

Resenha

Jornalismo de Revista

(Marília Scalzo, São Paulo: Editora Contexto, 2011)

Mateus SILOMAR¹

Os leitores ativos de revistas carregam sempre uma na bolsa e, graças à modernidade, há quem carregue em seu aparelho eletrônico. Neste sentido, o “Jornalismo de Revista” faz parte de uma coletânea da Editora Contexto sobre temas ligados a comunicação, entre eles estão: A arte de entrevistar (Thaís Oyama), A mídia e seus truques (Nilton Hernandes), Assessoria de imprensa (Maristela Mafei) entre outros.

Marília Scalzo é jornalista e também trabalha com projetos de livros e revistas do país. Ela dirigiu durante 12 anos o Curso Abril de Jornalismo e destacou-se nos principais jornais e revistas do Brasil, como A&D e Bravo, ambas da Editora Abril, Veja São Paulo, Capricho, Playboy e jornal Folha de S. Paulo.

A autora ressalta momentos históricos e também os percursos que as revistas passaram ao longo do tempo. Ela aborda as técnicas de construção de um texto voltado para a revista e traz também algumas dicas e elementos primordiais para entender a linguagem visual. Além disso, a autora trata de questões pontuais no processo de elaboração de uma revista e também ressalta os futuros percalços e desafios a serem enfrentados pelos jornalistas que trabalham nesse veículo de comunicação.

O livro tem 112 páginas. É uma leitura prática e de fácil entendimento para quem está começando uma pesquisa e até mesmo quem está começando a graduação em comunicação, essa obra é bem didática e direta. Ela expõe imagens de manchetes e capas de revistas ressaltando pontos de virada na parte editorial. A obra é dividida em nove capítulos: 1) Por que as revistas existem, abrem e fecham, 2) Um pouco de história, 3) A evolução das revistas no Brasil, 4) O que diferencia uma revista dos outros meios? 5) Como anda o mercado para as revistas? 6) O que é um bom jornalista de revistas? 7) O que é jornalismo de revista? 8) Ética no jornalismo em revista, 9)

¹ Aluno Especial do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – PPGC/UFPB.
E-mail: mateussilomar@hotmail.com

Revista na prática – ou como acertar o foco no leitor. E no final tem uma biografia comentada.

No primeiro momento, Scalzo faz um recorte histórico dos motivos de tantas revistas abrirem e fecharem ao logo do tempo. Ela traz como um dos exemplos, a revista Realidade, que tinha uma grande circulação no país fechar e também abordou o que levou a revista americana *Life* deixar de circular semanalmente. “Uma revista é um veículo de comunicação, um produto, um negócio, uma marca, um objeto, um conjunto de serviços, uma mistura de jornalismo e entretenimento” (p.11-12). Dentro dessa parte do livro, a autora explana que o leitor pode ser chamado de você, pois a ligação é mais direta com o público. É isto: revista tem foco no leitor - conhece seu rosto, fala com ele diretamente. “Trata-o por ‘você’” (p. 15).

Em seguida ela trata da parte histórica das revistas, a autora discorre que a primeira revista a ser publicada foi em 1663, na Alemanha, que se intitulava *Erbauliche Monads-Unterredungem*, ela era voltada para teologia e com o público específico. O conteúdo para um livro. Porém, a revista mais parecida que nós vemos foi em 1731, em Londres, *The Gentleman's Magazine*, com a inspiração das grandes lojas, chamadas de *magazines*, lojas que vendiam de tudo um pouco.

Na questão da história das revistas no Brasil, a jornalista esclarece que no país as revistas vieram chegar ao início do século XIX com a corte portuguesa. A primeira delas foi As Variedades ou Ensaio de Literatura, em 1812, em Salvador na Bahia, que discutia sobre questões morais e sociais. Já em 1928, surge um dos fenômenos editoriais do Brasil, O Cruzeiro, que estabeleceu uma nova linguagem na imprensa brasileira, trazendo grandes reportagens e dando um enfoque ao fotojornalismo.

Em outro momento, Scalzo distingue a revista dos outros meios de comunicação, uma das formas que a autora expõe foi à questão do serviço de atendimento ao leitor, que na época era um espaço de diálogo entre o público e a revista.

Em seguida é abordada a questão do mercado atual. Um dos pontos desse capítulo traz à tona que as empresas também estão fazendo conteúdos para outras instituições, ou seja, a revista TPM produz a revista Gol, isso mostra os novos nichos de mercado.

A autora explora pontos que o jornalista deve ter cuidado antes de publicar uma informação. “Os grandes princípios que regem o jornalismo em geral são, portanto, os

mesmos que devem ser seguidos pelo profissional que deseja trabalhar em revistas” (p. 53). Ela também dá dicas de como escrever bem um texto para esse veículo de comunicação.

A obra fala da ética no jornalismo. “Se o maior compromisso do jornalista é com o leitor, ele precisa preservar sua independência.” (p.3), também ela analisa a importância da objetividade, da clareza nos textos publicados e que a neutralidade e a verdade absoluta não existem.

Marília discute algumas questões de como acertar o foco no leitor e também traz como exemplo as mudanças editoriais tomadas durante a história da revista Capricho. Ela também aborda as transformações acontecidas na Capricho, tanto na parte de conteúdo, quanto nas estruturas das redações.

Essa obra é ideal para os alunos que estão iniciando as pesquisas acadêmicas. O livro trata de várias vertentes pertinentes a revista. E explanam assuntos oportunos, como os fechamentos de algumas revistas e também as transformações decorridas pela internet e os meios eletrônicos. A autora traz um discurso elementar sobre os comportamentos dos jornalistas, ou seja, como esses agentes da comunicação estão se adaptando as novas formas de mercado e de que maneira as empresas estão tratando a internet. Nesse sentido, o Jornalismo de Revista é importante, pois vem discorrer uma realidade que as empresas de comunicação, incluindo as revistas, estão vivenciando a cada dia. E também mostra quais elementos podem reconfigurar esse meio.