

RECENSÕES

VILAS BOAS, Sérgio. O estilo *magazine*: o texto em revista. São Paulo : Summus, 1996. 132p.

Recensão elaborada por **Maria das Graças Targino**, Doutoranda em Ciência da Informação, Universidade de Brasília (UnB).

No mínimo, o que se pode dizer do livro de Sérgio Vilas Boas, editor do Diário do Comércio (Belo Horizonte, MG), é que é oportuno e curioso. Isto porque, até então, poucas são as publicações sobre o texto em revista, e, ainda hoje, nos cursos universitários de comunicação social, notadamente nos de jornalismo, o conteúdo e a forma da revista são relegados a um plano secundário ou, simplesmente, esquecidos. Como referência, *O estilo magazine: o texto em revista*, editado por Summus Editorial Ltda, São Paulo, SP, em agosto de 1996, é imprescindível não só para jornalistas e alunos de jornalismo, mas para quaisquer outros profissionais da palavra escrita.

A partir de uma categorização discutível e dificilmente aceita por especialistas em editoração e/ou ciência da informação, o autor classifica as revistas em três grupos estilísticos: as ilustradas, as especializadas e as de informação geral. Exclui, assim, a distinção clássica e universal entre revistas técnicas, científicas, técnico-científicas e informativas, mediante a utilização simultânea de critérios completamente distintos: ilustrações (forma) e essência (conteúdo). Mesmo assim, Vilas Boas atinge o objetivo proposto, ao esclarecer com objetividade e em linguagem agradável a relevância da *revista semanal informativa*. A ela compete resgatar e preencher os vazios informativos deixados pelas coberturas dos jornais diários, dos programas de rádio e de televisão, cujo elemento básico da notícia em si, é a pressão cruel do tempo.

Em tal perspectiva, as revistas de informação representam uma espécie de conciliação entre jornalismo e literatura. Suas matérias continuam atreladas aos fatores básicos - tempo e espaço - inevitavelmente agregados à notícia que origina a matéria. Entretanto, agora, é possível gerar reportagens interpretativas, em que a técnica

RECENSÕES

convive lado a lado com o maior rigor na apuração dos fatos, em busca de maior profundidade, de tal forma que o estilo magazine pode ser considerado “*Mais interpretativo e documental do que o jornal, o rádio e a TV; [embora] não tão avançado e histórico quanto o livro-reportagem*” (p.9). Tudo isso reitera a atualização da revista. Continua registrando o que está em evidência no momento vivenciado pelo público, mas com a possibilidade de acrescer à pesquisa, maior documentação e riqueza textual. Logo, não é exagero afirmar que, com um pouco mais de tempo para extrapolações analíticas sobre os fatos, o profissional engajado na produção dos periódicos semanais tem chance de elaborar textos mais criativos, lançando mão de recursos estilísticos variados e em geral incompatíveis com a velocidade e padronização do jornalismo diário.

E é pensando no exercício de *sedução*, tônica do jornalismo das revistas, que Vilas Boas, tomando como referência, em vários momentos, os semanários brasileiros de maior circulação, *Veja*, *IstoÉ* e, em outros, a extinta *Realidade*, ao longo de três grandes capítulos, traça orientações de como atingir uma técnica apurada e acurada através de um texto criativo, *sedutor* e atraente. *Em revista ao texto*, revela a importância do projeto, quando diz “*Um bom começo é pensar*” (p. 13), visto que escrever nada mais é do que fazer funcionar de modo organizado a lógica do pensamento, reforçando a idéia de que para se ter clareza de estilo é preciso, antes, ter clareza n'alma. A seguir, trata do desenvolvimento e da revisão, assegurando, que se escrever para jornalismo é uma arte, reescrever e rever o próprio texto é a essência do ofício. Ainda neste primeiro capítulo, destina um item ao que chama *toque final*, e finalmente, ao estilo. A esse respeito, reconhece que, como qualquer outro texto, o texto do magazine exige clareza, correção gramatical, mantendo o sentido de informação e de entretenimento. Porém, particulariza-se por maior liberdade, em termos de estilo, embora possa se contestar afirmando que essa suposta liberdade é um imenso e indecifrável labirinto...

Em prosseguimento à discussão, toda a segunda parte de *O estilo magazine: o texto em revista*, destina-se ao estilo jornalístico, mediante o desenvolvimento dos tópicos: expressão de consenso; soltando as amarras; variações do “*olhar*”, planos de tempo; no rastro da literatura; semelhanças aos domingos. De forma sucinta, o objeto de discussão gira, agora, em torno da reportagem como matéria-prima do magazine,

RECENSÕES

retomando-se discussão antiga e infinda acerca da propriedade do jornalismo como gênero literário, considerado por alguns como literatura menor, *por outros como maior*, por outros, como mais útil, por outros como elemento de obstrução da criação literária. Mas em qualquer circunstância, a exemplo de Alceu Amoroso Lima, para Vilas Boas, o jornalismo é literatura em massa. Com tal posição, concilia duas correntes antagônicas: uma, a de que o jornalismo, em sua essência, não é literatura; e a outra, de que o jornalismo é literatura sob pressão. De qualquer forma, é inegável que a revista semanal lança mão, com frequência, de técnicas literárias, aproximando-se, portanto, mais da literatura do que de qualquer outro meio jornalístico impresso.

O terceiro capítulo, sob o título *O estilo magazine*, discorre sobre a especificidade em termos de adoção de uma gramática própria. Na escolha dos significados, além do estilo formal-coloquial comum ao jornalismo, o magazine transpõe expressões literárias e populares, resultando daí uma forma de expressão ao mesmo tempo criativa e erudita. Ademais, comenta sobre a interpretação como característica fundamental do jornalismo de revista, e sobre seus padrões editoriais, quais sejam: sensação, sucesso e relaxamento. Os temas são discutidos sob prismas espetaculares e "*sensacionais*", a tal ponto que o sensacionalismo, ao lado do sucesso (concebido como "*filosofia do agradável*"), atua como forma de *sedução* do texto. De forma similar, o relaxamento - convite ao lazer/entretenimento - corresponde à tendência de transformar a leitura dos semanários em um "*programa de domingo*". Seguindo nesse mesmo capítulo, o autor mostra que o impacto das novas tecnologias de informação e comunicação, a partir dos anos 50, faz com que os semanários busquem novos caminhos de sobrevivência e resistência aos novos recursos, sobretudo à TV, acompanhando, desde então, com extremo cuidado, as tendências da sociedade contemporânea, dentre as quais estão o livro-reportagem, os cadernos de cultura e os suplementos dos jornais diários, estes, cada vez mais próximos do estilo magazine.

Enfim, vale ressaltar as palavras de Vilas Boas, quando alerta para o fato de que as revistas, independente da "*embalagem*", precisam assimilar que a inovação e competição tecnológica demandam *qualidade de produção*, seja gráfica, técnica, artística, visual e de texto. Não basta

RECENSÕES

adotar tecnologias de ponta. No século que se avizinha, o domínio tecnológico *per se* não será suficiente. A informatização não é sinônimo de qualidade. A criatividade persiste como fator essencial e insubstituível, não somente na forma como no conteúdo, com a ressalva de que *“No caso das revistas, a qualidade do texto é diferencial, porque é consequência de um conteúdo bem-elaborado e criterioso”* (p.107).