

# A modernidade gráfica da revista *Sombra*

The graphic modernity of *Sombra* magazine

ANA LUIZA CERBINO

Doutora em comunicação

Universidade Estácio de Sá  
UNESA

Curso de Comunicação  
Publicidade e Propaganda

## RESUMO

A revista *Sombra*, editada entre 1940 e 1960, na cidade do Rio de Janeiro, apresenta em suas páginas uma narrativa visual amparada por uma arrojada linguagem gráfica, apresentando ao leitor o que, naquele momento, significava ser moderno. Moda, cinema, artes plásticas, teatro, balé surgem nas páginas da revista, mostrando uma correspondência com a então capital do Brasil, que se pretendia cosmopolita e moderna.

Revista *Sombra*. Modernidade. Linguagem gráfica.

## ABSTRACT

*Sombra* magazine, published between 1940 and 1960, in Rio de Janeiro, presents in its pages a visual narrative supported by a modern graphic language, presenting the reader what it means to be modern at that moment. Fashion, cinema, visual arts, theater, ballet appears in the pages of the magazine, showing an accordance with the cosmopolitan capital-city.

*Sombra* magazine. Modernity. Graphic language.



## No universo das revistas ilustradas

Os periódicos ilustrados no Brasil tiveram, a partir da segunda metade do século XIX, um importante papel na difusão de ideias e valores junto ao público leitor. Entre os vários editados no período, pode-se destacar *Semana Ilustrada* (1860-1875) e *Ilustração Brasileira* (1876-1878), ambos de Henrique Fleiuss (1823-1882), *Revista Ilustrada* (1876-1895), de Angelo Agostini (1843-1910), e ainda *Ilustração do Brasil* (1876-1880), de Charles Francis Vivaldi. Importante ressaltar que *Semana Ilustrada* foi o primeiro veículo de comunicação a publicar fotografias em território nacional. Em 1864, levou para seus leitores cenas dos campos de batalha da Guerra do Paraguai (ANDRADE, 2004, p.132).

Apesar desse panorama, o desenvolvimento da imprensa ilustrada nacional apresentou um ritmo mais lento em comparação ao cenário europeu e norte-americano. Tal ocorreu muito em função da inexistência de mão de obra qualificada na transposição de imagens para as matrizes litográficas e xilográficas usadas na conversão de originais em cópias (AZEVEDO, 2010, p. 11-12).

Foi na virada do século XIX para o XX que houve uma modernização das técnicas gráficas e um aumento na tiragem dos periódicos, graças a impressoras mais ágeis, levando, de modo geral, ao aumento de títulos e de tiragens dos periódicos. Com isso, das gráficas artesanais do Império passou-se a uma imprensa, na República, com porte de indústria (CARDOSO, 2009, p.41). A fotografia teve lugar de destaque nos periódicos nacionais e, em 1900, foi lançada a *Revista da Semana*, suplemento ilustrado do *Jornal do Brasil*, especializado em fazer reconstituições de crimes em estúdios fotográficos. Nesse período surgiram diversos veículos recheados de ilustrações e fotografias atraentes aos olhos do leitor.

Houve, assim, uma nova configuração no universo do periódico revista, isto é, as publicações não estavam mais a serviço exclusivo de literatos que se valiam desse espaço para se legitimar. Tal mudança fez surgir revistas idealizadas por homens de negócios e voltadas para públicos já delineados (MARTINS, 2001, p. 144).

A partir desse momento, a chamada “cultura da inovação” se enraizou no mundo das revistas ilustradas. E os periódicos das primeiras décadas do século XX, além de estabelecer valores e normas de conduta, tornaram-se um dos principais veículos para a assimilação da nova percepção espaço/tempo criado pelo processo modernizador instaurado pelo “bota-abaixo” da administração de Pereira Passos (1902-1906). Por meio do humor, da ironia e da sensualidade “atenuavam a angústia provocada pelas transformações na esfera urbana e na sociedade em geral” (SOBRAL, 2007, p. 32). Nada escapava aos escritores e artistas desses periódicos que criticavam os modismos, a chegada dos automóveis, as questões relativas à saúde, entre tantos outros assuntos.



Esses periódicos tornaram-se lugares estratégicos da articulação sócio-cultural da cidade, nos quais redes de sociabilidade foram criadas e novas formas de expressão e de linguagens estabelecidas. Contribuíram, assim, para a elaboração da moderna sensibilidade nacional, ora dividindo e emitindo opiniões com os leitores, ora fornecendo dicas e conselhos, mas, em ambos os movimentos, construindo uma relação de proximidade e convivência.

As revistas apresentavam uma diagramação requintada e um alto padrão gráfico, como *O Malho* (1902), primeira a utilizar a impressão em tricromia, ou *Kósmos* (1904), que se destacava tanto pelo uso de vinhetas, fios e florais em estilo *art nouveau* quanto pelo apuro técnico, ou ainda *Cinearte* (1926), primeira a ser impressa no processo off-set. Essas e outras se sobressaíam não só pela renovação proposta pela produção e projetos gráficos, mas também pela transformação proporcionada junto ao público, já que atuavam como mediadoras entre o “mundo do texto e o mundo leitor”.

Nesse contexto, um importante veículo surgiu transformando-se em fenômeno de vendagem: *O Cruzeiro*, lançado em 1928, pelos Diários Associados, empresa pertencente a Assis Chateaubriand (1892-1968). Circulava entre todas as classes sociais, tendo um público fiel formado por homens e mulheres, idosos e adolescentes moradores das grandes ou pequenas cidades do país, tornando-se a grande revista de circulação nacional. Na década de 1950, chegou a atingir a marca de 700 mil exemplares por semana (BAPTISTA; ABREU, 2012, p. 5).

Dez anos depois, em 1938, no Rio de Janeiro, surgiu a revista *Dirtrizes*, iniciativa de Azevedo Amaral e Samuel Wainer (1910-1980). Grandes matérias eram o foco da publicação, como a antológica reportagem de Joel Silveira (1918-2007), de 1943, “Grã-finos em São Paulo”, um retrato debochado e cruel das “Fifi’s, Lelé’s e Mimi’s” que “faziam coisas inúteis, como comprar a revista *Sombra*, tomar chá na livraria Jaraguá, jantar na Papote e falar das amigas”.

A partir dessa matéria, *Sombra* ficou marcada como uma revista elitista e frívola. Mas ela não deve ser resumida somente a esse aspecto. Para além de seu conteúdo, é preciso levar em consideração as especificidades do seu projeto gráfico, além de valores e comportamentos encontrados nas suas páginas, quando uma determinada ideia de modernidade começava a se instaurar na cidade.

## A modernidade impressa de *Sombra*

Editada mensalmente na cidade do Rio de Janeiro, entre dezembro de 1940 e junho de 1960, *Sombra* teve Walther Quadros como único diretor responsável e nos três primeiros anos Aloysio de Salles foi o redator chefe, sendo depois substituído por Lucio Rangel. A redação funcionava na Rua México, 98, 4º andar, tendo agentes em São Paulo e correspondentes em Paris e Nova Iorque. Em seu expediente não há



dados relativos à tiragem, número de assinantes e tampouco informa o responsável pela diagramação ou projeto gráfico – mesmo porque, naquele momento, a figura do designer, como a conhecemos hoje, ainda não existia.

Sua linha editorial privilegiava os acontecimentos sociais da cidade do Rio de Janeiro e de São Paulo, em que diversos articulistas apresentavam o que deveria ser consumido, desde espetáculos até roupas e jóias. Era uma vitrine do “high life”, com páginas cheias de personalidades nacionais e internacionais, cristalizando imagens de parte da sociedade que se idealizou e se fez distinguir nas suas páginas.

O editorial de estréia foi assinado pelo poeta Augusto Frederico Schmidt (1906-1965), que afirmava: “Essa publicação vai fixar o lado elegante e civilizado do Brasil”. Segundo o escritor, o título significava “liberação, o consolo e a recompensa do esforço de viver. A sombra é o que há de permanente, de verdadeiro e de antigo, entre tantas coisas verdes e ephemeras”. Ainda no mesmo texto, Schmidt destacou o “espírito da Sombra”, pois a revista pretendia ser “uma expressão” do que não seria recente, do que não seria por demais “nítido” na vida brasileira. O poeta construía assim uma explicação para um nome que a princípio poderia causar estranheza, mas que se justificava pela sua linha editorial.

A revista atravessou o período do Estado Novo (1937-1945), época em que mudanças políticas e sociais foram instauradas e ganharam uma nova dimensão. O apoio ao Estado Novo podia ser visto nas matérias sobre Vargas e a elite do governo, como ministros e secretários que frequentemente apareciam nas páginas de *Sombra*. Apesar do cerco à imprensa ter sido brutal, a revista, aparentemente, não sofreu nenhum tipo de censura, pois se mostrou sensível às necessidades e demandas do poder.

Construir uma imagem de país moderno, além de elaborar uma identidade nacional pautada na cultura popular, mas intermediada pela chamada cultura erudita, foram tarefas que o governo de Getúlio Vargas (1882-1954) impôs. Nesse período, as chamadas “revistas mundanas” tornaram-se o suporte ideal para a veiculação dessa nova imagem, além de apresentar as conquistas técnicas com as quais a imprensa como um todo se defrontava naquele momento.

Ao mesmo tempo, o domínio dos meios de comunicação era essencial para cercear a divulgação do que não era do interesse do Estado, construindo uma nova relação entre imprensa e poder. Enfatizavam-se as realizações do regime e sua adequação à realidade nacional, além de promover a figura pessoal e política de Vargas. Por conta da censura à imprensa, o Estado ganhava, cada vez mais, espaços de divulgação – fosse por coerção, fosse por alinhamento político –, mas o público, de modo geral, foi afastado dos periódicos. Sua fala foi silenciada dos periódicos, enquanto a fala do Estado foi ampliada (BARBOSA, 2007, p. 108).

Mas em algumas revistas a voz do público aparece em meio à atmosfera de luxo e fantasia, tomando lugar da realidade política, como em



*Sombra*, em que o glamour se sobrepôs à realidade. É possível dizer que o conteúdo encontrado nas páginas de *Sombra* foi criado a partir de uma reivindicação do seu próprio público leitor, pois ele buscou na fantasia e nas personalidades retratadas a expressão de seu rosto silenciado. Ao se encontrar afastado do fato político, mostrou sua face nesses periódicos que enfocavam o entretenimento, buscando assim outras possibilidades para vivenciar seu cotidiano.

Na revista editada por Walther Quadros, a fotografia não tinha nenhum tipo de compromisso em expor os “fatos reais e cotidianos” nacionais, como pretendido em *O Cruzeiro*, por exemplo. Sua intenção era outra: mostrar o estilo de vida de um determinado grupo social e também “educar” a sociedade sobre o que deveria ser intelectual e socialmente consumido.

Por ser uma revista de frivolidades temperada com comportamento, entretenimento e cultura dirigia-se a um público refinado, mas também para aqueles que desejassem conhecer esse estilo de vida. Entende-se aqui por frivolidades temas e assuntos mais próximos de um “colunismo social”, quando o Rio passou, em função da guerra na Europa, a ser rota para financistas, celebridades internacionais e intelectuais. Produzia a imagem do burguês inserido no mundo elegante e culto, que se associava ao consumo, à modernidade e às experiências de grandes eventos, como festas de casamento, carnavais, vernissages, bailes de debutantes, entre outros acontecimentos sociais.

Traduzia simbolicamente essa particularidade por meio de alta qualidade gráfica. Para isso, utilizava o papel couché tanto para o miolo quanto para a capa, com um amplo formato (27 X 32, 5 cm), sinônimo de um produto mais luxuoso. Capa e contracapa eram impressas em policromia, mas com o miolo p&b, enquanto os anúncios podiam ter uma, duas ou até mesmo quatro cores. Tais características estabeleciam uma associação direta com seu público que percebia ali um produto caro, seguindo o padrão das publicações internacionais da época, como *Vogue* e *Life*, entre outras.

O projeto gráfico apresentava uma clara referência ao trabalho desenvolvido pelo designer russo Alexei Brodovitch (1898-1971) para a revista norte-americana *Harper's Bazaar*. A principal característica da linguagem gráfica desta era “a simpatia pelo espaço em branco e tipos precisos em páginas claras, abertas, repensando a abordagem do design editorial” (MEGGS, 2009, p. 440) – referências que também são encontradas e percebidas em *Sombra*.

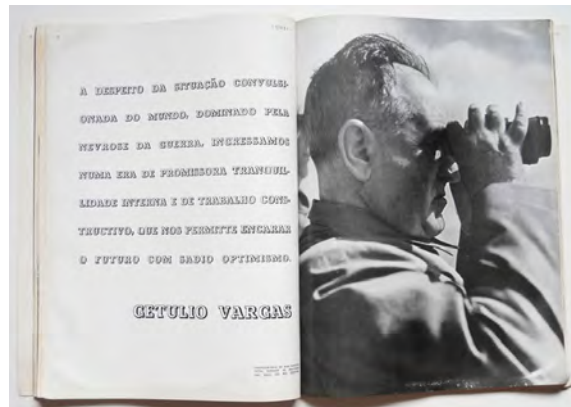
Seu quadro de colaboradores contava com nomes de peso da literatura, das artes visuais e da fotografia, como Mário de Andrade (1893-1945), Stefan Zweig (1891-1942), Di Cavalcanti (1897-1976), Jean Manzon (1915-1990), Sergio Porto (1923-1968), Carlos Moskovich (1916-1988), Cecília Meireles (1901-1964), Athos Bulcão (1918-2008), Enrico Bianco (1918) entre muitos outros, exibindo um refinamento visual no uso da imagem e do texto impresso.



**Figura 1**  
*Sombra*, n.1, ano 1,  
dezembro/1940-janeiro/1941.

O primeiro número da revista, de dezembro de 1940/janeiro de 1941, foi um especial de Natal. Nele, Saul Steinberg (1914-1999) foi um dos destaques. Além da capa, apresentou dez cartuns distribuídos ao longo da revista. A ilustração da capa cria um diálogo com o nome da revista, em verde, pois mostra um perfil em destaque, tomando um sorvete; ao fundo, em uma paisagem ensolarada, vemos um homem deitado no chão debaixo de uma grande sombra formada por vários guarda-sóis. O desenho é quase totalmente preto e branco, com poucos detalhes coloridos, evidenciando a opção da revista pelas tendências gráficas mundiais do momento. Isto é, limpeza visual como significado de elegância (figura 1).

É também neste primeiro número que o fotógrafo Jean Manzon (1915-1990) colabora com a revista, antes de iniciar sua carreira em *O Cruzeiro*. A foto de Getúlio Vargas durante manobras no vale do Rio Paraíba, demonstra a inovação instaurada pelo francês no fotojornalismo brasileiro, como novos enquadramentos, closes extremos e ângulos inusitados (figura 2).



**Figura 2**  
*Sombra*, n.1, ano 1,  
dezembro/1940-janeiro/1941, p. 58-59.

Nessa mesma edição, há uma “ilustração photographica”, com a bailarina Nini Theilade (1915), do Ballet Russe de Monte Carlo, então em excursão pelo país, que contou com imagens de Jorge Castro e versos de Mario de Andrade (1893-1945). A opção pelos espaços em branco e imagens fotográficas com cortes inusitados na diagramação da revista estão presentes na matéria, demonstrando inovação e modernidade na apresentação e usos das imagens (figuras 3 e 4).

**Figuras 3 e 4**  
*Sombra*, n.1, ano 1,  
dezembro/1940-janeiro/1941, p. 60-61.







Nas capas desenvolvidas para as edições da década de 1940, a ilustração reina absoluta. Somente na década seguinte outras técnicas começam a ser usadas, como a colagem e a fotografia, revelando uma aproximação com as artes visuais e o que ocorria nesse universo. Cada capa se apresenta como uma peça individual criada por artistas em evidência na época, muitas vezes nem se relacionando com o tema da edição, mas com alguma matéria do miolo. É o caso da capa da edição de junho de 1943, criada pelo arquiteto e pintor português Eduardo Anahory (1917-1998). Nela, o nome da revista é repetido quatro vezes com cores diferenciadas em vermelho, amarelo, azul e verde, tendo no centro uma imagem de fundo preto com uma mesa e cadeira e cartas de baralho. A imagem faz uma alusão ao universo dos jogos e cassinos, que ainda não eram proibidos no país, também se referindo a duas ilustrações da edição, “Cassino Copacabana” e “Anahory foi à Urca e ao Atlântico também” (figuras 5 e 6).



Figuras 5 e 6

Capa de *Sombra*, n.19, ano 3, junho/1943 e p. 45 (ilustração “Anahory foi à Urca e ao Atlântico também”).

A confluência entre artes visuais e design presente nas capas e no miolo da revista possibilitou um diálogo profícuo entre ambos, já que naquele momento as capas e a diagramação eram realizadas, em sua grande maioria, por artistas. Havia um trânsito entre estes e o periódico; eles emprestavam suas assinaturas para o produto, indicando que a associação entre ambos era proveitosa: tanto para o periódico, que conquistava prestígio cultural, quanto para o artista, que adquiria um espaço e maior visibilidade na dinâmica social.

Nas páginas da revista, o espaço é definido em função da massa de texto e das imagens – fotografias ou ilustrações –, e cada elemento adiciona complexidade. Além disso, as relações entre o espaço positivo e negativo dos textos e das imagens adicionam um dinamismo às páginas. Essa estratégia é visível nas fotos sangradas, sobrepostas e rotacionadas, estabelecendo uma sensação de movimento. Da mesma maneira que as larguras das colunas de texto criam movimento quando ganham peso ao se usar um tipo *bold* com uma entrelinha mais apertada. Ou, ao contrário, quando uma leveza é necessária e pode ser alcançada com o uso de um tipo mais *light* associado a uma



entrelinha mais aberta. Já o nome da revista e sua grafia não sofrem nenhum tipo de alteração em sua estrutura, somente na cor usada nas edições mensais – adaptação que ocorria em função do tema ou assunto do número em questão.

O tipo geralmente usado para a composição dos textos da revista era o Bodoni, desenvolvido pelo italiano Giambattista Bodoni (1740-1813), em 1788. Este se caracteriza por apresentar uma construção geométrica, com serifa rígidas e finas e grande contraste de espessura. Leva em consideração a legibilidade e a legibilidade, entendido, por isso, como um sistema de elementos distintos e polarizados: vertical e horizontal, grosso e fino, haste e serifa. Ao mesmo tempo, o tipo apresenta uma característica inerente de elegância e sofisticação presentes no projeto editorial da revista.

No decorrer das duas décadas, além da Bodoni, alguns títulos e textos foram compostos na tipografia Rockwell, criada em 1934, pela fundição norte-americana Monotype. Ao contrário da Bodoni, caracteriza-se por ter uma serifa reta e quadrada (*slab serif* ou egípcia), sem nenhum contraste entre hastes, retas e curvas. Tipos manuscritos também foram utilizados para a composição de títulos de matérias, estabelecendo um contraste ainda maior com as letras serifadas ou sem serifa.

Essas particularidades somam-se ao *grid* – estrutura que permite organizar fotos, texto, títulos e dados secundários, em relações baseadas em alinhamentos, funcionando como guia para a leitura –, usado para as páginas e permitindo que variadas diagramações sejam criadas tanto para colunas, quanto para as matérias e crônicas que fazem parte do seu miolo. Não havia um padrão único de diagramação, isto é, as imagens e textos eram dispostos de maneira a enfatizar as imagens (fotos e/ou ilustrações), usadas também como um texto. Ou seja, a imagem impressa ganhou muito em função da renovação das impressoras do parque gráfico carioca e também da qualidade dos fotógrafos atuantes na cidade, uma melhor definição e novas conotações textuais.

Outro importante aspecto refere-se a quem a produzia e a consumia, já que atuava “como modelo a ser copiado e a ser seguido” pelos demais atores sociais (VELLOSO, 2008, p. 220). Pretendia não só apresentar um estilo de vida, mas também “educar” gostos musicais e literários, que espetáculos assistir, o que vestir e como usar, aonde ir e que locais frequentar. A intenção era criar e ditar modas, cristalizando imagens de uma burguesia que se idealizou e se fez distinguir nas páginas desse periódico.

## Algumas breves considerações

Ao longo das décadas em que foi editada, a revista ajudou a consolidar um novo estilo de vida e de comportamento veiculados pelo ci-





nema, pelos jornais e também pela televisão, meio de comunicação de massa introduzido no país, na década de 1950, por Assis Chateaubriand (1892-1968). Ao difundir um cotidiano prático e funcional, que se alinhava a vida moderna da elite dos países desenvolvidos, a revista também se qualificava e legitimava como moderna. Contudo, não era só dessa maneira que *Sombra* acompanhava as transformações que invadiam as ruas da cidade. Ao aceitar e divulgar o modernismo na arquitetura, nas artes plásticas e na poesia a revista fazia escolhas visuais que a aproximava das artes e do design – escolhas estas vistas nas experimentações entre fotografia e ilustração das capas ou ainda nas páginas diagramadas que tangenciam o neoconcretismo.

Mas por estar contida no conjunto das chamadas publicações “frívolas”, construiu-se um silêncio em relação à revista e poucas são as referências encontradas a seu respeito. Um silêncio revelador que deve ser entendido como uma negação de sua própria existência, como se *Sombra* não tivesse sido editada por quase vinte anos.

É preciso também destacar que determinadas estratégias de publicação moldam as práticas de leitura, criando, conseqüentemente, não só novos gêneros de textos, mas também novas fórmulas de publicação (BARBOSA, 2002). Isto é, cada novo periódico desenvolve modos de organização de seus textos, consolidando uma maneira de expor pensamentos e ideias. Em *Sombra*, encontramos uma maneira peculiar de apresentar e representar a realidade, em que o público presente em suas páginas dá significado à publicação e, ao mesmo tempo, investe a própria revista com suas expectativas e desejos, materializando um universo ideal. A revista deve ser entendida, portanto, como também testemunha de uma época.

Ainda que o tema *história da imprensa no Brasil* seja nos últimos tempos objeto de várias pesquisas, a revista tem ficado à margem nesse movimento. Analisá-la se faz necessário para conhecer de quem a revista falava e para quem se dirigia, e assim perceber os discursos e significados ali presentes. O veículo não era um território neutro, mas um espaço em que uma determinada parte da sociedade encontrava lugar para apresentar perspectivas próprias sobre diversos assuntos.

---

## Referências Bibliográficas

A REVISTA no Brasil. São Paulo: Editora Abril, 2000.

ANDRADE, Joaquim Marçal Ferreira de. *História da fotorreportagem no Brasil: a fotografia na imprensa do Rio de Janeiro de 1839 a 1900*. Rio de Janeiro: Editora Campus/Edições Biblioteca Nacional, 2004.

AZEVEDO, Sílvia Maria. *Brasil em imagens: um estudo da revista Ilustração Brasileira (1876-1878)*. São Paulo: Ed. UNESP, 2010.



- BAPTISTA, Iria Catarina Queiroz; ABREU, Karen Cristina Kraemer. *A história das revistas no Brasil: um olhar sobre o segmentado mercado editorial*. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/baptista-iria-abreu-karen-a-historia-das-revistas-no-brasil.pdf>. Acesso em 18 mar. 2014.
- BARBOSA, Marialva. *História cultural da imprensa: Brasil 1900-2000*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.
- \_\_\_\_\_. O Cruzeiro: uma revista síntese de uma época da história da imprensa brasileira. *Ciberlegenda*, Rio de Janeiro, n.07, 2002. Disponível em [www.uff.br/ciberlegenda/ojs/index.php/revista/article/view/331/212](http://www.uff.br/ciberlegenda/ojs/index.php/revista/article/view/331/212). Acesso em 14 jun. 2008.
- BRINGHURST, Robert. *Elementos do estilo tipográfico*. São Paulo: Cosac Naify, 2005.
- BUENO, Daniel. Saul Steinberg e o Brasil: sua passagem pelo país, publicações e influência sobre artistas brasileiros. *Revista de História da Arte e Arqueologia*, Campinas (SP), n. 10, p. 117-148, jul-dez. 2009.
- CADENA, Nelson Varón. *A luz da revista Sombra*. Disponível em <http://www.almanaqueadacomunicacao.com.br/artigos/96.html>. Acesso em 24 abr. 2012.
- CAMARGO, Mário de (org.). *Gráfica: arte e indústria no Brasil – 180 anos de História*. São Paulo: Gráfica Bandeirantes, 2003.
- CARDOSO, Rafael (org.). *Impresso no Brasil, 1808-1930: destaques da história gráfica no acervo da Biblioteca Nacional*. Rio de Janeiro: Verso Brasil Editora, 2009.
- \_\_\_\_\_. *O design brasileiro antes do design*. São Paulo: Cosac Naify, 2005.
- \_\_\_\_\_. *Uma introdução à história do design*. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.
- CERBINO, Ana Luiza. Memória e modernidade gráfica na revista *Sombra*. In: Encontro Nacional de História da Mídia - Rede Alcar, 9., 2013, Ouro Preto. *Anais do 9º Encontro Nacional de História da Mídia - Rede Alcar*; UFOP/MG, 2013. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-imprensa/memoria-e-modernidade-grafica-na-revista-sombra>. Acesso em: 14 maio 2014.
- \_\_\_\_\_. *Sombra: páginas de modernidade*. In: CONFIBERCOM – Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana, 1., 2011, São Paulo. *Anais...* Disponível em: <http://www.confibercom.org/anais2011/pdf/9.pdf>. Acesso em: 14 maio 2014.
- HEITLINGER, Paulo. *Tipografia. Origens, formas e uso das letras*. Lisboa: Dinalivro, 2006.
- HELLER, Steven. *Linguagens do design: compreendendo o design gráfico*. São Paulo: Edições Rosari, 2007.
- LUSTOSA, Isabel (org.). *Imprensa, história e literatura*. Rio de Janeiro: Edições Casa de Rui Barbosa, 2008.
- MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008.
- \_\_\_\_\_. *Imprensa e cidade*. São Paulo: Editora UNESP, 2006.
- MAUAD, Ana Maria. O olho da história: fotojornalismo e a invenção do Brasil contemporâneo. In: NEVES, Maria Bastos P.; MOREL, Marco; FERREIRA, Tania Maria Bessone da C.. *História e Imprensa: representações culturais e práticas de poder*. Rio de Janeiro: DP&A: Faperj, 2006. p.365-384.
- \_\_\_\_\_. Flagrantes e instantâneo: fotografia de imprensa e o jeito carioca de ser carioca na belle époque. In: LOPES, Antonio Herculano (org.). *Entre Europa e África: a invenção do carioca*. Rio de Janeiro: Edições Casa de Rui Barbosa, Topbooks, 2000. p.267-288.
- MEGGS, Philip B. *História do design gráfico*. São Paulo: Cosac Naify, 2009.
- MELLO, Chico Homem de (org.). *O design gráfico brasileiro: anos 60*. São Paulo: Cosac Naify, 2006.
- \_\_\_\_\_, RAMOS, Elaine (org.). *Linha do tempo do design gráfico no Brasil*. São Paulo: Cosac Naify, 2012.
- NEVES, Maria Bastos P.; et al.. *História e Imprensa: representações culturais e práticas de poder*. Rio de Janeiro: DP&A; Faperj, 2006.



- NIEMEYER, Lucy. *Tipografia: uma apresentação*. Rio de Janeiro: 2AB, 2001.
- OLIVEIRA, Claudia de; VELLOSO, Mônica Pimenta; LINS, Vera. "O moderno em revistas: representações do Rio de Janeiro de 1890 a 1930". Rio de Janeiro: Garamond, 2010.
- SAMARA, Timothy. *Grid: construção e desconstrução*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- SOBRAL, Julieta. *O desenhista invisível*. Rio de Janeiro: Folha Seca, 2007.
- SODRÉ, Nelson Werneck. *A história da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 1966.
- VELLOSO, Mônica Pimenta. Sensibilidades modernas: as revistas literárias e de humor no Rio da Primeira República. In: LUSTOSA, Isabel (org.). *Imprensa, história e literatura*. Rio de Janeiro: Edições Casa de Rui Barbosa, 2008. p. 211-230.
- \_\_\_\_\_. Percepções do moderno: as revistas do Rio de Janeiro. In: NEVES, Maria Bastos P.; MOREL, Marco; FERREIRA, Tania Maria Bessone da C.. *História e Imprensa: representações culturais e práticas de poder*. Rio de Janeiro: DP&A; Faperj, 2006. p. 312-331.



ANA LUIZA CERBINO  
é doutora pelo Programa de  
Pós-graduação em Comunicação/  
PPGCOM, pela Universidade Federal  
Fluminense/UFF. Possui textos  
publicados em revistas acadêmicas  
e anais de congressos, com  
pesquisa sobre periódicos ilustrados  
na interseção da comunicação  
e do design. É professora do Curso  
de Comunicação/Publicidade  
e Propaganda da Universidade  
Estácio de Sá/RJ (UNESA).  
[alcerbino@gmail.com](mailto:alcerbino@gmail.com)

*Artigo apresentado em março de 2014.  
Aceito pelo Conselho Científico em maio de 2014.*

CERBINO, Ana Luiza. A modernidade gráfica da revista *Sombra*.  
*Linguagens gráficas*, Rio de Janeiro, v. I, n. 1, jun 2014, p. 5-15.

<http://www.revistas.ufrj.br/index.php/linguagensgraficas/index>