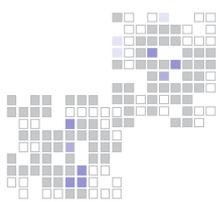


# LEITURAS DO PRESENTE NA REVISTA *VIDA SIMPLES*: TEMPOS SOCIAIS E QUALIDADE DE VIDA NO JORNALISMO SEGMENTADO

REVIEWS OF THE PRESENT IN *VIDA SIMPLES* MAGAZINE:  
SOCIAL TIMES AND QUALITY OF LIFE IN SEGMENTED JOURNALISM

*LECTURAS DE LA ACTUALIDAD EN LA REVISTA VIDA SIMPLES: TIEMPOS  
SOCIALES Y CALIDAD DE VIDA EN EL PERIODISMO SEGMENTADO*

238



## Frederico de Mello Brandão Tavares

■ Professor Adjunto da Universidade Federal de Ouro Preto. Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Bacharel e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Realizou estágio de doutorado no exterior junto à Universidad Rey Juan Carlos (URJC, Madrid), Espanha. Sua Tese de Doutorado (*Ser Revista e Viver Bem: um estudo de jornalismo a partir de Vida Simples*) foi vencedora em 2012 do Prêmio Adelmo Genro Filho de Pesquisa em Jornalismo (PAGF), concedido pela Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor).

■ E-mail: [fredtavares@yahoo.com.br](mailto:fredtavares@yahoo.com.br).

## RESUMO

Este texto apresenta algumas questões que permearam um estudo mais amplo, que analisou a constituição editorial da revista *Vida Simples* no período compreendido entre os anos de 2002 e 2011. Tomando como objeto os editoriais da revista (suas cartas aos leitores), trata-se aqui, especificamente, de uma reflexão acerca das maneiras como, ao falar de sua principal temática, a qualidade de vida, a publicação constrói tanto um significado jornalístico sobre o bem-estar na sociedade quanto realiza uma leitura do tempo presente, configurando um cenário no qual a realidade social e o mercado de revistas veem entramados, afetando-se mutuamente.

**PALAVRAS-CHAVE:** REVISTA *VIDA SIMPLES*; QUALIDADE DE VIDA; JORNALISMO SEGMENTADO; TEMPO PRESENTE.

## ABSTRACT

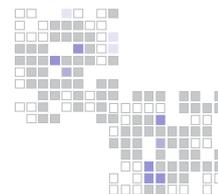
This paper presents some issues that have permeated a broader study which analyzed the editorial constitution of *Vida Simples* magazine from 2002 to 2011. Taking as its object the editorial sections of the magazine (the letters to the readers), there is a reflection about the way the magazine speaks of its main theme, quality of life. The publication both creates a journalistic meaning about social welfare and performs a review of the present time, setting up a scenario in which the social reality and magazine market find themselves interwoven, affecting each other.

**KEYWORDS:** *VIDA SIMPLES* MAGAZINE; QUALITY OF LIFE; SEGMENTED JOURNALISM; PRESENT TIME.

## RSUMEN

Este artículo presenta algunas cuestiones que se encuentran en un estudio más amplio, que analizó la constitución editorial de la revista brasileira *Vida Simples* en el período comprendido entre 2002 y 2011. Teniendo como objeto los editoriales de la revista (las cartas a sus lectores), se reflexiona aquí sobre las formas en que, hablando de su tema principal, la calidad de vida, la publicación construye tanto un significado periodístico sobre el bienestar en la sociedad, al mismo tiempo que realiza una lectura de la actualidad configurando un escenario en el cual la realidad social y el mercado de revistas se encuentra relacionado, afectándose mutuamente.

**PALABRAS-CLAVE:** REVISTA *VIDA SIMPLES*; CALIDAD DE VIDA; PERIODISMO SEGMENTADO; TIEMPO PRESENTE



## 1. Bem-estar e jornalismo

A preocupação humana pelo bem-estar coletivo e individual sempre existiu. Não é fenômeno recente. Desde a Antiguidade<sup>1</sup>, a sociedade se organizou em torno de instituições e papéis sociais que indicaram formas de ser e estar no mundo, permitindo e oferecendo aos sujeitos posicionamentos e procedimentos sobre “um certo viver”, almejando a materialização de uma “sociedade perfeita” (Phillips, 2006). Na modernidade, esse objetivo passou a estar legitimado por discursos originados de outros campos, principalmente o científico. Entre os séculos XV e XVIII, ideias sobre sanidade mental e corporal passaram a permeiar o imaginário acerca de novos hábitos e valores dentro de uma sociedade que passava a valorizar, cada vez mais, uma ciência nascida e identificada pelas ciências naturais. Ainda no século XVIII, e principalmente no século XIX, estudos de outras áreas começaram a se formar, relevando aspectos mais culturais, geográficos e históricos, o que ampliou novas visadas para se pensar, com destaque, o “comportar-se no mundo”, seus significados e suas expressões e manifestações “mais adequadas”.

No final do século XIX e ao longo do século XX, há uma mudança dupla, que reconfigura essa dinâmica: o surgimento de novos discursos especializados, materializados em outros “lugares-de-fala” institucionais – principalmente o midiático – e uma nova demanda de “interpretações” do mundo (e para o mundo) relacionada àquilo que muitos autores apontam como uma “crise da modernidade” ou a configuração de uma “alta modernidade” / “modernidade tardia”. Outros espaços discursivos

passam a atuar no cotidiano, organizando a experiência individual e coletiva, buscando não apenas interpretá-la, mas torná-la inteligível e mais estável (Giddens, 2002).

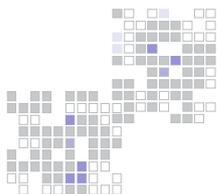
É nesse sentido que, se pensamos a mídia no final do século XX e início deste século e localizamos o jornalismo e suas manifestações nesse cenário, fica notória a existência de uma série de produtos voltados editorialmente para o tema da qualidade de vida, variando entre os mais diversos suportes e com ampla presença no cotidiano. Hoje, como observa Lipovetsky (2007), assistimos à expansão do “mercado da alma e de sua transformação, do equilíbrio e da autoestima”, com a proliferação das “farmácias da felicidade”. E tal movimento, que corresponde a um contexto histórico-social e cultural específico, incide, pois, na atualidade, sobre um certo fazer jornalístico<sup>2</sup>, criando produtos e públicos especializados.

No caso da imprensa segmentada, a informação utilitarista e interpretativa sobre o viver, sobre a experiência dos sujeitos, sempre esteve presente. O que se observa, entretanto, é que, no momento atual de produção e circulação de sentidos, mais que construir significados sobre a qualidade de vida na sociedade, tais publicações configuram e constituem um diferente construto para o termo. Este, o termo, além de um significado, é também um elemento que estrutura um mercado editorial e jornalístico, entrelaçando públicos e consumidores e costurando segmentos e nichos.

Isso posto, este texto apresenta algumas questões que permearam um estudo mais amplo (Tavares, 2011), que analisou a constituição editorial da re-

1 “Vale decir, que los temas ligados al concepto de bienestar, o sea de felicidad, placer, salud, ciertamente que no son conceptos nuevos, desde Aristóteles a Marx, hasta los filósofos contemporáneos, han considerado estos temas de mucho interés para sus reflexiones y para las investigaciones. Sin embargo, no pueden ser estudiados solamente desde el punto de vista filosófico, siempre es más evidente y se lee con mayor frecuencia que el bienestar es, además de un valor, también un concepto formal para expresar la cultura, las condiciones y los estilos de vida de muchas formaciones sociales” (Chacón, 1998, p. 1).

2 Para Gérman Cano, em nossa sociedade, baseada na “bandeira” da saúde e da proteção, avança a busca pela eliminação dos “riscos”, um “poder biopolítico que blanquea el lenguaje jurídico o político en médico. Se explica desde este punto de vista nuestra necesidad heterónoma de expertos. Terapeutas y charlatanes mediáticos de la felicidad llenan este hueco a la vez que nos reconfortan de nuestras cobardías cotidianas. El actual mercado cultural de la espiritualidad que está transformando silenciosamente las secciones de filosofía de las librerías en apartados de autoayuda es un buen síntoma de ello” (Cano, 2010).



## A revista *Vida Simples* afirma-se como uma publicação destinada a “[...] falar com um público que se preocupa cada vez mais com qualidade de vida”.

vista brasileira *Vida Simples*, publicada mensalmente pela *Editora Abril*, voltada para a temática da qualidade de vida.

A revista *Vida Simples* afirma-se como uma publicação destinada a “[...] falar com um público que se preocupa cada vez mais com qualidade de vida”<sup>3</sup>. E complementa: “repleta de dicas sobre como morar, comer, comprar e, principalmente, se conhecer melhor, *Vida Simples* tornou-se uma companheira para homens e mulheres acima dos 30 anos que querem fazer do bem-estar uma prioridade em suas vidas”<sup>4</sup>. Definida como a revista “para quem quer viver mais e melhor!” (*slogan* da publicação), realiza um tipo de jornalismo voltado para a indicação de padrões e estilos de vida, com objetivos assim demarcados<sup>5</sup>: ajudar a descomplicar o dia-a-dia, transformar o lar em um lugar “ainda mais tranquilo e gostoso”, trabalhar com mais alegria, “cuidar da aparência sem descuidar de essência”.

Sua tiragem gira em torno de 90 mil exemplares, sendo que destes há um total de cerca de 20 mil edições voltadas para assinantes, com um número estimado de 130 mil leitores por mês<sup>6</sup>. No segmento editorial voltado para o tema da qualidade de vida, *Vida Simples* é junto à revista *Bons Fluidos* – também da *Editora Abril*, mais voltada para o público feminino – o veículo jornalístico especializado em “bem viver e qualidade de vida” (sem foco restrito a temas como saúde ou alimentação) de maior cir-

culação nacional, não possuindo similares junto às outras grandes editoras do país<sup>7</sup>.

A publicação surgiu como edição especial da revista *Superinteressante*<sup>8</sup>. Editada pela primeira vez em agosto de 2002, desde setembro de 2003 circula mensalmente como publicação autônoma, com perfil editorial e equipe de redação própria<sup>9</sup>. É como explica a “própria revista”, na fala do redator-chefe Rodrigo Vergara, no editorial da edição 16, de maio de 2004:

*Vida Simples nasceu como um filhote da revista Superinteressante. Como todo rebento, tropeçou, cambaleou, caiu e levantou, várias vezes, até aprender a andar. E agora chegou a hora de seguir caminhando. Vida Simples está deixando a casa dos pais, a redação da Super, esse lugar de onde escrevo e que é tão familiar pra nós (Uma palavra..., Rodrigo Vergara, Ed. 16, p. 4).*

Em 2002, a revista *Superinteressante*<sup>10</sup> era dirigida pelo jornalista Adriano Silva. Silva e outros dois di-

3 Disponível em: <<http://publicidade.abril.com.br/homes.php?MARCA=52>>.

4 Disponível em: <<http://publicidade.abril.com.br/homes.php?MARCA=52>>.

5 Disponível em: <<http://publicidade.abril.com.br/homes.php?MARCA=52>>.

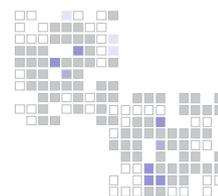
6 Disponível em: <<http://publicidade.abril.com.br/homes.php?MARCA=52>>. Os dados são apontados como originados do IVC (Instituto Verificador de Circulação), com números referentes ao mês de julho de 2010.

7 Fora do “eixo” das grandes editoras, um exemplo de publicação nesse segmento vale ser lembrado: trata-se da revista *Seleções*, versão brasileira da publicação norte-americana *Reader's Digest*. Publicada nos Estados Unidos desde 1922, a revista chegou ao Brasil em 1942. Atualmente, segundo dados disponíveis na *homepage* da publicação (<<http://www.readersdigest.com.br>>), são 27 milhões de exemplares vendidos por mês, sendo 50 edições, em 21 idiomas, distribuídos em mais de 60 países. No Brasil, *Seleções* tem hoje a tiragem média de cerca de 420 mil exemplares ao mês, com um público estimado em 1,5 milhão de leitores e 400 mil assinantes.

8 Segundo o Sarmatz (2008), naquela época, a *Super* era, dentro da *Editora Abril*, o “berçário” de muitas revistas. Algumas “vingaram”, como a *Aventuras na História*, a *Mundo Estranho*; e outras morreram depois de algum tempo, como a *Religiões*, por exemplo.

9 A partir do sexto número (julho de 2003), a revista passa a estar disponível para assinaturas.

10 Conhecida como a principal revista brasileira de grande circulação especializada em “jornalismo científico” ou de “divulgação científica”.



retos importantes da *Editora Abril* frequentavam, em São Paulo, ambientes que ofereciam uma vivência alternativa em relação ao ritmo da grande metrópole: ambientes de prática de *Yôga*, feiras e lojas de produtos orgânicos e coisas do gênero. Além disso, os dois outros editores – Caco de Paula e Paulo Nogueira – observavam, naquele momento, o crescimento da revista norte-americana *Real Simple* (da qual falamos anteriormente) e que na época direcionava sua cobertura para a “recuperação de valores antigos” ou “valores meio esquecidos” na sociedade norte-americana: ter tempo para si, para as atividades individuais, não ficar só no trabalho, valorizar as coisas mais simples do dia a dia.

Foi desse contexto de experiência cotidiana e da observação do mercado editorial, cujo cruzamento significou uma espécie de demanda/aposta, que nasceu a vontade de publicar, no Brasil, uma publicação deste gênero<sup>11</sup>. Na defesa da revista na época – documento que justifica sua criação – o “espírito” da publicação, segundo o ex-redator-chefe da revista, Leandro Sarmatz, estava proposto: “a gente vive uma vida acelerada e esquece de valorizar as coisas simples da vida”.

No decorrer de sua trajetória editorial, 10 anos a serem completados em 2012, a revista foi criando estratégias e discursos para afirmar seus propósitos e criar tanto uma leitura jornalística e particular sobre seu referente temático principal quanto para afinar uma relação com seus leitores. Em toda a revista, suas seções, seus conteúdos e formas, isso pode ser observado e problematizado.

No presente artigo, tomando como objeto os editoriais da revista (suas cartas aos leitores)<sup>12</sup>, realizamos uma reflexão acerca de algumas dinâmicas

11 Como aponta Sarmatz (2008), os dois *publishers* perceberam um movimento na sociedade: um sentimento “hippie-chique” nos grandes centros urbanos, principalmente São Paulo.

12 Durante a pesquisa realizamos a análise de 108 editoriais (103 de edições regulares e cinco de edições especiais) da revista publicados entre agosto de 2002 a março de 2003. Nesse período, a seção dos editoriais foi intitulada primeiramente como *Uma palavra* e depois como *Carta ao Leitor*.

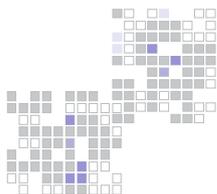
cas que constituem a publicação e que conduzem tanto a um sentido sobre o bem-estar na sociedade – evocado e construído pela revista – quanto para processos jornalísticos que indicam a maneira como tal revista insere uma ideia de qualidade de vida na realidade social, atualizando-a.

Menos que cumprir a função de alicerçar “a intermediação do jornalismo nas relações entre a sociedade e o poder” (Bahia, 2009, p. 114), trabalhando em cima de fatos e a propósito deles, deixando “entrever uma anterioridade, uma antecipação formal que valoriza as possibilidades e as evidências para lastrear o juízo de valor” (Bahia, 2009, p. 114), os editoriais de *Vida Simples* priorizam um viés de carta ao leitor. Cumprem, nesse sentido, para a revista, um duplo papel. Ao mesmo tempo em que não fogem a uma interpretação do que acontece na sociedade, investem-se de uma função autorreferente, explicando a revista, falando dela mesma (de si), da maneira como lida com certos temas, conversando com seu público e construindo um sentido sobre o presente em que ele habita.

## 2. Revistas, tempo presente e *Vida Simples*

Toda revista possui, como um de seus elementos fundantes, aquilo que se chama de “conceito” da publicação. Este se constitui como uma chave de leitura para o mundo – para que o jornalista leia o mundo – e que nasce de uma leitura editorial sobre esse mundo – pensada a partir de um aspecto da atualidade que deve ganhar relevo e encabeçar uma publicação. Segundo Fátima Ali (2009), “revistas que se mantêm por décadas, e até por mais de um século, têm um conceito claro, ou seja: uma missão editorial específica e uma fórmula bem definida” (Ali, 2009, p. 45). Nas palavras de José Caño (1999), renomado editor espanhol de revistas, sempre quando surge, uma publicação especializada deve estar atenta aos “cambios sociais”.

Menos que pensar em teorias e análises sociais, o autor aponta para a necessidade de as revistas segmentadas, ao se perguntarem sobre “qual a sua



A revista assume para si mesma a capacidade de oferecer  
opções para se viver melhor e, ao fazê-lo, insere-se em um contexto  
social contemporâneo, tomando-o por problemático.

razão de ser”, saberem contextualizar o mundo no qual se inserem e suas demandas, etc. É verdade que essa “gênese” possui fundo mercadológico e institucional – afinal, as revistas são jornalísticas. No entanto, vale pensar em que medida tal formulação conceitual diz de produtos editoriais formados no tensionamento de “realidades” (sociais e jornalísticas) quanto no tensionamento de “saberes” (comuns e científicos) que as compõem.

Para Caño, “no existe mejor fórmula para conseguir el éxito de una revista que satisfacer una necesidad, expresada por el nacimiento de una nueva corriente sociológica” (Caño, 1999, p. 123). Tal constatação, que orienta rotineiramente os editores e *publishers* de grandes editoras pelo mundo afora, também nos ajuda e nos convida a pensar o “câmbio social” do qual e no qual fala *Vida Simples*, objeto aqui enfocado. Na formulação de seu conceito e na leitura dos contextos social, mercadológico, cultural que marcam sua fundação, há o propósito de delimitar sob um certo “aqui e agora”, uma “razão de ser”, uma missão e uma “precisa” fórmula editorial. O que leva, então, a questão: sobre qual “presente” fala a revista?

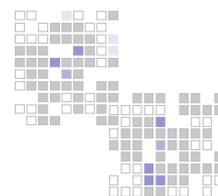
Segundo Norbert Elias (1998), a noção de presente “[...] caracteriza a maneira como o tempo é determinado por um grupo humano vivo e suficientemente desenvolvido para relacionar qualquer sequência de acontecimentos – seja ela de ordem física, social ou pessoal – com o devir a que esse mesmo grupo está submetido” (Elias, 1998, p. 64). Nesse raciocínio, segue o autor, cada indivíduo ou membro do grupo social, entremeadado por esse devir, pode “apor a chancela do presente sobre o que realiza *hic et nunc*, sobre o que vive e sente diretamente, com isso o distinguindo tanto do que está para trás, [...] quanto do que um dia possa

experimental ou sofrer, isto é, tanto do passado quanto do futuro” (Elias, 1998, p. 64).

Nesse contexto, sem considerar até que ponto as representações criadas pelo jornalismo logram o feito de “traduzir” e explicar uma temporalidade, Elias (1998) nos oferece algumas pistas para problematizarmos o jornalismo de revista e nosso objeto. Segundo o autor, “a atividade de determinação do tempo representa uma maneira específica de ligar os acontecimentos ou de efetuar sua síntese” (Elias, 1998, p. 78). E em tal atividade estaria o cerne do problema do tempo e do reconhecimento daquilo que articula a contemporaneidade de maneira histórica e social.

As revistas sobre saúde e bem-estar já fazem parte do mercado de revistas desde a década de 1980. No entanto, com a recente entrada em cena de outras publicações com perfis editoriais menos “científicos” e mais voltados para o comportamento e o consumo, o jornalismo voltado para essas temáticas iniciou um processo de reestruturação que, além de criar novos padrões e estilos, forjou, dentro do mercado de segmentos e da especialização, espaço para outras singularidades jornalísticas.

Em *Vida Simples*, ao se tentar “propor alternativas para o leitor se conhecer melhor e descomplicar a vida” (missão da revista), 1) formata-se um jornalismo que, além de “revistativo” (Tavares, 2011), é tensionado por outras mídias voltadas para o “bom comportamento” na sociedade (tradicionais manuais, guias e obras terapêuticas de autoajuda), e 2) engendra-se uma série de recursos para falar da temporalidade contemporânea. A revista assume para si mesma a capacidade de oferecer opções para se viver melhor e, ao fazê-lo, insere-se em um contexto social contemporâneo, tomando-o por problemático.



“Botar ordem na realidade”, como diz o editorial de agosto de 2004, significa organizar um contexto a partir de ideias.

E isso se deve fazer de maneira situada.

Sabe-se que, seja na rotina, seja no extraordinário – os acontecimentos que irrompem a “normalidade” (Rodrigues, 1993) –, o cotidiano está, pode-se dizer, efetivamente constituído por dimensões espaciais e temporais. E, como destacam Berger e Luckmann (2000), o indivíduo interessa-se, sobretudo, pelos âmbitos cotidianos que em ambas as dimensões lhe estejam próximos. Seu aqui e agora. No entanto, a “realidade da vida cotidiana”, por não esgotar-se nesse tempo-espaço, está também difundida em outras “zonas” que não estão diretamente acessíveis, como também diziam os seguidores de Schütz. Em *Vida Simples*, essa abrangência espacial e temporal localizada, desde suas temáticas, nos propõe refletir sobre suas particularidades.

Ao cruzar conhecimentos do senso comum e do mundo especializado, englobando-os em uma gramática do jornalismo e construindo um significado para a qualidade de vida na sociedade, a revista faz uma leitura sobre o tempo presente e promove um jogo entre uma “realidade jornalística” e outra, “social”, cujo tensionamento diz respeito à construção de uma qualidade de vida jornalística específica, a qualidade de vida de *Vida Simples*. É como se disséssemos que não há nos temas que ela trata uma imanência de sentido e, tampouco, há um elemento fixo, que acionaria os processos (jornalísticos ou não) que se voltam para ele. Mas que há, na tensão entre conteúdos e práticas, “resultantes” que fazem “funcionar” uma leitura sobre o mundo e que constroem um sentido compartilhado sobre ele.

### 3. A qualidade de vida da e pela revista

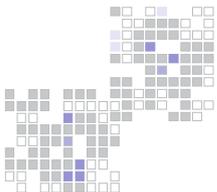
Quando falam dos temas da qualidade de vida, os editoriais de *Vida Simples*, assinados pelos jor-

nalistas responsáveis pela edição da revista, realizam um movimento que não apenas os circunda desde um fazer jornalístico que se imprime sobre eles. Neles, ficam à mostra traços da relação entre jornalismo e realidade, situando a revista dentro de um olhar sobre o cotidiano, que a envolve e dá a ela um papel específico, permitindo a construção de uma espécie de radiografia da vida social e de atuação da mídia impressa. Entrecruzam-se, assim, temporalidades sociais com temáticas que abordam a qualidade de vida, localizando esta num espaço e tempo definidos, contemporâneos e jornalísticos. “Botar ordem na realidade”, como diz o editorial de agosto de 2004, significa organizar um contexto a partir de ideias. E isso se deve fazer de maneira situada.

*A história está repleta de teorias e explicações que pareciam sensatas na época e no lugar em que foram formuladas, mas fora dali soam absurdas. Outras seguem de pé. Eu também. Alguns pensamentos de anteontem me parecem absurdos hoje. Outros sobrevivem há tempos. Acho que todo mundo precisa botar ordem na realidade para ficar tranquilo (Uma palavra..., Rodrigo Vergara, Ed. 19, p. 08).*

Apesar de a “vocação” da revista não ser a da análise conjuntural da sociedade, chamando para si uma responsabilidade, sua leitura sobre o contexto que a cerca e o reconhecimento de um presente, solicitam-lhe, seu posicionamento como “sujeito”.

*Mas existem medos mais gerais – aqueles que definem um momento histórico e até uma geração. É nesse registro que trabalha nossa matéria*



*de capa, assinada pela jornalista Elisa Correa. Em sua reportagem fluente e ilustrada, Elisa nos faz atentar para os cinco grandes temores de nossa época. Sim, senhor: elencamos os grandes temores do nosso tempo. Cada um deles, com sua respectiva nuance, ressona em nossos corações e mentes. Mas não ficamos apenas na constatação. Isso seria apenas metade do caminho. Também mostramos como entender esses temores generalizados, tudo para que eles fiquem menores do que realmente são. Porque basta de fantasmas* (Carta ao Leitor, Leandro Sarmatz, Ed. 78, p. 06).

A menção ao “nosso tempo”, assim, aparece focada desde a perspectiva dos sujeitos, tendo estes como mote, a partir de temas mais humanos, por assim dizer.

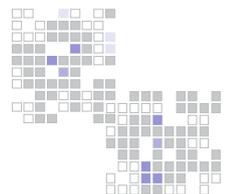
*Somos assim ou estamos assim? Não é uma pergunta sem propósito ou mero jogo de palavras possível na língua portuguesa. É de se perguntar se essa procura constante pela perfeição não tem a ver com esses nossos tempos fluidos, em que a lógica do consumidor se sobrepõe à lógica do indivíduo. Cá com meus botões, acho que tem, sim. Porque estamos viciados em exigir o “pacote completo”, o “melhor” etc. E aí, quando transferimos essa postura para nossa visão de mundo, babau. Muita frustração* (Carta ao Leitor, Leandro Sarmatz, Ed. 68, p. 08).

*[...] hoje somos cobrados por tantas coisas e em tão diversas instâncias que – rá! – acabamos levando tudo às vezes de forma leviana, sem foco, vitalidade. E por fim vamos empurrando com o lado do sapato, assoviando e fingindo que estamos seguindo em frente quando, na verdade, estamos presos a uma imensa bola de ferro chamada “procrastinação”* (Carta ao Leitor, Leandro Sarmatz, Ed. 83, p. 08).

Não se pode dizer que o mote do humano seja apenas um guarda-chuva, onde se encaixariam todas as temáticas da revista. Mais que isso, tal mote constrói um acionamento que vai permear as lógicas da revista e que serve, pois, de elemento principal – que ultrapassa os próprios temas em destaque. Sua recorrente presença, somada às características formais da revista (linguagem próxima ao leitor, recursos visuais etc.) também permite que se observe, pelos conteúdos, a constituição de uma espécie de “espírito” da revista. Os editoriais apresentam os temas, evidenciando sua importância, formatando um cenário de legitimidade para a qualidade de vida da revista e para a credibilidade do material jornalístico que a revista produz.

*E é porque não somos ocos que precisamos comunicar aquilo que sentimos ou tudo àquilo que nos incomoda. É por isso que existe a terapia. Melhor dizendo: as terapias. Como você vai descobrir em nossa matéria de capa – laboriosamente apurada e escrita pela repórter Roberta De Lucca –, hoje há uma miríade de teorias propostas para ajudar que tem algumas questões, digamos, “incômodas”. De Freud a terapia de casais, passando por Jung e pelo psicodrama, Vida Simples oferece nesta edição um verdadeiro guia para você encontrar, se assim desejar, o tipo de terapia e de profissional mais ajustado para você* (Uma palavra..., Leandro Sarmatz, Ed. 55, p. 16).

Nas edições publicadas até março de 2011, apenas uma traz como reportagem de capa uma temática que foge mais diretamente do enfoque das relações sociais e da “alma humana”. A edição de setembro de 2005 tem como assunto principal a política. O título na capa diz: “Política: o que você pode fazer” e o editorial explica a abordagem que terá o tema naquela edição: “É isso que você vai encontrar na reportagem de capa desta edição: um mapa. Um mapa que indica as picadas, trilhas, estradinhas, estradas vicinais e autopistas que nos



ligam ao interesse de todos. Boa viagem” (Uma palavra..., Rodrigo Vergara, Ed. 32, p. 14).

Mas a temática política, apesar de exposta de maneira isolada – se vista como um tema em específico –, somada a outro assunto e viés muito tratados pela revista – a sustentabilidade – chama a atenção para como as questões da cidadania são tratadas pela revista, o que remete a uma dimensão do jornalismo contemporâneo em geral, tal como apontam Fontcuberta e Borrat (2006). Tópicos como consciência, consumo, responsabilidade social aparecem e funcionam como grade para a presença, na revista, desse lado mais politizado, militante<sup>13</sup>. E esses tópicos são, pois, enredados por aspectos humanos e por um fazer jornalístico.

*Você já deve ter reparado, mas nas últimas edições Vida Simples anda enveredando por reportagens – digamos – mais experimentais. Na edição 49, nossa brava repórter Priscilla Santos passou um mês inteirinho apenas consumindo alimentos orgânicos. Descobriu muitas coisas sobre essa forma de alimentação e ainda por cima apresentou, graças a um trabalho exaustivo e aprofundado, uma espécie de radiografia do nosso tempo: é cada vez maior a parcela da população que deseja ter uma vida mais equilibrada e saudável. E é cada vez mais forte o mercado desse tipo de produto* (Uma palavra..., Leandro Sarmatz, Ed. 50, p. 12).

*Sim – está-se tratando primordialmente de escolhas. Porque no mundo do consumo, com seus apelos multicoloridos e publicidade esperta, muitas vezes esquecemos que nós – os consumidores – temos o poder. Não para esculhambar alguém ou alguma marca. Mas para escolhermos o que realmente nos faça bem, que seja gostoso e saudável, colorido e benéfico. Com clareza, a reportagem de Marcia nos ensina a ter*

*mais consciência na hora das compras* (Carta ao Leitor, Leandro Sarmatz, Ed. 76, p. 08).

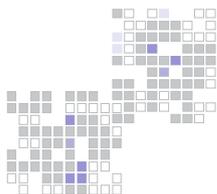
Nesse sentido, a revista opta, muitas vezes, por situar os temas de forma mais abrangente, ampliando sua realidade temática. Tal movimento, entretanto, não se faz descolado de sua atuação editorial, mantendo o lado prescritivo e “amigo” do leitor, mas afirmando a revista, tal qual seu público, como um sujeito do nosso tempo. O resgate dos valores humanos para falar de um momento de crise evidencia essa processualidade:

*Embora o Brasil esteja mais forte que em outros momentos, olhe para fora e veja como a crise atingiu o resto do mundo. A coisa anda feia mesmo naqueles lados que sempre equilibraram crescimento com desenvolvimento social, proeza que ainda não conseguimos realizar. [...] Mas crise não é só de bufunfa, de cascalho, de moedinhas de ouro. A crise é um estado latente no mundo hoje. Como chegamos a este ponto? A resposta não é das mais fáceis, mas é possível intuir que, nas últimas décadas, alguns valores humanos foram simplesmente jogados para debaixo do tapete* (Carta ao Leitor, Leandro Sarmatz, Ed. 81, p. 08).

Em outros momentos, isso se repete, como se vê nos editoriais abaixo que, “ligados” pela questão tecnológica, também se unem pela perspectivação das relações humanas e da subjetividade.

*Mas nossa sociedade, altamente tecnológica, está cada vez mais nos afastando da verdadeira independência. Escravos do tempo, títeres nas mãos da família ou do chefe, mudos diante do cônjuge. [...] Não é fácil romper os grillhões que nos aprisionam. Em mais uma reportagem profunda e reflexiva de Liane Alves, você irá conhecer histórias de gente que mostrou topete o suficiente para criar a própria realidade, pessoas*

13 O exemplar de número 100 de *Vida Simples*, publicado em dezembro de 2010 como edição especial, era temático e tinha como tema principal a sustentabilidade.



*que apostaram na autonomia e na liberdade, pensando com a própria cabeça e sentindo com o próprio coração, sem intermediários*” (Carta ao Leitor, Leandro Sarmatz, Ed. 88, p. 06).

*“Às vezes, parece mais fácil culpar uma nova tecnologia por nossos velhos vícios do que realmente auscultar nossos próprios corações para descobrir a razão de tanto desatino. Como apresenta o jornalista Rafael Tonon, em nossa reportagem de capa desta edição, depende muito mais de nós a restauração do diálogo do que das novidades do mundo lá fora. Pois é”* (Carta ao Leitor, Leandro Sarmatz, Ed. 92, p. 08).

A questão geográfica, espacial, também aparece costurando essa relação entre os temas “mais duros” e outras questões, funcionando como gancho para se falar do nosso tempo pelo viés da revista, cruzando realidades da e na revista.

*Como mostra a excelente reportagem de Erika Sallum, o brasileiro tem uma relação complicada com esse tempo verbal. É um dado curioso, se não ajudasse a fornecer uma radiografia vinda direto dos desvãos da nossa alma: evitamos o quando podemos a hora de planejar o porvir e, principalmente, o momento da aposentadoria. “Você já pensou no seu futuro hoje?” é uma pergunta que muitos vendedores de seguro costumam fazer. Nossa reportagem de capa deste mês brinca com a frase e afirma que o amanhã começa hoje. E para tanto é fundamental um bom planejamento (Uma palavra..., Leandro Sarmatz, Ed. 43, p. 17). Outra característica deste início do século 21 é a busca pela felicidade. De novo: algo mais geral, inclusivo. Não a busca de uma felicidade privativa, mas expandida para todos em uma cidade, um país. A jornalista Liane Alves escreve a respeito da Felicidade Interna Bruta, “índice” que anda sendo perseguido por diversos países, inclusive o Brasil (Carta ao Leitor, Leandro Sarmatz, Ed. 78, p. 06).*

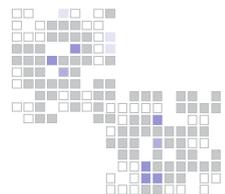
No saber constituído pela revista, que desvenda os temas, o tom prescritivo e útil é bastante reforçado nos editoriais, o que se mantém no interior da revista. Os textos, muitas vezes, possuem um enquadramento que privilegia o didatismo, valorizando uma lógica pedagógica (Reginato; Amaral, 2009), assumindo uma postura de *imprensa conselheira* (Condé, 2010). A carta ao leitor, portanto, antecipa esse processo e prescreve soluções e/ou resolve/indica, na conversa com o público, práticas e ações para os problemas e conflitos destes.

A “prescrição amena” e a “oferta de alternativas”, portanto, são indicadoras desse processo editorial. E deixam ver, apesar de um elemento terceiro (que se baseia no humano), a existência de aspectos relacionais vigentes, tanto no jornalismo quanto na temática da qualidade de vida. No editorial de fevereiro de 2004, Rodrigo Vergara explica este viés, indicando como será seu trabalho na coordenação da revista.

*O desafio que ele me propôs – e que abracei com entusiasmo – é produzir reportagens que iluminem seu caminho, leitor, que o inspirem a buscar uma vida mais equilibrada e que lhe deem as ferramentas para operar hoje, já, a mudança (Uma palavra..., Rodrigo Vergara, Ed. 14, p. 04).*

Ao apresentar os temas, portanto, *Vida Simples* aproxima a subjetividade das realidades que a habitam, ambas constituintes desse processo. As múltiplas realidades da vida cotidiana apresentadas pela valorização dos significados da experiência dos sujeitos, tomando estes como mote para a abordagem dos conteúdos, colocam a revista na ação de uma construção tanto de uma realidade conceitual, que diz do seu assunto principal, assim como na formulação de uma forma de ser própria, que diz de sua específica realidade jornalística e “revistativa” (Tavares, 2011).

Mais que situar conceitualmente os tópicos que permeiam os assuntos do referente da produção



jornalística da revista, dando conta, à sua maneira, da multidimensionalidade do conceito de qualidade de vida (Kluthcovsky; Takaynagui, 2007), os editoriais apresentam “mundos possíveis” (Rodrigo Alsina, 2005) sobre o bem-estar. E, menos que apontar para uma constante mudança de tais mundos, no sentido de uma transformação cotidiana do conceito, instauram um reflexividade que permite pensar a própria revista, colocando em cena uma intersubjetividade que envolve os produtores da revista, os leitores e a dimensão subjetiva possível das temáticas, muitas vezes “objetivas”, que perfazem o conceito de bem-estar proposto<sup>14</sup> e sua atualidade relacionada a um tempo social.

#### 4. Uma institucionalização do bem viver

A máxima de que o jornalismo de revista realiza uma “leitura mais completa” do mundo, menos que divergir da cobertura corrente do cotidiano, aponta para outra maneira de se olhar para o presente. Nesse aspecto, dois pontos ganham evidência. Relembrando o papel do sujeito na construção das tramas de significado do mundo da vida, e considerando a explicitação de tal significado no jornalismo de revista, pensar o “aqui e agora” para o qual se volta *Vida Simples*, é pensar como esse está relacionado e relaciona-se à vida social. É considerar como âmbitos macro e micro da sociedade encontram-se afetados e como o jornalismo atua nesse processo, respondendo a certas afetações e sendo, por elas, coafetado. É refletir, de maneira correlacionada, sobre o jornalismo como ator social e político (Borrat, 1989) que atua na “formação do presente” (Gomis, 1991), tecendo-o (Medina, 2008) e reconhecendo-o (Berger, 2003; Marocco, 2004).

Nesse conjunto, alguns eixos despontam. A partir de *Vida Simples*, há uma formalização e “intro-

jeção” no contexto social de uma ideia sobre o bem viver. Seja nas práticas rotineiras do dia-a-dia, seja em nível institucionalizado, a realidade social configurada na leitura e assimilação de acontecimentos cotidianos e da conjuntura que os envolve, vê-se estruturada por uma série de discursos e representações no mundo da vida, que caminham, na revista, para a formulação de uma rede conceitual e tácita sobre a qualidade de vida, sobre o viver em certo espaço-tempo.

Nos editoriais da revista, sua “fala de si” (Benetti, Hagen, 2010), ganham visibilidade padrões e modelos que ao mesmo tempo em que emergem de novos hábitos e comportamentos – como “efeitos” da mudança de uma época e das características desta – são produtos de um tensionamento midiático e jornalístico com a “realidade social”. Há um “choque” entre jornalismo e sociedade que faz irromper definições consonantes e dissonantes entre uma “boa vida” ou uma “vida simples” (como sinônimo de qualidade de vida) e que têm – sob certo aspecto – na conformação de um mercado editorial, de tipos de jornalismo e de uma específica agenda temática, a construção de interessantes tópicos de uma extensa cadeia de sentidos.

*Vida Simples*, como expoente desse processo, converge em si traços da configuração de um cenário social “abastecido” de sentidos pela mídia – produto do tensionamento entre uma ação que tematiza sobre o viver bem e que, simultaneamente, está envolta por uma série de “fazeres” especializados. Em *Vida Simples*, a partir do encontro de um e outro cenários, do jogo que aí se forma, tem-se a “definição, o estabelecimento e reconhecimento público” de uma temática de destaque – como propõe a teoria da Tematização (Sousa, 2002) –, “uma interpretação mais ‘completa’ do mundo” – como sinalizam as teorias do Jornalismo Especializado (Orive; Fagoaga, 1974) –, um significado “formal” e “institucionalizado” para a qualidade de vida e, mais que isso, um processo coincidente que nos permite refletir tanto sobre representações quanto

<sup>14</sup> A questão da reflexividade em *Vida Simples* é também trabalhada por Amaral e Reginato (2010) desde a ótica da tensão entre o individual e o coletivo, entre os sentidos de simplicidade e consumo nos conteúdos da revista.

sobre práticas sociais e jornalísticas que permeiam e constituem “realidades” específicas, cuja presen-

ça em sua cobertura reflete lógicas do jornalismo como dispositivo institucional e discursivo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALL, Fátima. *A arte de editar revistas*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.
- AMARAL, Marcia Franz; REGINATO, Gisele Dotto. A reflexividade no tensionamento do individual e do coletivo no discurso da revista Vida Simples. *Revista Líbero*, São Paulo, v. 26, p. 115-124, 2010.
- BAHIA, Juares. *Jornal, História e Técnica: as técnicas do jornalismo*. Vol. 2. 5. ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.
- BENETTI, Marcia; HAGEN, Sean. Jornalismo e imagem de si: o discurso institucional das revistas semanais. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, Florianópolis, v. 7, p. 123-135, 2010.
- BERGER, Christa. *Campos em confronto: a terra e o texto*. 2. ed. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2003.
- BERGER, Peter & LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade*. Petrópolis: Vozes, 2000.
- BORRAT, Hector. El periodico, actor del sistema politico. *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, nº 12, Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, Departament de Periodismo i Ciències de la Comunicació, p. 67 – 80, 1989.
- CANO, Germán. El imperativo de la felicidad. *El País*, Madrid, 13 de agosto de 2010.
- Disponível em: <[http://www.elpais.com/articulo/opinion/imperativo/felicidad/elpepiopi/20100813elpepiopi\\_12/Tes](http://www.elpais.com/articulo/opinion/imperativo/felicidad/elpepiopi/20100813elpepiopi_12/Tes)>. Acesso em: 20 ago. de 2010.
- CAÑO, Juan. *Revistas: una historia de amor y un decálogo*. Madrid: Editorial Eresma e Celeste Ediciones, 1999.
- CHACÓN, Rosa Maria. La dimensión cualitativa em la definición de indicadores de calidad de vida urbana. *Actas del IV Seminario Latinoamericano de Calidad de Vida Urbana*. Tandil (Argentina), 8 a 11 de setembro de 1998.
- CONDÉ, Geraldo Garcez. *A felicidade mediada: um estudo do imaginário da felicidade na mídia*. 2010. 156 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais. Universidade Estadual do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, 2010.
- ELIAS, Norbert. *Sobre o Tempo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998.
- FONTCUBERTA, Mar de; BORRAT, Hector. *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*. Buenos Aires: La Crujía, 2006.
- GIDDENS, Anthony. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed., 2002.
- GOMIS, Lorenzo. *Teoria del periodismo. Cómo se forma el presente*. México: Paidós, 1991.
- KLUTHCOVSKY, Ana Cláudia Garabeli Cavalli & TAKAYANAGUI, Angela Maria Magosso. Qualidade de Vida – Aspectos Conceituais. *Revista Salus*, Guarapuava-PR. V.1, n.1, p. 13 – 15, jan./jun. 2007.
- LIPOVETSKY, Gilles. *Felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- MAROCCO, Beatriz. *Prostitutas, jogadores, pobres e vagabundos no discurso jornalístico*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2004.
- MEDINA, Cremilda. *Ciência e jornalismo: da herança positivista ao diálogo dos afetos*. São Paulo: Summus, 2008.
- ORIVE, Pedro; FAGOAGA, Concha. *La especialización en el periodismo*. Madrid: Dossat, 1974.
- PHILLIPS, David. *Quality of Life: Concept, Policy and Practice*. London: Routledge, 2006.
- REGINATO, Gisele Dotto; AMARAL, Márcia Franz. Em busca da complexa simplicidade: dispositivos pedagógicos na revista Vida Simples. In: *Anais do XXXII Intercom*. Curitiba: Intercom, 2009. 15f.
- Revista *Vida Simples*. Edições de agosto de 2002 a março de 2011. São Paulo: Editora Abril S.A.
- RODRIGO ALSINA, Miquel. *La construcción de la noticia*. Ed. Rev. Ampl. Paidós: Barcelona, 2005.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. O Acontecimento. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*. Lisboa: Veja, 1993. p. 27 – 33.
- SARMATZ, Leandro. *Entrevista concedida em setembro de 2008*. Porto Alegre, 2008.
- SOUSA, Jorge Pedro. *Teorias da notícia e do jornalismo*. Chapecó: Argos, 2002.
- 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.

