

Entre o Óbvio e o Obtuso: Uma Nova Sinceridade ¹

João Victor da SILVA²

Dinamara Garcia RODRIGUES³

UNIRP – Centro Universitário de Rio Preto, São José do Rio Preto, SP

RESUMO

Mais que uma revista acadêmica ou de informação, a *Óbvio* propõe repensar os termos que a compõem: informação, comunicação, cultura e artes, sem pretender jamais a última palavra ou o esgotamento do assunto. O que nos move é o desejo sincero de abrir a discussão de maneira consistente e divertida, sem ranço, sem irresponsabilidade. Tratando-se de uma revista eletrônica, a elaboração das matérias ainda permite aos alunos o aprendizado em meio tecnológico com todas as implicações do hipertexto e da cibercultura, condições cada vez mais determinantes do trabalho do jornalista e do publicitário. Além do meio eletrônico, o aluno, por meio da *Óbvio*, aprenderá a modalidade cultural, que o torna mais apto a compreender o mundo e suas complexas estruturas, bem como a igualmente complexa atuação do público na era da internet e da telefonia celular.

PALAVRAS-CHAVE: revista eletrônica; jornalismo cultural; comunicação; arte, óbvio.

1. INTRODUÇÃO

O jornalismo cultural é uma vertente cada vez mais importante da mídia jornalística. Por exigir profissionais com grande repertório cultural, uma revista destinada a divulgar, analisar e discutir eventos e produções de diversas artes e processos culturais pode ser um excelente instrumento de aprendizado e desenvolvimento do futuro jornalista ou publicitário. Ao futuro profissional das artes plásticas e arte-educação (alunos do curso que no próximo semestre se tornará parceiro: Educação Artística) a possibilidade de produzir e trabalhar conjuntamente com profissionais das mídias jornalística e publicitária é uma oportunidade de conhecer mais de perto as relações entre a produção cultural propriamente dita e a divulgação dela. Tratando-se de uma revista eletrônica, a elaboração das matérias ainda permitirá aos alunos o aprendizado em meio tecnológico com todas as implicações do hipertexto e da cibercultura, condições cada vez mais determinantes do trabalho do jornalista, do publicitário, do artista e também do educador.

¹Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria V – Produção Editorial e Produção Transdisciplinar em Comunicação, modalidade revista customizada (avulso).

² Estudante do 7º período de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pela UNIRP, email: j.maiolini@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Profª. Drª. do curso de Comunicação Social da UNIRP, email: dinamaragarcia@gmail.com.

2. OBJETIVOS

Propiciar ao estudante de comunicação a prática da profissão em meio tecnológico, na produção de toda uma revista eletrônica e cultural. Aos alunos que, muitas vezes já aprenderam, no caso do jornalismo, a apuração *in loco* e a redação da notícia, além da diagramação e da edição de texto e imagem, e, no caso do estudante de publicidade e propaganda a criação de peças publicitárias voltadas à mídia impressa, a Revista Cultural Eletrônica vai possibilitar que aprendam técnicas de linguagem visual e linguagem escrita adequadas ao meio computadorizado, em que até a relação com o público é diferente da que se estabelece na mídia impressa. Artistas ou educadores, os discentes de Educação Artística terão a rara oportunidade de ajudarem “por dentro” a divulgação e a reflexão a respeito dos fazeres artísticos e culturais, o que, certamente, lhes proporcionará a vivência crítica tão necessária aos criadores e professores de artes. Além do meio eletrônico, o aluno estará aprendendo a modalidade cultural, que o torna mais apto a compreender o mundo e suas complexas estruturas, bem como a igualmente complexa atuação do público na era da internet e da telefonia celular, era em que a relação com o texto e com a leitura é marcada simultaneamente por preocupações e euforia, muitas delas relacionadas à proliferação do universo virtual (por meio das redes sociais, por exemplo), às questões de autoria (visto que o público é cada vez mais ativo e criador, em vez de consumidor passivo de ideias, produtos e serviços culturais) e ao dispêndio de tempo (horas passadas diante do computador).

3. JUSTIFICATIVAS

A produção desta revista, além da revista em si, permitirá a todos os envolvidos uma reflexão sobre questões muito contemporâneas, cujas gravidades e promessas dizem respeito não somente à Comunicação, à Cultura e às Artes, mas, a todos os setores de conhecimento e a toda a humanidade, o que, por si só, já justificaria a criação, o desenvolvimento e a manutenção da publicação. Aliando teoria e prática, o Curso de Comunicação Social idealizou este projeto para oferecer ao aluno mais uma frente de exercícios em que poderá juntar os conceitos apreendidos nas diversas disciplinas às práticas que a profissão exige. Neste caso, tendo como foco as artes e a cultura em geral, em âmbito local, regional, nacional e internacional, o trabalho na revista eletrônica promoverá o trânsito entre questões éticas, estéticas, semióticas e antropológicas que nos

definem como seres produtores e consumidores de cultura, seres entre os quais os profissionais de Comunicação e Artes têm por obrigação de figurar como agentes capazes de promover o espírito humano e a dignidade que ele manifesta por meio da cultura. Portanto, a revista permitirá aos discentes um aprendizado teórico e prático intensivo do que venha a ser o “*homo culturalis*”, hoje, conforme Pierre Lévy (2000) sofrendo um severo processo de metamorfose em todos os campos, tornando-se o “*homo virtualis*”. Assim sendo, o que se configura como um simples projeto acadêmico pode servir de treinamento para a grande aventura de ser um cidadão, um comunicador, um artista e um educador no século que se inicia mais rico e complexo do que jamais pudemos supor. Neste sentido, a colaboração do Curso de Comunicação com tal prática acadêmica, preconizada, inclusive, pelas exigências do Ministério da Educação, enseja o referido projeto.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Os alunos e professores se reúnem semanalmente para discutir a revista. Nessas discussões guiadas pelos teóricos da bibliografia e por conteúdos de sala de aula das diversas disciplinas dos cursos de jornalismo e publicidade, nascem as pautas, as linhas editoriais e são decididas possibilidades de artigos. As tarefas são divididas entre alunos dos dois cursos, de acordo com suas especificidades e de acordo com as funções de cada membro. A coordenadora e os revisores escolhem os artigos e os revisam, enviando-os ao coordenador da área de design que, junto com os alunos de publicidade, decide aspectos visuais e de diagramação da revista on-line.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Fácil de descobrir, de ver, de entender, evidente e incontestável, o óbvio é aquilo que pode ser apreendido, captado ou pressentido por intuição, mas, apesar disso, por vezes, é difícil enxergar. Por isso confunde-nos, muitas vezes, e chegamos a pensar que algo óbvio seja obtuso, tolo. Na fronteira entre obviedade, clareza e tolice muitos tons e muitas cores podem ser percebidos, muitos acordes semivelados podem ser ouvidos, e o silêncio e a escuridão podem falar e esclarecer.

Nós, da *Óbvio – revista eletrônica de comunicação, cultura e artes*, procuramos essa fenda entre o grito da mídia que nada informa e o desespero do receptor que desiste de

buscar, de acreditar em uma imprensa atrofiada pelo excesso, desprovida de lógica, balofa de sensacionalismo, morrendo à míngua pela falta de delicadeza.

Informação, comunicação, cultura e artes são elementos-chave no processo de construção e escolha dos artigos aqui apresentados, saindo fresquinhos dos *bits and bytes* de iniciantes jornalistas e publicitários. Ainda não tocados pelos vícios da profissão, esses criadores de palavras e imagens que se unem na tela do computador juntam-se nestas páginas coloridas e luminosas para deixarem ao internauta um traço de pensamento, uma proposta de reflexão sem pretensões grandiosas, sem pedidos de desculpas.

Cada autor da *Óbvio* pretende o empenho na proposta barthesiana de indizer o dizível, ou seja, de dizer de formas sempre renovadas aquilo que parece cristalizado pelas repetições cotidianas. Os olhares dos articulistas buscam a metrópole urbana, as tribos, os sentimentos, as formas culturais tradicionais e alternativas, a alegria do futebol, a cura pelas agulhinhas chinesas, a voz morna da MPB, não importa qual seja o assunto, ele adquire nobreza e identidade na escrita dos selecionados pela equipe.

Mais que uma revista acadêmica ou de informação, a *Óbvio* propõe repensar os termos que a compõem: informação, comunicação, cultura e artes, sem pretender jamais a última palavra ou o esgotamento do assunto. O que nos move é o desejo sincero de abrir a discussão de maneira consistente e divertida, sem ranço, sem irresponsabilidade.

Queremos aderir a uma nova sinceridade em artes e discussão, queremos chamar aqueles que também se sentem cansados sem um filtro cultural, que mal podem se mover entre a superficialidade de grande parte da mídia cultural, por um lado, e, por outro, esmagados pelo peso de certo esnobismo narcisista comum em publicações tendentes a rótulos como “cool”, “cult”, “erudito”, ou, em linguajar juvenil: “descolado”.

Nascida nos corredores, salas de aula e sala de professores desta Unirp, uma instituição dinâmica, encravada a noroeste do Estado de São Paulo, em São José do Rio Preto, a revista deseja olhar o mundo e aprender com ele.

6. CONSIDERAÇÕES

Envolvendo alunos do 3º ao 8º período de jornalismo e publicidade, com três edições publicadas (a zero, a 1 e a 2), logo será publicada a quarta edição (a nº 3) que está em fase de diagramação. Temos recebido elogios pela qualidade dos artigos e dos cuidados visuais. Na edição zero, foram publicados artigos culturais diversos para treinar o aluno

nesta modalidade de jornalismo, sem um tema específico. A segunda edição deu destaque às esculturas submersas do artista mexicano Jason DeCaires, antecipando-se em mais de dois meses a uma matéria com o artista, exibida pelo Globo Repórter. O FIT – Festival Internacional de Teatro de São José do Rio Preto foi o tema da terceira edição, inscrita no EXPOCOM 2012.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALZAMORA, Geane Carvalho. Jornalismo cultural on line: uma abordagem semiótica. Disponível em <http://www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/.../almazora2001.rtf>. Acessado em 23 de junho de 2010.

BARRETO, Roberto Menna. **Criatividade em propaganda**. São Paulo: Summus, 1982.

COLLARD, Antonio Celso. **Projeto gráfico**. São Paulo: Summus Editorial, 1992.

DANTAS, Audálio (org.). **Repórteres**. São Paulo: Editora Senac, 1998.

FERNANDES, Manoel. Do Broadcast ao Socialcast: como as redes sociais estão transformando o mundo dos negócios. São Paulo: 2009, W3 Editora. Disponível em http://www.4shared.com/file/140483420/cbbfd6ce/Do_Broadcast_ao_Socialcast.html. Acessado em 17 de fevereiro de 2010.

FERRARI, Polyanna. **Jornalismo digital**. São Paulo, Contexto, 2003.

JUNQUEIRA, Lucas Santos. Proposta de revista cultural on-line. Disponível em: <http://www.digestivocultural.com/editoriais/arquivos/tcc.pdf>. Acessado em 23 de junho de 2010.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual**. Trad. Paulo Neves. Rio de Janeiro: Editora 34, 2000.

MACHADO, Arlindo. Hipermídia: o labirinto como metáfora. In: DOMINGUES, Diana (Org.). *A arte no século XXI: a humanização das tecnologias*. São Paulo: Fundação Editora da Unesp, 1997.

MANUAL de Redação da Folha de S.Paulo. São Paulo: Publifolha, 2001.

MARTINS, Eduardo. **Manual de redação e estilo**. São Paulo: Editora Moderna, 1997.

MÓL, Mariana; TEIXEIRA, Nísio. Jornalismo Cultural On line: uma análise comparada Brasil-Canadá. Disponível em <http://www.bocc.uff.br/pag/teixeira-mol-jornalismo-cultural-online.pdf>. Acessado em 23 de junho de 2010.

PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural**. São Paulo: Contexto, 2003.

RODRIGUES, Dinamara Garcia. Óbvio – revista eletrônica de comunicação, cultura e artes. Disponível em <http://www.unirpnet.com.br/Evttmp/revistaobvio/obvio2.html>. Acessado em 27 de abril de 2012.

SANTAELLA, Lucia. **Cultura e artes do pós-humano:** da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

_____. **Navegar no ciberespaço:** o perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004.