



Website da Revista [InTra]Muros¹ Arte e Cultura além das páginas da revista

Nayara de Cássia Trettel²

Adam Pierre³

Beatriz Peixoto⁴

Carla Mitsy Fernandes Fujii⁵

Carolina Barsalini Di Siervi⁶

Caroline Rivieri⁷

Daniela Ribeiro⁸

Erica Diniz⁹

Nathali Ruiz¹⁰

Nayara Trettel¹¹

Adriana da Costa Rato Lopes de Almeida¹²

Jackson Roberto de Almeida Vidal¹³

Renata Boutin Becate¹⁴

CEUNSP – Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio

RESUMO

O presente artigo apresenta o website da Revista [InTra]Muros, uma plataforma criada e pensada para divulgar a revista e ser usado como um canal de comunicação entre quem escreve e o leitor. Este projeto integra a AECA (Agência Experimental de Comunicação e Arte) no segmento Agen.cias – Agência Experimental de Publicidade e Propaganda. Um mix de Arte, Cultura, Leitura, Cidade e Entretenimento.

PALAVRAS-CHAVE: experimentalismo; comunicação; contemporaneidade; cultura; arte.

1. INTRODUÇÃO – Escolhendo a plataforma

Diz-se que é preciso viajar para ver o mundo. Por vezes, penso que, se estiveres quieto num único sítio e com os olhos bem abertos, verás tudo o que podes controlar.

Paul Auster

¹ Trabalho submetido ao XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 22 a 24 de maio de 2014, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade PT 11 Produção multimídia.

² Aluna líder do grupo e estudante do 5º semestre do curso de Publicidade e Propaganda, e-mail: naytrettel@gmail.com

³ Estudante do 3º semestre do curso de Design Gráfico.

⁴ Estudante do 7º semestre do curso de Jornalismo.

⁵ Estudante do 7º semestre do curso de Publicidade e Propaganda e coautora deste paper.

⁶ Estudante do 7º semestre do curso de Publicidade e Propaganda

⁷ Estudante do 5º semestre do curso de Jornalismo.

⁸ Estudante do 3º semestre do curso de Design Gráfico.

⁹ Estudante do 7º semestre do curso de Publicidade e Propaganda.

¹⁰ Estudante do 7º semestre do curso de Jornalismo.

¹¹ Estudante do 5º semestre do curso de Publicidade e Propaganda.

¹² Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda.

¹³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda.

¹⁴ Orientadora do trabalho. Coordenadora do Curso de Publicidade e Propaganda.



Senhores passageiros mantenham seus olhos abertos que a viagem irá começar.

Uma viagem pela cultura, imersa em museus da cidade de São Paulo, uma conversa com uma artista visual da região, uma ida ao cinema, um convite ao teatro, entre uma estação e outra a leitura de uma HQ, um incentivo a compra ecológica, viva a moda consciente, sustentável e uma parada para aprimorarmos o nosso paladar na Feira Gastronômica e no Mercado de São Paulo.

A Revista [InTra]Muros é um projeto experimental que faz parte das Agências (Agência Experimental de Publicidade e Propaganda) que integra a AECA (Agência Experimental de Comunicação e Arte). Os colaboradores deste projeto são de diversas áreas da comunicação social, de diferentes semestres e oriundos dos cursos de Publicidade e Propaganda, Jornalismo e Design Gráfico.

Com múltiplos olhares e o subsídio de diversas disciplinas colaboradoras do projeto nos enveredamos a encontrar um tema de interesse comum: Cultura e Arte.

Com a produção da revista em andamento era necessário pensar em uma forma de divulgação. Como o nosso público-alvo são jovens universitários pensamos em utilizar mídias online a nosso favor. A viagem agora se daria nas ondas da internet, navegar pelas mídias sociais (página no Facebook) e pelo o website¹⁵ da revista criado na plataforma Wix.

Abra os olhos e boa viagem!

2. OBJETIVO – Aprendendo a programar

Divulgar, popularizar e estabelecer um canal de comunicação com os leitores da Revista [InTra]Muros, publicando a revista na íntegra e contando com matérias e dicas que não são contempladas na versão impressa da mesma, fazendo com que o conteúdo da revista chegue a um maior número de possíveis leitores.

3. JUSTIFICATIVA – Estudando o percurso

Na tela, não se coloca o problema da profundidade, não existe o outro lado, enquanto há um além do espelho. Isso não significa que tudo o que aparece como arte tenha a ver com isso, felizmente existem exceções.

Baudrillard

¹⁵ Endereço eletrônico do site: <http://revistaintramuros.wix.com/revistaintramuros>



O pós-modernismo ou a contemporaneidade caracteriza-se pela utilização da força da imagem na construção de novas identidades e no reforço do consumismo no novo estágio do capitalismo que toma quase todo o mundo urbanizado. Vivemos na era da predominância das imagens. Imagens fragmentadas? Um fato só é verdadeiro quando constituído pela imagem. O real é a imagem e suas reproduções. O real é o mundo que criamos para aprender a viver, é a estrada que tentamos percorrer.

O próprio Baudrillard, filósofo da reprodutibilidade, do questionamento do valor das imagens em constante aparição e repetição nos aponta suas dúvidas sobre a pós-modernidade como conceito teórico. Ele diz que:

A noção de pós-modernidade não passa de uma forma irresponsável de abordagem pseudocientífica dos fenômenos. Trata-se de um sistema de interpretações a partir de uma palavra com crédito limitado, que pode ser aplicada a qualquer coisa. Seria piada chamá-la de conceito teórico.¹⁶

Baudrillard acredita que a verdade foi substituída por simulacros (reproduções, imitações) do real e que a partir daí perdemos o sentido das coisas. Ele retoma o conceito simulacro dos filósofos gregos e leva este conceito para o de uma imagem que inventa a realidade. O pensador francês fala em simulacro como uma hipótese. Fala também em universos paralelos: “Na imagem, existe um universo paralelo, uma dimensão faltante para cuja conservação deveriam ser envidados esforços e, portanto, arrancá-la a todo universo do visual atual, à enxurrada de imagem”.

E foi pensando nesse mundo globalizado, nessa enxurrada de imagens, às vezes sobrepostas e que geram conflito em seu entendimento que resolvemos simplificar e tornar disponível todo o conteúdo da revista e também fornecer pequenas matérias e dicas de caminhos pela Arte e Cultura de nossa região de uma maneira simplificada em um website de fácil navegação.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS – Organizando as páginas

Nada me autoriza a falar da cultura, não possuo nenhuma credencial. Do mesmo modo, as tomadas de posição que me são próprias dão lugar, de antemão, as convicções e análises diferentes. Por conseguinte, torna-se possível abordar abertamente alguns desses problemas difíceis que as personalidades ‘qualificadas’ procuram evitar. Uma discrição elegante conduziria diretamente ao academismo.

Michel de Certeau

¹⁶ Em entrevista concedida à revista *Época*, nº 264



Marshall McLuhan nos chama a atenção para um aspecto bastante peculiar que marca definitivamente as tecnologias de informação e comunicação que emergem da nossa atual sociedade: uma velocidade que até então nenhuma civilização vislumbrou. Ele coloca que:

Em nenhum período da cultura humana os homens compreenderam os mecanismos psíquicos envolvidos na invenção e na tecnologia. Hoje é a velocidade instantânea da informação elétrica que, pela primeira vez, permite o fácil reconhecimento dos padrões e contornos formais da mudança e do desenvolvimento. O mundo inteiro, passado e presente, revela-se agora a nós mesmos do mesmo modo que percebemos uma planta crescendo graças a um filme enormemente acelerado. Velocidade elétrica é sinônimo de luz e de compreensão das causas.¹⁷

Uma das principais implicações dessa velocidade é que diferente do tempo em que as notícias/informações demoravam meses para chegar como o que aconteceu, por exemplo, com a carta de Pero Vaz de Caminha endereçada ao rei de Portugal e tantas outras mensagens, na atual configuração da sociedade em Sociedade da Informação, baseada na ciência e na técnica, vivenciamos outro tempo, do imediatamente (Bacegga, 1998). Lévy (1997) nos diz que “A aceleração é tão forte e tão generalizada que mesmo os mais ‘plugados’ são, em graus variáveis, ultrapassados pela mudança, uma vez que ninguém pode tomar parte ativa nas transformações (...) nem mesmo segui-las de perto”. Assim como assinala Lévy, essa marca do nosso tempo também é encontrada na obra de Kenski (2003) quando afirma ser o termo velocidade “síntese do status espaço temporal do conhecimento na atualidade. “Além disso, a autora nos diz que essa mesma velocidade marca os tempos de “aprender e esquecer”. E alerta que as marcas dessa velocidade também marcam a busca pelo conhecimento, acessar informações, interagir com elas e superá-las com outras inovações, reiniciando assim o ciclo desencadeado pelas tecnologias de informação e comunicação.

A maneira como vemos as coisas é afetada pelo que sabemos ou pelo que acreditamos [...] Só vemos aquilo que olhamos. Olhar é um ato de escolha. Como resultado dessa escolha, aquilo que vemos é trazido para o âmbito do nosso alcance – ainda que não necessariamente ao alcance da mão.¹⁸

Mas, o que sabemos? O que vemos, mas não olhamos? Vivemos hoje em uma das melhores épocas para se viver. Não só pelo conteúdo das mudanças, mas principalmente pela volatilidade e velocidade de sua energia. Sua complexidade desafia as mentes mais argutas e astutas. Ao mesmo tempo em que temos de nos preparar para o futuro tecnológico, econômico, social e geopolítico, temos de rever conceitos arraigados

¹⁷ MCLUHAN, Marshal. Os meios de comunicação como extensão do homem. São Paulo: Cultrix, 1996.

¹⁸ BERGER, John. *Modos de ver*. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.



em nosso modelo mental e, também, fazer uma séria avaliação de nossos valores, no sentido antropológico. Ou seja, temos de olhar para a frente, no futuro informático, mas descer na origem de nossas próprias convicções.

Baudrillard lança seu pensamento, suas críticas, suas reflexões em pequenos textos, comunicações. Frase curtas, fragmentadas e aforismos. Assim, como é o mundo que criamos para viver. Assim, escreve Baudrillard:

Procuo refletir por caminhos oblíquos. Lanço mãos de fragmentos, não de textos unificados por uma lógica rigorosa. Nesse raciocínio, o paradoxo é mais importante que o discurso linear. Para simplificar, examino a vida que acontece no momento, como um fotógrafo. Aliás, sou um fotógrafo.¹⁹

Um mundo plano: muitos séculos depois da tese “mundo redondo” de Cristóvão Colombo, ou seja, de quem for, Thomas Friedman, em seu livro “O mundo é plano – uma breve história do século XXI”, mostra-nos que o impacto da revolução tecnológica derruba as teses de um mundo redondo e propõe esta assertiva: “o mundo é plano” e fragmentado.

O mundo contemporâneo vive um estado de transição, caracterizado por crises, rupturas e desordens. Um mundo em constante mutação, que exalta a mudança, promove a perda de sentidos e certezas pela falta de referências.

Para Baudrillard o que predomina em nossa sociedade ocidental hoje é a linguagem da propaganda, da sedução, do poder do convencimento da TV: o poder das imagens em movimento, a identidade se desfaz, se desintegra com o excesso de imagens na sociedade. Um Universo que exige cada vez mais informação e cada vez menos sentido. Com a implosão dos sujeitos a sociedade chegará ao esgotamento?

Assim como nos orienta Debord: o sistema social em que vivemos tem a capacidade de integrar em si mesmo a sua própria negação, através dos produtos do espetáculo. Tudo é absorvido pelo sistema. Tudo é incorporado pelos objetos industriais e mostrado de forma fascinante pelo mundo do espetáculo.

A produção de bens de consumo é agora um fenômeno cultural: compra-se o produto tanto por sua imagem quanto por sua identidade imediata. Passou a existir uma indústria voltada especificamente para criar imagens para bens de consumo e estratégias para a sua venda: a propaganda tornou-se uma mediadora essencial entre a cultura e a economia, e certamente pode ser incluída entre as inúmeras formas de produção estética (por mais que sua existência complique nossos conceitos de produção cultural.²⁰

¹⁹ Baudrillard em entrevista concedida à revista *Época*, nº 264. “*A verdade oblíqua*”, em 09 de junho de 2003.

²⁰ JAMESON, Fredric. Globalização e estratégia política. In: SADER, E. *Contracorrente: o melhor da New Left Review em 2000*. Rio de Janeiro: Record, 2001.



Analisando o nosso público-alvo, em uma pesquisa de mercado, percebemos o imediatismo e a velocidade com a dispersão, a perda de foco e ao disponibilizarmos uma versão online da revista percebemos que a mesma atraiu mais leitores, devido ao dinamismo dado pela internet.

Para Fábio Cipriani autor do livro *Estratégia em Mídias Sociais* “engajamento é uma ligação que uma empresa cria com os seus consumidores, para direcionar ações de interação, participação e compra ao longo do tempo”. Além desse engajamento proposto por Cipriani, buscamos quando idealizamos o website da Revista [InTra]Muros aparecer nas pesquisas feitas na internet, como sugere Tobaccowala:

Quando os consumidores ficam sabendo de um produto hoje, sua primeira reação é ‘vou pesquisar na internet’. E assim, eles embarcam em uma jornada de descobertas: sobre um produto, um serviço, um problema, uma oportunidade. Hoje você não está atrás de seus concorrentes. Você não está atrás da tecnologia. Você está atrás do seu consumidor²¹.

Essa ideia de ir atrás do consumidor, tornar visível no mundo plano de hoje só é possível com a contribuição da internet. Porém, como afirma Carolina Terra:

Ao mesmo tempo em que as redes sociais causam competição, em termos de atenção, aos editores da mídia tradicional, também geram oportunidades significativas. É possível melhorar o engajamento com as audiências permitindo que os consumidores criem ou escolham conteúdo²²

Apesar da rápida sucessão de informação devido à velocidade que o conhecimento hoje é compartilhado utilizar um website para divulgar a revista foi a melhor escolha devido a abrangência que esse meio possui e a audiência conseguida em questão de segundos quando uma matéria ou um novo post é publicado, além disso permitimos que os leitores contribuam com comentários e também sugiram novos temas, matérias para a revista ou para o portal (website). Essa aproximação direta com o leitor possibilita aos editores uma avaliação sobre o que foi publicado, uma forma de verificação no que agrada ou no que desagradou os leitores, permitindo corrigir pequenos desvios e voltar o foco, direcionando melhor as edições futuras.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO – Criando os botões

Abrimos com essa edição a caixa de Pandora. Abrimos uma porta para a arte. Uma das mais importantes riquezas da humanidade é a arte, em todas as suas formas e manifestações. Os principais guardiões desse acervo, cujo conteúdo permite uma leitura

²¹ TOBACOWALA, Rishad. *ZMTO*. EUA: Google, 2012.

²² TERRA, Carolina. *Comunicação Organizacional em tempos de mídias sociais*. In: DOURADO, Danila. *Mídias Sociais: Perspectivas, tendências e reflexões*. Salvador: Paper Cliq, 2010.



privilegiada da história, sob o prisma da sensibilidade e genialidade dos artistas, são os museus, que desempenham, assim, importante papel na difusão da cultura. Porém, para cumprir adequadamente sua missão, eles não devem ser estáticos e herméticos, precisam ter vida, interagindo de maneira intensa, não apenas com as pessoas que os visitam, mas também com a sociedade e o mundo além de suas portas.

E por acreditar que a arte, a manifestação cultural está além dos museus propomos também o sair às ruas, visitar os bairros, sacudir nos ônibus, ver o mundo passar rapidamente nos metrô, conhecer pessoas e ver a arte na cidade. Essa ideia se traduz no design do website, criado na plataforma Wix, traduzindo um certo movimento característico das cidades. A harmonia entre as cores e as formas traduzem o dinamismo, a criatividade e a paixão que queremos passar através desse website sem perder a identidade visual da revista.

O que torna esse projeto experimental? Podemos dizer que este projeto de website é experimental porque a ideia não é só disponibilizarmos o conteúdo digital, online da revista, mas estabelecermos uma conexão com os leitores, onde possa haver trocas e até a publicação de textos dos mesmos. Um site construído não só pelos colaboradores da revista mas também pelo leitores que se interessam pelo tema.

A Revista [InTra]Muros foi pensada para servir de roteiro a jovens universitários, possibilitando o acesso de diversas classes sociais, popularizando a cultura e trazendo a arte para o dia a dia dessas pessoas que olham imagens todos os dias. A ideia surgiu ao percebermos que a maior parte dos graduandos possuíam pouco repertório quando se dizia respeito a conhecimentos ligados a arte e cultura, inclusive por diversas vezes valorizando mais a produção cultural de outros países.

O website construído na plataforma Wix visa otimizar o contato do público-alvo com o conteúdo da revista. Mas, por que essa plataforma foi escolhida? A plataforma Wix tem uma presença online forte e de edição fácil, para nós que pouco compreendemos de programação, mas tínhamos muita vontade de levar aos leitores conteúdos frequentes para que não tenham que esperar pela próxima edição. Sem a necessidade de programação, com diversos layouts disponíveis e editáveis, não limitando a nossa criatividade essa plataforma se tornou a ideal para a divulgação do nosso produto.

Alguns encaixos, pedras no meio do caminho aconteceram, por um erro nosso perdemos os a maioria dos posts publicados até então e em abril nos vimos recuperando algumas matérias para republicar no site. Dificuldade vencida em grupo, vamos



estabilizando os trabalhos, publicando textos antigos, disponibilizando novamente a revista em formato digital, publicando novas matérias e já adiantando o conteúdo da 2ª edição, que tem como previsão de lançamento meados do mês de maio.

Assim, o website da Revista [InTra]Muros procura produzir textos autorais de acordo com cada editoria, com uma linguagem mais próxima de nosso público-alvo. Textos estes, escritos após uma longa pesquisa de campo, onde vivenciarmos cada espaço, cada sensação, aguçando nossos sentidos, entre matizes e tessituras diversas que nos inebriavam e seduziam, fazendo com que nos apaixonássemos a cada novo passo dado, a cada nova linha escrita.

Para acompanhar os textos a produção das imagens deveria seguir a mesma paixão, era preciso se despir de técnicas já estabelecidas e deixar a sensibilidade guiar o click, quando não foi possível fotografar, alguns lugares possuem restrição de uso de imagem, incutimos na busca de imagens de divulgação e assim fomos construindo a identidade da revista entre imagens e texto.

Para produção do website tivemos como aporte teórico as disciplinas de Criação e Arte publicitária que nos enveredou pelo caminho de combinações de tipos, cores e formas; Publicidade Online a luz no fim do túnel que nos embasa teoricamente para defendermos a necessidade de produção de um website para a revista e Teorias da Comunicação com ênfase nas mídias online que nos direcionou pela trilha deste meio.

O projeto gráfico do site perpassa e se molda às editorias no que diz respeito as suas cores e se comunica com a matéria principal de cada uma. Cada elemento foi pensado e estudado para que se conectasse, atraísse a atenção e conversasse com o leitor, para que o mesmo se sentisse parte da publicação. Assim, a identidade visual do site se combina com a da revista como para atender o seu fio condutor: dinamismo e criatividade, com formato e texto que se complementam e casam com o objetivo sócio cultural que a revista se propõe.

E que venha a segunda edição, prevista para meados do mês de maio, com a temática dos 50 anos após o Golpe Militar com novos caminhos, roteiros, descobertas e deliciosas surpresas. Aguarde!

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS – Revendo o Background

A arte que nos cativa, a cultura que nos hipnotiza, hoje já não vemos mais o mundo em preto e branco. Após o início dessa viagem, tudo o que vemos e porque não, tudo o que sentimos se mistura em um caleidoscópio de cores e formas que a cada



mostra vista, música ouvida, livro lido, muda de forma e torna o mundo mais belo, mais atraente de se viver.

O website da Revista [InTra]Muros surge um pouco depois dela começada, pela necessidade de divulgarmos um produto criado e estabelecermos uma relação com os futuros leitores.

Essa viagem, um incrível experimento de unir graduandos de diversos cursos, de diferentes olhares com o aporte de múltiplas disciplinas, resultou em muito aprendizado e em uma revista que foi compartilhada no meio acadêmico e fora dele, buscando novos olhares e convidando a todos a ingressarem nessa viagem.

Abra os olhos. Escute com atenção. Sinta o aroma, experimente o gosto doce do conhecimento. Sinta com a alma a arte, a cultura passando por sua epiderme e não perca a conexão.

Embarque novamente, quantas vezes quiser, nessa viagem que não pretende terminar em si.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AUMONT, Jacques. *A Imagem*. Campinas, SP: Papyrus, 2008.
- BARBOSA, Pedro. *Metamorfoses do real: arte, imaginário e conhecimento estético*. Porto: Edições Afrontamento, 1995.
- BAUDRILLARD, Jean. *De um fragmento ao outro*. São Paulo: Zouk, 2003.
- BENJAMIN, Walter. *Obras Escolhidas I: Magia e Técnica, Arte e Política*. São Paulo: Brasiliense, 1996.
- BERGER, John. *Modos de ver*. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.
- BERGSON, Henri. *Matéria e Memória*. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- CERTEAU, Michel de. *A Cultura no Plural*. Campinas, SP: Papyrus, 2001.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DUBOIS, Philippe. *O Ato Fotográfico*. Campinas, SP: Papyrus, 2009.
- HEARTNEY, Eleanor. *Pós-modernismo*. São Paulo: Cosac&Naify, 2002.
- JAMESON, Fredric. *Globalização e estratégica política*. In: SADER, E. *Contracorrente: o melhor da New Left Review em 2000*. Rio de Janeiro: Record, 2001.
- JOLY, Martine. *Introdução à Análise de Imagem*. Campinas, SP: Papyrus, 2005.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. *O Visível e o Invisível*. São Paulo: Perspectiva, 2007.



MCLUHAN, Marshal. *Os meios de comunicação como extensão do homem*. São Paulo: Cultrix, 1996. TODOROV, Tzvetan. *Teorias do Símbolo*. Campinas, SP: Papirus, 1996. TOBACOWALA, Rishad. *ZMTO*. EUA: Google, 2012. TERRA, Carolina. *Comunicação Organizacional em tempos de mídias sociais*. In: DOURADO, Danila. *Mídias Sociais: Perspectivas, tendências e reflexões*. Salvador: Paper Cliq, 2010.