

*COMUNIK: DO PRAZER DA ESCRITA A FRUIÇÃO DO LEITOR*¹

Thales Puglia Barbosa²

Roberta Steganha³

Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio, Salto, SP

RESUMO

O objetivo deste trabalho é mostrar a elaboração do projeto, que nasceu na Agência Experimental de Comunicação e Arte (AECA) do CEUNSP, e se tornou a revista *ComuniK*, que tem na sua concepção a premissa básica de unir o prazer de escrever do autor com o deleite do leitor, causando assim um momento de fruição entre o leitor e o texto.

PALAVRAS-CHAVE: revista; jornalismo; prazer,

1. INTRODUÇÃO

A *Comunik* foi desenvolvida por estudantes do curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, da Faculdade de Comunicação, Artes e Design (FCAD), do Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio (Ceunsp). O projeto faz parte da Agência Experimental de Comunicação e Artes (AECA), que busca a interdisciplinaridade e a articulação entre teoria e prática. A cada semestre os discentes vinculam-se a um grupo de trabalho de uma empresa da AECA e realizam um projeto interdisciplinar. Esses trabalhos demandam a integração dos diversos conhecimentos, teóricos e práticos, provenientes do conjunto de disciplinas do curso, além de mantê-los em sintonia e atualizados às demandas do mercado de trabalho. Além disso, estimulam à relação com outras áreas do conhecimento, já que os trabalhos interdisciplinares podem ser vinculados a projetos de outros cursos.

A *Comunik* começou dentro da AECA com os estudantes 5º semestre de jornalismo do ano de 2010. Nesse tempo a revista começou a ganhar corpo até que, em 2011, ouve

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Jornalismo, modalidade Revista Laboratório (conjunto/série).

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso Jornalismo do CEUNSP, email: zapavascaino@hotmail.com.

³ Coordenadora-orientadora de Jornalismo - CEUNSP, email: ro.jornal@gmail.com

uma troca de direção. Alunos que começaram o curso de Comunicação Social com habilitação em jornalismo alcançaram, então, a chance de dirigir este produto na AECA, neste tempo que se prolongou pelo ano inteiro, sendo feitas duas revistas, cumprindo o projeto original, no qual seria lançada uma edição por semestre.

2. OBJETIVO

O objetivo do trabalho não era apenas fazer uma revista, mas sim despertar nos estudantes a vontade de escrever com emoção, deixando a razão de lado e de modo que ele fosse guiado pelo prazer que a escrita pode despertar no escritor e também no momento de fruição que um texto feito com prazer pode proporcionar ao leitor, de acordo com o que descrevem as palavras de Barthes. “Se leio com prazer esta frase, esta história ou está palavra, é porque todas foram escritas com prazer. Mas o contrário? O escrever no prazer garantir-me-á mim escritor o prazer do meu leitor?” (BARTHES, 1970, p.37)

Para chegar esse objetivo de trabalhar com prazer tentando fornecer um produto diferenciado ao leitor foram feitos debates junto ao professor orientador deste projeto, com o coordenador do curso e também com os demais estudantes, no qual foram moldadas pautas e textos para se tornarem um produto jornalístico com a cara de um produto novo e jovem e que mostrasse esse prazer que é nosso objetivo.

3. JUSTIFICATIVA

Seria hipocrisia apenas que os estudantes trabalhassem pensando apenas no que foi descrito por Barthes, ignorando assim a vontade deles de fazer algo que os fizessem sentir apenas o prazer, como se é comum dos jovens. Mas pode-se enumerar diversos motivos para o resultado alcançado na ComuniK. O primeiro e mais necessário é a necessidade de que toda nova geração tem de fazer algo completamente diferente do que há no mercado, podemos chamar isso de Contracultura. “A contracultura [...] é a tradição de romper com a tradição, ou de atravessar as tradições do presente de modo a abrir uma janela para aquela dimensão mais profunda da possibilidade humana. (JOY, 2004: 13).

Para alcançar o diferente e o *status* de contracultura, os estudantes beberam na fonte do movimento Beat dos anos de 1950, formada por uma geração que viveu a Grande Depressão do mundo pós-segunda guerra mundial, vivendo na pele a divisão do mundo entre Capitalistas (Estados Unidos) e comunistas (União Soviética). Eles se davam conta de

que a sociedade e sonhos estavam em migalhas, mas não demonstravam interesse ou preocupação pelo assunto. Eram exagerados e individualistas, tanto que não há um padrão estético na escrita *Beat*. Apesar das duas gerações parecerem tão distantes, já que nenhum dos criadores da ComuniK vivenciou nenhuma situação de pós-guerra, há semelhanças no modo que agiam os *Beats com* eles: a busca por agradar a si mesmos, a falta de intenção de mudar o mundo, não havia nenhum motivo de se fazer uma revista a não o simples fato de querer fazê-la.

A revista, então, começa com forte influência *Beat* não apenas em seus modos, mas também em seu espírito, por uma revolta de espírito dos jornalistas, que não conseguem pensar normalmente como um, assim procurando por meio de seu trabalho odiar qualquer coisa que se aproxime do padrão natural do jornalismo. A revista visa evitar a mesmice e mostra que é preciso o jornalista sair de si próprio.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

As reportagens e crônicas foram feitas pelos alunos Thales Puglia, Melissa Serezino, Natália Esteves, Jéssica Bonatti e Nathalya Mendonça. Já a responsabilidade da diagramação foi deixada a cargo da estudante Melissa Serezino. Já as fotos, algumas foram feitas pelos estudantes e outras foram utilizadas no Google Images. A diagramação foi feita no software Indesign e as fotos tratadas no Photoshop.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A 5ª edição da revista, que é apresentada neste artigo, inaugurou um padrão que deve ser seguido nas próximas edições: duas crônicas, uma que abriria o produto e outra que ficaria entre as reportagens para quebrar um pouco a leitura; três reportagens sobre atualidades, com abordagens diferentes e pontos de vistas diferentes, sendo que sempre a principal dessas três torna-se a capa da revista; duas reportagens de tecnologias; depois divide-se em temas como música; nostalgia; homenagem; comportamento e sexo. A revista é fechada então com dicas para filmes, livros e em sua última página tem a galeria de fotos, intitulada de “Vamos...?”.

Nesta edição, duas crônicas fizeram parte do conteúdo e seus temas eram o aniversário da morte de John Lennon e o Rock in Rio. A primeira chama-se “O epitáfio de John”, foi feita com frases em sua maioria tiradas de músicas de sua carreira solo, ou com seu antigo e maior parceiro musical, Paul McCartney. A segunda crônica se chama “Rock in Rio”, foi mais crítica, enquanto a primeira quis mostrar os passos de John Lennon até sua morte por suas músicas, esta questionou se o que foi esperado por 10 anos pelo público brasileiro foi o acontecido.

A primeira das reportagens de atualidade indicadas fala sobre o cânhamo. Fibra natural da planta *cannabis sativa*, que tem serventia industrial para a produção de linhas, roupas, cordas e até tênis. Mesmo que a reportagem mostre que a fibra é da mesma família da maconha, sendo colocada até como “prima” da droga, foi-se então esclarecido qual é a diferença entre a maconha e o cânhamo.

A segunda reportagem é a da capa, sobre o ex-presidente da república Luís Inácio Lula da Silva. Ela conta a saga do pernambucano que passou grande parte de sua vida no campo industrial da cidade de São Bernardo do Campo, onde foi metalúrgico e líder sindical. Nas atualidades, há ainda uma reportagem que poderia se encaixar em duas outras editoriais, a de música ou nostalgia, mas “LP- Nostalgia?”, mostrou outro lado, não só da indústria fonográfica, mas a do crescimento de vendas dos Longs Plays na era digital.

Há também a editoria, Tecnologia - 24 horas online, que mostra a necessidade, quase que imediata, das novas gerações de ficar em contato constante com a tecnologia. Nesta edição há uma reportagem sobre Netiqueta, formas de comportamento na internet. Para o público uma coisa que não podia faltar na revista era música. A reportagem “Mais do mesmo”, não apenas tem o nome da música da banda Legião Urbana, mas fala de seu líder e vocalista, Renato Russo, todo o *review* em torno dos 15 anos de sua morte nas telonas dos cinemas.

Já a seção Nostalgia mostra um pouco do que acontecia no passado, passou a existir nesta última edição, a quinta, e o tema escolhido para sua estreia foi os anos de 1980, na reportagem “Hey Anos 80”. Aproveitando o *review* colorido daquela década para lembrar como foi dolorido o final dos anos de 1970, até o começo de novas ondas, que passaram pelo começo dos games, as Diretas Já, redemocratização do Brasil, Michael Jackson e a queda do muro de Berlim. Todos alvos dessa reportagem.

A Comunik também resolveu arriscar-se um pouco falando de algo que muitos fazem e poucos falam abertamente: o sexo. Desde a sua 4ª edição a aspirante a jornalista,

Nah Mendonça escrevia assuntos picantes para o leitor. A pauta realizada por ela foi um assunto sempre debatido em séries de televisão e novelas *teen*, “Comportamento: ensina-me a fantasiar”, que fala sobre a fantasia sexual que os estudantes podem ter pelo professor ou professora, da escola ou faculdade, indo além do fetiche e mostrando as consequências que esse tipo de relação pode causar.

A revista é fechada com as editoriais “Stop! Um filme, um livro...”, que dá dicas de livros e filmes, a outra é a galeria de fotografias “Vamos Protestar?”. As duas começaram no começo de 2011, na quarta edição da *Comunik*, nessa última, a dica de livro foi o “Ensaio sobre a cegueira” do escritor português José Saramago. E o filme foi “*Dorian Gray*”, baseado do livro homônimo de Oscar Wilde.

E por fim, a galeria “Vamos....?”, que mostra fotos de como a população se manifesta diante dos acontecimentos, como na foto em que um homem, com cabelo e barba pretos, tem um cartaz no qual protesta contra o atual governador do estado, Geraldo Alckmin, “Alckmin, isso é uma aula de democracia”.

6. CONSIDERAÇÕES

A *Comunik* não trás a mudança estrutural no jornalismo em si, também não é apenas mais uma atividade curricular exigida pela Agência Experimental de Comunicação e Artes (AECA) da Faculdade de Comunicação, Artes e Design. O resultado alcançado com o produto foi mostrar que o profissional não pode perder nunca o prazer em sua atuação profissional. Ele deve sempre ver o algo mais em seu trabalho, texto, escolher cada palavra usada nele. Também serviu para mostrar aos estudantes do Ceunsp o desafio de levar o leitor a uma dimensão em que só reste a ele o texto, tornando assim a experiência de ler o texto única.

A *Comunik* não é a mudança do atual jornalismo, mas sim uma placa de aviso para um possível caminho no futuro, aquele que deixa um pouco de lado o imediatismo da notícia e se preocupa com uma melhor formulação dos textos e que os momentos de fruição sejam cada vez mais constantes ao virar as páginas de revistas e jornais impressos.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

JOY e GOFFMAN, Dan e Ken. **Contracultura através dos Tempos**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

BARTHES, Roland. **O prazer do texto**. Lisboa: Edições 70, 1970.

NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário**. 7. ed. São Paulo : Contexto, 2008.

KRIN, S. **Geração Beat**. Editora Brasiliense, 1968

ROSSI, Clóvis. **O que é jornalismo?** Editora Brasiliense, 1986