI.htm)

JUNIOR, Jeder Janotti; MATTOS, Maria Ângela; JACKS, Nilda, (Org.) - **Mediação & midiaticização**. Salvador : EDUFBA ; Brasília : Compós, 2012.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Editora 34. São Paulo, 1999.

NETO, Fausto; Transformações do jornalismo na sociedade em vias de midiaticização. IN - NETO, Fausto; CAMPOS, José David (Org.). **Interfaces jornalísticas: ambientes, Tecnologias e Linguagens**. João Pessoa: Editora da UFPB, 2011. (p. 17-33).

RECUERO, Raquel. **A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2009.

SCHWINGEL, Carla; ZANOTTI, Carlos (Org.). **Produção e colaboração no jornalismo digital**. Forianópolis: Insular, 2010.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SILVA, 2012 – **Era do pós-PC e jornalismo**. Disponível em <http://www.jornalismomovel.com.br/>- Último acesso em 25 de janeiro de 2012.

THOMPSON, Jonh B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 10. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

TRAVANCAS, Isabel. Fazendo etnografia no mundo da comunicação. In BARROS, A. e DUARTE, J. (orgs.), **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006, p. 98-109. Disponível em: <http://www.taddei.eco.ufrj.br/AntCom/Travancas.pdf> acesso em 20 de janeiro de 2013

<http://veja.abril.com.br/> – acesso em 20 de janeiro de 2013.