

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

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,

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 freqüência, 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).