

# Intermitências cromáticas e temáticas nos movimentos de composição editorial da revista *Vida Simples*<sup>1</sup>

**Frederico de Mello Brandão Tavares**

Doutor | Universidade Federal de Ouro Preto  
fredericombtavares@yahoo.com.br

## Resumo

O presente trabalho realiza uma análise da revista *Vida Simples*, publicada pela Editora Abril, centrando-se na lógica de sua composição editorial. Pretende-se observar como o desenvolvimento mensal do plano estrutural da publicação aciona uma série de processos que configuram significados para a qualidade de vida na sociedade, foco do periódico. Para isso, verifica-se em 96 edições publicadas as lógicas editoriais tanto em uma só edição quanto em um conjunto delas, problematizando a ocorrência de seus conteúdos e a estrutura de suas capas, um dos eixos gráficos da revista. Dos resultados aí obtidos, aponta-se para a percepção sobre a oscilação entre certos temas e cores, movimento que participa da construção de uma globalidade jornalística e, simultaneamente, de uma identidade editorial.

## Palavras-chave

Revista, projeto editorial, qualidade de vida, *Vida Simples*.

## 1 Uma qualidade de vida jornalística

Segundo Eric Landowski, o jornal se caracteriza por ser um instrumento excepcionalmente poderoso de *integração* dos múltiplos universos de referência que ele toma como objeto (LANDOWSKI, 1992, p. 117, grifo do autor). Extrapolando o pensamento do autor para âmbitos outros do jornalismo impresso, mais especificamente para o

---

<sup>1</sup> Versão revista e ampliada do texto "Intermitências temáticas: movimentos de composição editorial na revista *Vida Simples*", apresentado no GP Produção Editorial do XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Unicap, Recife, 2011).

jornalismo de revista, a atenção sobre *como* as lógicas de um meio de comunicação e sua relação com a realidade social podem ser observadas prevalece. Em qualquer revista – com destaque para aquelas ditas especializadas ou segmentadas – é possível dizer que a formatação editorial que a origina e a orienta periodicamente (plano estrutural, seções, estilo jornalístico, projeto gráfico, diagramação, imagens) serve como importante mapa para se pensar a maneira com a qual campos temáticos são apreendidos pela publicação, alocando-se em rubricas específicas e sendo tratados a partir de diferentes e, de alguma maneira, complementares (dado o “espírito” da publicação), perspectivas gráficas e textuais. Na lógica de organização da *superfície sensível* (MOUILLAUD, 2002) de uma revista, pode-se dizer, fica exposto aquilo que pretende essa estrutura e que é orientador de sua execução.

Se pensamos as questões de produção em uma revista e como estas se encontram materializadas de um ponto de vista da especialização (como possibilidade e demanda da segmentação), caminha-se na análise da verificação da existência, ou melhor, da compreensão das lógicas que permeiam, em tais publicações, a construção periódica e a estruturação de uma coerência editorial a favor de um tema (ou de vários), cujos reflexos podem ser observados e extrapolados para os vários processos (comunicativos e midiáticos) que as envolvem e as dotam de uma certa singularidade, atuando numa construção específica de uma realidade editorial.

Neste cenário, as publicações que circulam periodicamente no cotidiano, em seu conjunto, mapeiam a sociedade, formatando e configurando uma cadeia de sentidos. Nas revistas, é possível reconhecer que a materialidade editorial que nos chega às mãos em um exemplar publicado refere-se a um encaixe entre realidades jornalísticas e sociais (TAVARES, 2011), que condicionam uma processualidade específica, um “todo” impresso, um “organismo vivo”, “um projeto orgânico contínuo” (LESLIE, 2003). Uma revista é, pois, um composto formado por lógicas que se encontram entrecruzadas – editoriais, mercadológicas, culturais –, cuja estrutura mais que condicionar partes fixas de uma produção, padronizando-as, aciona uma série de movimentos que, se analisados, tornam-se reveladores de um tipo de jornalismo.

Este texto, atento àquilo que se entrecruza nos processos de edificação de uma revista e como isto aparece em suas páginas, pretende apontar para a maneira como conteúdos e formas habitam uma publicação específica, instaurando um movimento de composição editorial que atua decisivamente – no tempo e no espaço (no interior de uma periodicidade e das páginas de um periódico) – na elaboração tanto de um sentido sobre uma temática

específica quanto de uma identidade editorial. Tais questões são fruto – e parte – de uma pesquisa mais ampla, que realizamos entre os anos de 2007 e 2011, e que tem como objeto empírico a revista *Vida Simples*, publicada mensalmente pela *Editora Abril*.

*Vida Simples* é uma revista temática, voltada para a qualidade de vida na sociedade. Sua estrutura editorial está composta por seções fixas e móveis (que se intercalam ao longo de um ano) nas quais se constrói jornalisticamente uma ideia de bem viver na vida social e, ao mesmo tempo, uma maneira jornalística e “revistativa” (TAVARES, 2011) de se falar sobre bem-estar.

Nas próximas páginas, apresentamos uma análise de 96 edições da revista (de agosto de 2002 a setembro de 2010), observando como os temas das principais reportagens de *Vida Simples* (matérias de capa) funcionam duplamente no direcionamento dos assuntos tratados na publicação: tanto como lugar de caracterização/categorização de grandes temáticas no interior de um conceito mais amplo de qualidade de vida quanto como dispositivo da construção de uma pauta/temário circular para a revista e de afirmação desta no interior de um segmento específico do mercado revisteiro especializado. Este recorte parte da análise das capas das edições e segue pelo seu interior, indicando como relações contedísticas e gráficas compõem a formulação de um padrão editorial.

Por essa dimensão empírica, buscamos desvelar indícios da estrutura do periódico, que direciona o seu fazer e estabelece bases para uma abordagem jornalística, para a demarcação de um público e para a formatação de um conceito próprio – no sentido de um ponto de vista do produto sobre a vida cotidiana desde um tema principal (a qualidade de vida). Mais que isso, apontamos para ações que atravessam de maneira central sua formulação editorial e que, por meio de intermitências, participam da tessitura que compõe sua maneira de ser.

## **2 Da revista como produto ao produto *Vida Simples***

Muito associada aos conceitos de Marketing e Economia, tal como em grande parte da reflexão de Vallada (1989), a ideia da revista como produto aparece como oportuna para a discussão histórica da formação dos segmentos e especializações dentro desse local jornalístico<sup>2</sup>. Ao longo dos anos, se temos a evolução da revista como meio de comunicação,

---

<sup>2</sup> Para Vallada (1989), a revista é um objeto de marketing, pois, para ter sucesso como produto, precisa se submeter às várias etapas de um plano estratégico (relacionado ao seu foco no leitor); e é também um instrumento de marketing porque veicula mensagens publicitárias de outras empresas (relacionado ao seu foco nos anunciantes).

temos também, com o avanço das indústrias culturais, sua formatação desde um viés profissional e empresarial. A revista produz e incorpora um tipo de jornalismo e, nas processualidades que acompanham tal característica, não foge ao fato de ser um negócio. Nesse caso, em outras palavras, não foge ao fato de que ela é um produto que deve ser consumido e que gera, a partir dele mesmo e de maneira constitutiva, uma cadeia mais ampla de consumo; seja de bens, seja de comportamentos.

Na junção entre as questões empresariais, históricas e mercadológicas, segundo afirma Vallada (1989), a revista é um produto que deve se adequar a uma época, a um público-alvo e a um segmento específico, posicionando-se estrategicamente. No cenário estudado pelo autor, fica clara uma questão pontual e datada: o fechamento de importantes revistas de generalidades (temos o exemplo de *O Cruzeiro* nos anos 1970 e, posteriormente, de *Manchete* nos anos 1990) está acompanhado de uma tendência histórica e mundial no “negócio de revistas”: “a segmentação, a especialização; a segmentação da segmentação ou a superespecialização” (VALLADA, 1989, p. 18). Uma lógica que está atrelada a questões sociais e históricas, mas que se assenta no consumo perene e cada vez maior de títulos específicos e na busca destes de, sem perder o fio editorial, cambiar constantemente conteúdos em direção a um diferencial que acompanhe um público leitor, um leque de anunciantes e, além disso, que reflita sua periodicidade e aquilo que dela possa ser explorado.

Cada tipo de produto industrial tem seus problemas característicos de mercado, que exigem estratégias mercadológicas adequadas; os vários “produtos jornalísticos”, diferentemente, reclamam um tratamento específico de marketing quanto aos dois mercados em que têm de atuar: o leitor-alvo e o anunciante em potencial (VALLADA, 1989, p. 20, grifo do autor).

Do ponto de vista do marketing, “a única coisa absolutamente imutável em qualquer segmento de mercado – enquanto grupo de indivíduos que é – será sempre sua condição de permanente mutação” (RICHERS; LIMA, 1991, p. 53). Nesse universo, a revista é um “produto” privilegiado, uma vez que mais que falar para uma “massa”, fala para nichos, segmentos e pode assumir, inclusive, na concorrência com outras revistas, características de vários tipos de produtos (popular, feminino, masculino etc.). Também, como destaca Nathalie Sonnac (2001), a revista é “local” de outros produtos<sup>3</sup>, onde o leitor encontrará uma oferta variada de bens e serviços. Ideia essa que é corroborada por Marília Scalzo

---

<sup>3</sup> Mogel (1998) também reflete sobre a “revista como um mercado” [*magazines as markets*].

(2004, p. 44 – 45), que chama a revista de um “supermercado cultural”, “reflexo” da cultura dos lugares e de estilos de vida.

Se focamos nosso objeto a partir desse contexto, podemos dizer que as características do público leitor<sup>4</sup> de *Vida Simples*, somadas a uma temática ampla – a da qualidade de vida –, enquadram a revista no interior de um segmento específico de mercado, demarcando, também, no interior deste, o local editorial da publicação. Assim, os traços do leitorado somados aos temas que a revista aborda – cuja seleção também se dirige a esse público – possuem papel decisivo em uma constituição jornalística e “revistativa”, endereçando para *Vida Simples* e sua especialização, um traço de jornalismo segmentado.

Para Mara Rovida (2010), o jornalismo segmentado,

é um tipo de comunicação jornalística focado em grupos sociais específicos formados com base em um interesse comum que, em geral, se relaciona a temas profissionais. O Jornalismo Segmentado é apresentado em veículos com distribuição dirigida. O texto desse tipo de comunicação jornalística apresenta aspectos de proximidade com o público-alvo e traz características que contradizem os preceitos de pluralidade encontrados no jornalismo de informação geral. Dessa forma, os veículos segmentados são voltados para públicos restritos, trabalham com uma lógica de proximidade com o público, possuem uma periodicidade mais flexível e, portanto, não há uma ênfase na atualidade, mas sim no aprofundamento objetivando a informação, a interpretação e a formação do público (ROVIDA, 2010, p. 75).

A autora trabalha com a ideia de segmentação, contrapondo-a à de especialização, definindo, por isso, o jornalismo especializado de outra maneira:

jornalismo especializado faz parte do jornalismo de informação geral por se tratar de comunicação ampla e genérica, embora possa ser limitado por aspectos temáticos que imprimem certa singularidade na redação das notícias e até na abordagem dos temas noticiados. O jornalismo especializado, normalmente, se remete a uma editoria do jornalismo de informação geral, não sendo considerado um fenômeno ou modalidade à parte, mas uma característica do jornalismo de informação geral contemporâneo (ROVIDA, 2010, p. 65).

Mesmo dizendo ser o jornalismo especializado uma modalidade específica, nas definições da Rovida (2010), persiste a opção de relacionar tal jornalismo especializado à questão temática (ligado a editorias), restringindo ao segmento a diferenciação pelo público e pelos veículos específicos, onde se enquadraria, por excelência, a revista. Para a autora, o

---

<sup>4</sup> Segundo o plano editorial da publicação, de 2009, o leitor de *Vida Simples* é “jovem de espírito; urbano; engajado ou simpaticante; bem informado e bem formado (é consumidor de cultura); está buscando alternativas, fazendo reavaliação da vida; crítico com a vida na cidade hoje; sonha com uma virada na vida (está num momento de *turn point*) ou já está vivendo a virada; obteve suas conquistas, mas está numa fase de buscar algo mais”.

jornalismo especializado é anterior ao segmentado, indicando que o público se segmenta após uma “superespecialização” dos conteúdos.

Do ponto de vista histórico, no âmbito das revistas impressas, preferimos falar em dois tipos de segmentação. Um primeiro, mais antigo, que a relaciona à multitematicidade que as revistas alcançaram cronologicamente. Um segundo, que diz respeito à maneira como as revistas segmentadas por temáticas (e, na sequência, por públicos – processo incorporado, por exemplo, na passagem das revistas de variedades às revistas femininas) se “profissionalizaram”, formando um contexto para a formalização mercadológica de segmentos tanto por temas quanto por nichos de público e periodicidades e, também, consolidando um tipo de prática jornalística específica, que coloca a especialização em um conjunto que ultrapassa aspectos apenas temáticos.

Sem datarmos aqui os períodos que configuram o que chamamos acima de dupla segmentação, e pensando essa duplicidade no jogo entre tematização e público, é possível considerar, em *Vida Simples*, o “casamento” entre a questão do público com a questão temática, compondo um vértice que, em conjunto com sua estrutura (seções e projeto gráfico), permite pensar sua composição editorial.

No que diz respeito às seções que compõem *Vida Simples*, pode-se dizer que a revista incorporou, desde a sua fundação em 2002, uma lógica constante, compondo uma espécie de grade que ajuda a setorizar e/ou nortear suas temáticas e dar conta do “todo” de uma grande temática. Isso se dá não tanto pela determinação do que deve ser abordado, mas, também, em relação ao *como* deve ser abordado.

Tal constância, além de distribuir o conteúdo em espaços<sup>5</sup> que direcionam seu funcionamento jornalístico, responde pelo uso e presença, na publicação, de praticamente todos os estilos e gêneros jornalísticos<sup>6</sup>. Uma organização vem se mantendo em relação a uma dinâmica própria, que respeita tanto uma lógica temporal (com seções fixas e esporádicas) quanto um lógica editorial (que permanece pelos preceitos desenhados para

---

<sup>5</sup> É possível notarmos uma sobreposição de espaços em *Vida Simples*: o espaço material (do suporte), o espaço social (para o qual se volta e do qual se originam os conteúdos) e o espaço propriamente jornalístico (da organização e dos enquadramentos. Tal qual está proposto, mensalmente, pelo sumário da publicação). Todos eles se entrecruzando.

<sup>6</sup> As principais seções da revista, que organizam uma grade para tratar de conteúdos voltados para a qualidade de vida, estão organizadas em torno de reportagens (ex: matéria de capa, seção “Comer”, “Morar”), serviços (ex: “Tudo Simples”), notas (ex: seção “Mente Aberta”, “Horizontes”), editoriais (ex: seção “Carta ao Leitor”) e colunas de especialistas (ex: seção “Pensando Bem”, “Outras Palavras”).

cada seção, mesmo com as mudanças de nomes entre elas ou com reformas no projeto da revista)<sup>7</sup>.

Em relação aos conteúdos, as seções deixam à mostra os pilares que envolvem a construção e a leitura proposta pela especialidade de *Vida Simples*, revelando também como a temática eleita pelo periódico orienta-o a se posicionar. Se as seções organizam o espaço temático, atuando na integração seletiva de universos distintos de um mesmo grande tema, os temas da revista – ou seu tema principal, pode-se dizer – também possuem papel decisivo na categorização criada em cada seção e, conseqüentemente, naquilo que se pretende para cada uma.

Se lembrarmos aqui aspectos relacionados ao conceito de qualidade de vida, questões objetivas e subjetivas que permeiam o conceito encontram-se “espelhadas” na revista, mesmo que atualizadas desde uma fórmula editorial<sup>8</sup>. Alimentação, moradia, comportamento, economia (consumo, rendimento etc.), lazer, saúde, são exemplos de rubricas que orientam a composição da revista e que, em companhia de outras, “mais jornalísticas”, como perfil e entrevista, compõem o todo da publicação. Formam, em conjunto, um produto que fala para um público, sobre um público, e que assume, por meio de um complexo jornalístico, características específicas, formais e semânticas, intimamente associadas.

Do projeto gráfico e seu enredar pelos temas mensalmente tratados, *Vida Simples* opera editorialmente algumas maneiras para lidar com sua temática principal. Já em suas capas, isso fica evidente. Neste espaço, forma e composição (disposição dos elementos gráficos) enquadram os temas e sintetizam um mosaico editorial que se verá ao longo de toda a publicação. Na confecção das seções, pensando no perfil de seu público imaginado e real, a revista busca o enfoque pela interpretação, pelo consumo, pela indicação de alternativas, pela sinalização de uma mudança de hábitos e costumes, situando-os em um contexto de classe e, concomitantemente, em um tempo e espaço sociais definidos<sup>9</sup> – elaborados segundo um significado para qualidade de vida e de acordo com um padrão estético bem elaborado.

---

<sup>7</sup> Ver mais em Tavares (2011).

<sup>8</sup> “A fórmula se resume ao enfoque da revista sobre o conteúdo editorial. Estão englobadas as questões referentes à tipografia e extensão dos artigos, seções dispostas nas primeiras e últimas páginas, estilo das fotografias e ilustrações, enfim, como as opções imagéticas traduzirão a proposta editorial” (KOPP, 2008, p. 215).

<sup>9</sup> Não dizemos aqui de uma uniformidade desses aspectos (classe e contexto). Ambos, como se sabe, estão permeados por matrizes culturais distintas, bem como por jogos de força, poder e dominação política e econômica.

Não entrando nos pormenores da relação do público com a revista, e tampouco apontando para os aspectos jornalísticos de cada seção da publicação, mas tomando-os como horizonte, cabe entender melhor, uma vez que entre ambos (leitor e seções) está o imbricamento entre formas e conteúdos, como este conjunto opera sobre o “todo” da qualidade de vida pretendida (“refletindo” questões do leitorado e da estrutura da revista) pela publicação. Interessa-nos pensar, assim, e principalmente, como tal estruturação aparece no interior de *Vida Simples*, reconhecendo seu duplo papel: no “preparo” de uma especialização (um modo de fazer), para onde se voltam certas técnicas jornalísticas e, ao mesmo tempo, na formação de um conjunto de referentes temáticos e visuais para uma cobertura informativa e para um nicho específico de mercado e de público (MIRA, 1999).

### **3 Entre capas e temas: a qualidade de vida pela lógica editorial**

Na descrição realizada por Janaína Ferreira (2006, p. 22), as capas de *Vida Simples* possuem as seguintes características/elementos:

possuem o nome da revista em destaque na parte superior, logo abaixo há uma frase que aponta o público-alvo da revista (“para quem quer viver mais e melhor”); após, há o chamamento para a reportagem principal e uma delimitação quanto ao assunto a ser tratado. Prosseguindo, há um texto não-verbal que está relacionado com o texto verbal anterior. Abaixo da imagem, existem dois conjuntos de reportagens: 1) sempre constituído por três manchetes, dispostas em 3 colunas com distanciamento igual entre elas, formadas por um título (tema) e logo após pela delimitação do assunto; 2) o restante da revista, identificado como “mais:” em que estão dispostas manchetes linearmente sobre diversos assuntos.

Ferrer (2008) olha para esses aspectos e traça um mapa de análise que permite cruzar esses elementos, ao mesmo tempo em que caracteriza tanto os aspectos estéticos da publicação quanto aponta, de maneira pontual, para alguns traços do liame estético maior que a envolve, que encaminha o sentido da simplicidade por um viés que, podemos dizer, seria o da sensibilidade. O autor parte de uma lógica de identificação de alguns aspectos e conceitos nas capas da revista, identificando e descrevendo como *Vida Simples*, a partir de suas capas, é: simples, poética, amiga e conselheira, contemplativa, urbana, feminina, moderna, positiva; e que possui graficamente os recursos do silêncio, do equilíbrio e do sensorial.



Figura 1 – capa *Vida Simples* (Março 2006)



Figura 2 – capa *Vida Simples* (Fevereiro 2010)

Nesse sentido, é que, desde as capas, onde *Vida Simples* busca tangenciar aspectos os quais, respeitando padrões gráficos (às vezes muito tradicionais no traço e *design*), toca-se em questões que ultrapassam o legível e o visível da disposição gráfica e visual e caminham em direção àquilo que parece “pairar” sobre a revista. Seu espírito, sua tonalidade sobre a simplicidade, que é construída por um apelo estético sensível, mas que tem neste, também, um elemento de relacionalidade ao tema principal da revista e a uma maneira de se lidar com ele, bem como uma espécie de dispositivo que aciona a cadeia experiencial “revistativa” proposta pela revista sobre o bem viver. Há, pois, um lastro editorial, dotado de várias facetas, que deve ser buscado pelos processos que constituem a revista, onde, e de maneira central, o projeto gráfico da publicação atua de forma incisiva.

Neste contexto, um aspecto central das capas possui importância estratégica: suas cores. Elas, quando vistas em conjunto (Figura 3 e Figura 4), contribuem para a vitalidade do periódico, criando uma identidade cujo construto gráfico se relaciona a uma espécie de modo de ser da revista. O conjunto das cores indica uma “unicidade múltipla”, que atrela o simples à vivacidade cromática (como uma paleta de cores pulsantes) e, simultaneamente, ao predomínio de uma só cor em cada capa. Há vida no conjunto e simplicidade na unidade de cor (na união delas, e nelas individualmente), uma “vida simples estética”, que participa, ativamente, da sensorialidade da revista.

Intermitências cromáticas e temáticas nos movimentos de composição editorial da revista *Vida Simples*

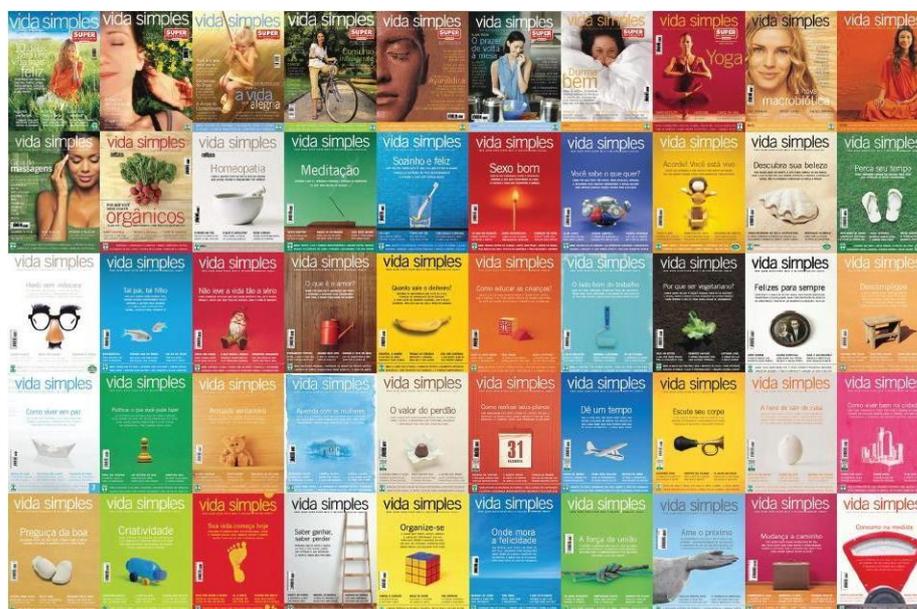


Figura 3 – Capas de *Vida Simples* em ordem cronológica horizontal a partir de agosto de 2002

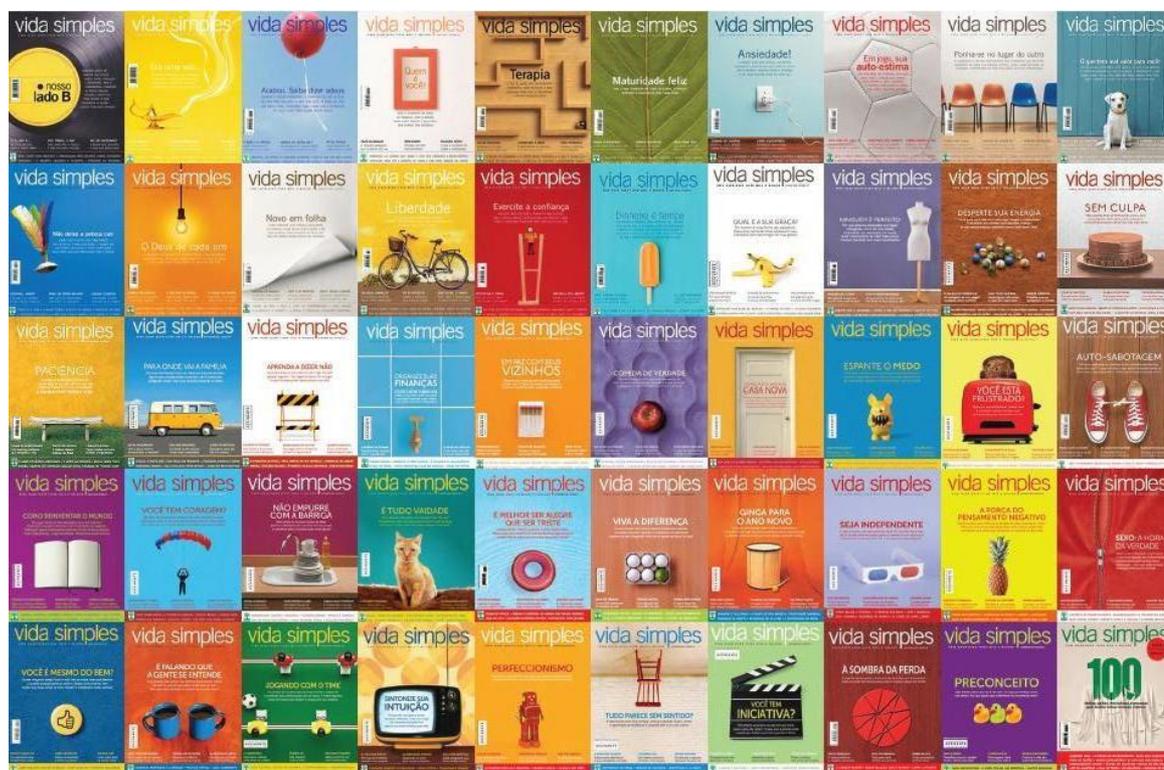


Figura 4 – Capas de *Vida Simples* em ordem cronológica horizontal a partir de março de 2007

Como afirma Lorenzo Vilches, “una página de periódico no se lee, en primer lugar, por su contenido sino por su expresión” (VILCHES, 1987, p. 55). Olhando para o todo gráfico de *Vida Simples* a partir de suas capas, tentando evidenciar para algumas de suas questões centrais, pode-se dizer que, ao conformar a temática do bem-viver, “in-formando-a” de forma singular, a revista solicita e conversa com seu leitor, estabelecendo um mapa estético de apreensão de sua cobertura. Ao escolher imagens-ícones, a revista propõe não só ilustrar suas matérias e informações, mas promover uma cadeia sógnica de significações. E, além disso, do ponto de vista da materialidade, ao explorar “sensações” que vão do imaginário ao sensorial, a publicação valoriza a sua condição “revistativa” e, tal como aponta Gumbrecht (2004) em sua teoria da “materialidade comunicativa”, utiliza-se de sua condição material para produzir sentido<sup>10</sup>.

Na tensão de materialidade, de seus textos e visualidades, a revista apresenta a partir de seu projeto gráfico, diferentes propostas comunicativas, ditando um ritmo distinto de leitura e oferecendo uma relação de sentidos que “foge” aos padrões canônicos do jornalismo impresso<sup>11</sup>. O todo aí configurado insere a revista numa dinâmica específica, que parte de uma intermitência cromática e de um padrão visual que consolida, pois, um *entre* “projetual”, cujas processualidades propostas e previstas, ao ganharem vida no cruzamento com certas temáticas, pormenorizam sua identidade.

Segundo Leandro Sarmatz (2008), ex-redator-chefe da revista, os temas das reportagens de capa são norteadores e representativos de toda uma lógica de produção de conteúdos, sendo representativos de seu universo temático mais amplo. Os conteúdos e sua recorrência contribuem, junto às seções da publicação, para o estriamento do tecido simbólico da revista, indicando, no que está para além da sua superfície, costuras e fazeres que atravessam sua composição.

Observados cuidadosamente, pode-se dizer que os conteúdos realizam uma espécie de espelhamento dos preceitos editoriais previstos em suas seções, articulando uma rede de discursos e gêneros jornalísticos heterogêneos. Estão neles as questões de “crescimento

---

<sup>10</sup> Para Gumbrecht (2004), as materialidades da comunicação são todos aqueles fenômenos e condições que contribuem para a produção de sentido, que não sejam os próprios sentidos.

<sup>11</sup> Diz Scalzo (2004): “Um ponto que diferencia visivelmente a revista dos outros meios de comunicação impressa é o seu formato. Ela é fácil de carregar, de guardar, de colocar numa estante e colecionar. [...] Seu papel e impressão também garantem uma qualidade de leitura – do texto e da imagem – invejável” (p. 39). “Ainda devido à qualidade do papel e da impressão, outro grande diferencial positivo das revistas, principalmente em relação aos jornais, é a sua durabilidade. Revistas duram mais (graças à qualidade do papel, é verdade, mas pelo conteúdo também)” (p. 41).

individual”, “vida em comunidade”, “relações pessoais”, “saúde física e mental”. Além disso, estão neles os “nós” temáticos que amarram as fases editoriais da revista (TAVARES, 2011), como a questão da “vida urbana”, dos “temas eternos” (amor, amizade etc), da “vida alternativa” e do “autoconhecimento”. Tudo isso faz com que certos eixos temáticos fixos (que ora partem das seções, ora partem do tema da qualidade de vida em si) criem não apenas referentes sobre o que vai ser falado pela revista, mas referências pelas quais são selecionados os aspectos a serem tratados em relação a cada tema e a partir da lógica jornalística de cada seção, ambos permeados e tensionados, também, pela ideia de simplicidade e pelo dispositivo editorial e sensível que a movimenta.

Os números alcançados na pesquisa, além de quantificarem os assuntos tratados pela revista, se transformados em pontos de ocorrência ao longo da linha temporal e da grade editorial da publicação, deixam à mostra como a presença dos conteúdos elencados, na sua oscilação (das seções menores às capas e também das capas às outras seções)<sup>12</sup>, constrói também, e de forma “autônoma”, uma intermitência temática. Tal variação (e seu movimento no interior das edições) realça a vivacidade do periódico e, constituindo uma processualidade editorial específica, deixa clara uma face de sua composição jornalística. Os temas giram e fazem girar a revista, dão a ela um fluxo semântico que enreda seus diversos processos e sua complexidade.

Do total de 96 edições, 96 capas e entre 40 seções possíveis, chegamos aos seguintes dados, a partir de temáticas categorizadas:

<b>Categorias</b>	<b>Seções</b>	<b>Textos</b>	<b>Edições</b>	<b>Capas</b>
Individualidade	23	73	48	5
Convivência	22	95	66	6
Corpo	20	131	73	2
Cidade	18	198	82	1
Maturidade	18	52	39	2
Família	17	133	64	7
Ficção	17	119	70	1
Alternativos	16	97	55	5

<sup>12</sup> Seções que não trazem reportagens (notas, perfil, entrevistas), por exemplo, são, às vezes, berço de pautas para textos mais elaborados ou, em contrapartida, permitem um olhar mais pontual (pequenos eventos, retomada da fala de uma fonte etc.) sobre o que já foi dito antes de forma mais aprofundada.

Consumo	16	56	38	7
Criatividade	16	32	22	1
Personalidade	16	110	68	21
Religião	16	106	60	3
Trabalho	16	28	25	1
Tranquilidade	16	91	56	6
Moradia	14	54	43	1
Amor	13	41	34	1
Comunicação	12	39	31	1
Simplicidade	12	23	16	3
Alimentação	11	167	87	5
Amizade	11	40	32	1
Existência	11	36	30	2
Humor	11	24	19	1
Dormir	10	29	26	1
Mudança	10	41	35	1
Planejamento	10	38	30	6
Preguiça	10	14	13	2
Política	6	17	16	1
Sexo	5	16	14	2
				96

Quadro 1 – Temas de *Vida Simples* ao longo das edições

No plano editorial de 2009<sup>13</sup>, na parte que se refere à análise crítica que a própria publicação faz de si, a recorrência de temas (repetição) está indicada como uma “ameaça” (é esta a palavra utilizada) ao crescimento e equilíbrio da publicação. Mas, se olhamos pela lógica da coerência do temário composto por *Vida Simples*, é justamente esse movimento de ondulação dos temas um dos traços que permite pensar a globalidade de sua “revistação” (TAVARES, 2011), indicando, de maneira ora pensada, ora espontânea (daí a “autonomia” a que nos referimos acima), como a revista constrói certos sentidos para sua temática principal e para sua lógica editorial, instaurando não apenas uma coerência, mas uma processualidade que permite olhar para um todo através de outros todos, pontuais<sup>14</sup>.

<sup>13</sup> A rigor, o plano editorial é um documento que funciona como um instrumento de aferição das intenções e dos objetivos da revista (SARMATZ, 2010). O plano de *Vida Simples* começou a ser feito a partir de 2007. Antes, já havia um documento com a explicação e definição do projeto do periódico, mas sem uma avaliação consistente que acompanhasse, anualmente, sua estrutura. O plano de 2009, por exemplo, traz – além da descrição de sua missão, conceito e das seções da revista (indicando também o formato e tamanho destas) – uma análise mercadológica e editorial da revista, elencando pontos que dizem de problemas e qualidades da publicação, tal qual vistos por ela e pelos recursos que ela possui para tal avaliação (números de vendas, aspectos da concorrência, pesquisas com o público etc.).

<sup>14</sup> Não se quer dizer que não exista na revista, ao longo de sua existência, um constante redesenho dos conteúdos, que vai ao encontro das mudanças editoriais da publicação. No entanto, pelo fato de tratar-se de uma revista temática, é possível dizer que as pautas permanecem, dada a retomada de certos conteúdos, mas encontram-se atualizadas de acordo com a fase da publicação e as mudanças e preceitos formais que cabem a esse período.

Firma-se, pois, pelos processos de aparição que os conteúdos e formas instauram em contato com a publicação e vice-versa, uma maneira de constituir aquilo “tudo que é necessário saber sobre qualidade de vida”, dizendo, jornalisticamente, sobre o “produto” *Vida Simples*. O que leva, com relação ao público e por meio de repetições, a um reforço de temas e padrões que dizem respeito à leitura e apresentação de uma cotidianidade tácita sobre o bem viver, proposta para ser reconhecida, compondo e habitando o contrato que habita o universo da revista.

#### **4 Dos movimentos da revista e(m) sua composição**

Em definição atual sobre o jornalismo especializado, a partir de uma revisão dos estudos sobre a IPE (*Información Periodística Especializada*), Maria Teresa Mercado Saéz (2006) diz que a especialização jornalística refere-se a uma estrutura informativa que abarca “todo o processo comunicativo” para apresentar a realidade através dos múltiplos âmbitos temáticos que são objeto de tratamento pelo jornalismo (por seus profissionais qualificados em distintos níveis de especialização), satisfazendo aos usuários e às suas demandas.

Fontcuberta (2006) associa a especialização jornalística à questão temática e, retomando a relação do temário jornalístico com o público, explica que hoje as audiências demandam dos meios um “novo tipo de conteúdo informativo” que está associado a dois tipos de expectativas: “las necesarias para desenvolverse en un mundo cada vez más complejo, que precisa el establecimiento y renovación continua de pautas de interpretación social, y las derivadas de intereses específicos en el campo de las ideas, de las actividades o las aficiones” (FONTCUBERTA, 2006, p. 79). E nas áreas ou seções (sistemas e subsistemas, segundo a autora) de cada periódico é que estará o sentido de seus conteúdos, ou melhor, “la calidad y la coherencia del temario” (p. 83)<sup>15</sup>.

O pensamento de Fontcuberta (2006) sobre a coerência interna de cada meio, apesar de baseado numa ideia de “cumprimento por cada veículo de normas que sua redação e suas rotinas estabeleceram previamente” para a “captura do real”, é bastante significativo para pensarmos, como em cada meio (no nosso caso a revista), as seções e os aspectos gráficos funcionam na cobertura que ele realiza, seja ela “temática”, seja ela “noticiosa”.

---

<sup>15</sup> Fontcuberta reflete sobre a distinção entre área e seção, atribuindo à primeira um grau de “profundización mucho más elaborado, que afecta a todo el proceso de producción de la información y a la formación de los profesionales que la construyen, y requiere una vertebración interna mucho más articulada que la sección” (FONTCUBERTA, 2006, p. 80). O embrião dessa discussão está em Fontcuberta (1999).

Observando do ponto de vista das demandas do público<sup>16</sup>, bem como da organização de um meio por uma pauta (e para ela), podemos associar a segmentação aos temas no interior do jornalismo. Nesse sentido, a partir de tal segmentação temática aparece uma espécie de coordenação editorial para publicações e produtos, de onde emergem noções como coerência, agenda e enquadramento.

No entanto, e mais que apenas uma segmentação, é possível dizer que o papel dos temas pode ser pensado também no âmbito de uma processualidade jornalística de vértices variados; o que pede, por exemplo, uma definição de jornalismo especializado que seja mais ampla, por exemplo, que esta: “a informação dirigida à cobertura de assuntos determinados e em função de certos públicos, dando à notícia um caráter específico, é jornalismo especializado” (BAHIA, 2009, p. 236).

Assim, se a linha entre tema e público é tênue e nos ajuda a pensar a composição dos assuntos de uma publicação, mais que estarmos diante de um “jornalismo temático”<sup>17</sup>, o que se pode pensar pelo referente e o temário no sentido de uma pauta, fica a necessidade de se saber que ações são provocadas no interior do produto e que dizem respeito tanto aos temas que nele são trabalhados, como na maneira e frequência com que tais temas aparecem em suas páginas. Indica-se uma outra especialização, que reflete um fazer a partir de um produto.

Sem olhar aqui para *Vida Simples* do ponto de vista da análise de uma especialização jornalística, mas considerando suas especialidades, pode-se dizer que a busca pela materialização de uma ideia de simplicidade, pensada editorialmente, aparece *como* uma espécie de ponto de partida, um *a priori*, que estará manifesto a cada mês nas edições publicadas e que, no interior delas, na trama dos processos que ali se constituem, vê-se também transformado. Naquilo que a revista pretende, esboça-se um elenco de questões e aspectos que pensam uma atuação jornalística e, de certa forma, constrói um enquadramento que orienta seus processos.

No caso de *Vida Simples* – e de outras publicações, pode-se dizer –, menos que olhar para o que está previsto, considerando as seções e os temas a partir de uma coerência –

---

<sup>16</sup> Patrícia Rocha (2006) discute criticamente a posição do jornalista na elaboração das pautas atemporais no jornalismo impresso, chamando a atenção para o fato de que muitas pautas, antes de voltadas a um público, estão submetidas e restritas ao próprio universo dos jornalistas e da redação, não “refletindo”, portanto, os interesses propriamente públicos e também de seus públicos.

<sup>17</sup> O site do Curso Abril de Jornalismo, que ocorre anualmente, visando a selecionar recém-graduados em Comunicação para o quadro de profissionais da Editora, utiliza essa expressão. Ver: <<http://cursoabril.abril.com.br/servico/ideias/>>. Acesso em: 11 dez. 2009.

como propõe Fontcuberta (2006) –, deve-se também pensar como um e outro se ajustam de acordo com os movimentos que a própria revista, no decorrer de sua existência mensal e anual, lhes proporciona (e vice-versa), possibilitando a construção de sentidos que dirão respeito a um assunto específico e sua criação gráfica no todo de uma edição da revista, ou no conjunto de várias edições. Há, pois, na relação entre as pautas da revista e a adequação destas a algumas temáticas, a construção de uma coerência que diz não apenas de uma identidade, no sentido de uma visão de mundo, mas também de processos que habitam a construção jornalística dessa visão.

Pensando a questão editorial de maneira ampliada e a presença e papel dos temas em sua estruturação, algumas questões se destacam. Relembremos os dizeres de Beatriz Sarlo a partir de Walter Benjamin:

El coleccionista, dice Benjamin, despoja a la mercancía de su valor de uso, la sustrae de su función práctica, suspende su circulación, para incorporarla a un espacio ordenado y artificioso, impulsado por un imposible y nunca resignado deseo de totalidad (SARLO, 2000, p. 36).

Se olhamos para os temas presentes na revista e sua distribuição e construção em seções ao longo dos meses e anos, bem como para os recursos gráficos e visuais que traduzem essa presença, é possível afirmar que, a cada aparição, novos elementos surgem (dotados de características de cada espaço da revista de onde ele emerge e acrescidos de outros pontos que se referem a ele em termos de conteúdo), assim como velhos elementos são atualizados. Além disso, dentro de uma lógica de noticiabilidade da revista, o assunto vai sendo estruturado e reestruturado. Assim, se um tema passa por todas e/ou várias seções, temos um movimento duplo: sua pluralidade passível de uma abrangência jornalística (presentificando-se em diversas abordagens) e sua construção editorial (por meio de uma pluralidade de formas). Como afirmado em outro trabalho,

Ao falar para um certo público e com ele criar uma certa “relação”, a revista tenta “esgotar” uma temática e “tratar” a realidade de outra forma. Algo que no contexto do jornalismo traz implicações discursivas e editoriais, e sugere um fazer jornalístico complexo, que possui operações próprias (SCHWAAB; TAVARES, 2009, p. 184).

Nesse sentido, podemos dizer, cada tema da qualidade de vida tratado em *Vida Simples*, assim como os subtemas que os compõem (aqueles que se agrupam e formam as categorias acima construídas), vão adquirindo, pela “coleção” que a revista organiza, no recortar o tema de uma realidade (social) e na adequação deste à outra (“revistativa”), uma totalidade própria (TAVARES, 2011).

*Vida Simples*, por meio de suas temáticas, casadas com outras questões, realiza a elaboração de uma série de “todos” (jornalisticamente materializados e valorizados) que, em conjunto, reunidos sob a ótica de uma composição editorial, vetorizados e vetorizando tal composição, elabora um todo mais amplo, que é tanto temático – um sentido de bem viver – quanto é “simples” – correspondente a uma simplicidade “holística”, semântica e processual que dali se origina e se mantém em constante processo de circulação/transformação<sup>18</sup>, afirmando, pelo jornalismo, uma diferenciação editorial e, conseqüentemente, uma singularidade.

## Referências

- BAHIA, Juarez. **Jornal, História e Técnica**: as técnicas do jornalismo. Vol. 2. 5. ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.
- FERREIRA, Janaina Carvalho. **A multimodalidade em capas de revista de auto-ajuda**. 2006. 44 f. Monografia (Graduação em Comunicação Social) – Centro Universitário Franciscano, Santa Maria, RS, 2006.
- FERRER, Diego Rodrigues. **Quem vê capa vê coração**: as capas de revista como forma de síntese de perfil do público leitor. 2008. 123 f. Monografia (Graduação em Comunicação Social). Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, RS, 2008.
- FONTCUBERTA, Mar de. Pauta y calidad informativa. **Cuadernos de Información**, n. 13, Santiago (Chile), p. 61 – 69, 1999.
- FONTCUBERTA, Mar de; BORRAT, Hector. **Periódicos**: sistemas complejos, narradores en interacción. Buenos Aires: La Crujía, 2006.
- GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Production of presence**: what meaning cannot convey. California: Stanford University Press, 2004.
- KOPP, Rudinei. Design para capas de revistas: padronização e flexibilização. In: FELIPPI, Ângela; SOSTER, Demétrio de Azeredo; PICCININ, Fabiana (Orgs.). **Edição de Imagens em Jornalismo**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2008. p. 210 – 240.
- LANDOWSKI, Eric. **A sociedade refletida**. São Paulo: EDUC/Pontes, 1992.
- LESLIE, Jeremy. **Novo Design de Revistas**. Barcelona: Editorial Gustavo Gilli S.A., 2003.
- MERCADO SAÉZ, María Tereza. Aportaciones teóricas en torno al concepto de periodismo especializado. **Question**, No. 9, verano 2006, Universidad Nacional de La Plata, Argentina, 2006.
- MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revistas**: a segmentação da cultura no século XX. São Paulo: Olho D'Água, 1999.

---

<sup>18</sup> Essa circulação temática também se encontra no entrecruzamento de temas dentro de um próprio tema. Em reportagens e outros textos, muitos temas tratados pela revista vão retomando, interpenetrando-se como “cases” temáticos dos temas principais em foco. A reportagem de capa da edição 66, de maio de 2008, por exemplo, o tema principal, “Dinheiro”, é desenvolvido na “companhia” de outros: “vizinhos”, “simplicidade”, “organização”. E assim são vários outros os casos ao longo da revista, variando de acordo com o assunto e direcionando o foco do texto construído.

- MOGEL, Leonard. **The Magazine: Everything You Need to Know to Make It in the Magazine Business**. Pittsburgh: GATF Press, 1998.
- MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (Orgs.). **O jornal: da forma ao sentido**. 2. ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002. p. 09-190.
- RICHERS, Raimar; LIMA, Cecília Pereira. (orgs.). **Segmentação: opções estratégicas para o mercado brasileiro**. São Paulo: Nobel, 1991.
- ROCHA, Patrícia. Ação pessoal do jornalista na gênese das pautas. **Estudos em Jornalismo e Mídia** (UFSC), Florianópolis, Vol. 3. nº 2, p. 105 – 116, segundo semestre de 2006.
- ROVIDA, Maria Tereza. **A segmentação no jornalismo sob a ótica durkheimiana da divisão do trabalho social**. 2010. 170 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, SP, 2010.
- SARLO, Beatriz. **Siete ensayos sobre Walter Benjamin**. México-Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2000.
- SARMATZ, Leandro. **Entrevista** concedida em julho de 2010 por e-mail. 2010.
- SARMATZ, Leandro. Palestra: **(Algumas) Tendências do Jornalismo**. Porto Alegre, PUC – RS, 2008.
- SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004.
- SCHWAAB, Reges; TAVARES, Frederico de Mello B. O tema como operador de sentidos no jornalismo de revista. **Galáxia** (PUCSP), São Paulo, v. 9, p. 180 – 193, 2009.
- SONNAC, Nathalie. L'économie des magazines. **Réseaux**, Paris, nº 105, p. 79 – 100, 2001/1.
- TAVARES, Frederico de Mello Brandão. **Ser revista e viver bem: um estudo de jornalismo a partir de Vida Simples**. 2011. 468 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos. São Leopoldo, RS, 2011.
- VALLADA, Kardec Pinto. **Revistas: um produto, objeto e instrumento de marketing**. 1989. 217 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, 1989.
- VILCHES, Lorenzo. **Teoría de la imagen periodística**. Barcelona: Paidós, 1987.

## Chromatic and thematic intermitences in movements of editorial composition in *Vida Simples* magazine

### Abstract

This paper makes an analysis of *Vida Simples* magazine published by Editora Abril focusing on the logic of its editorial composition. The aim is to observe how the monthly development of the structural plan of this publication triggers a series of processes that shape meanings to the quality of life in society, focus of the magazine. For this, it appears in 96 issues the editorial logics both in one issue and in a set of them, questioning the presence of its contents and the structure of their covers, one of the graphic axis of the magazine. From the results obtained there, we are able to point to the oscillation between certain themes and colors, a movement that

participates in the construction of a journalistic globality and simultaneously of an editorial identity.

### **Keywords**

Magazine, Editorial Project, Quality of Life, Vida Simples.

## **Intermitencias cromáticas y temáticas en los movimientos de composición editorial de la revista *Vida Simples***

### **Resumen**

Este trabajo dice sobre un análisis de la revista brasileña *Vida Simples*, publicada por el Editorial Abril. Desde un punto de vista sobre la lógica de la composición editorial de la revista, el objetivo es observar cómo el desarrollo mensual de la estructura de la publicación desencadena una serie de procesos que crean un significado sobre la calidad de vida en la sociedad contemporánea, tema principal de *Vida Simples*. En 96 números publicados se analizan las lógicas editoriales en una sola edición y en un conjunto de ellas, investigando sobre la presencia y los tipos de sus contenidos y sobre la estructura de sus portadas, eje gráfico de la revista. De los resultados ahí obtenidos, se apunta sobre la oscilación entre temas y colores, movimiento que participa de la construcción de una globalidad periodística y, simultáneamente, de una identidad editorial.

### **Palabras-clave**

Revista; Proyecto Editorial; Calidad de Vida; *Vida Simples*

*Recebido em 30/08/2012*

*Aceito em 31/10/2012*