



Quiosque

Observatório das Mídias - ISSN 1518-9163 - Nº 2, junho 2001 - R\$ 2,00



JORNAIS APOSTAM EM
NOVO PROJETO GRÁFICO

JORNALISMO CULTURAL, ARTE E NOVAS TECNOLOGIAS



Prazer em dizer; prazer em fazer

A construção de palavras para explicar os objetos é um exercício antigo. Do *Crátilo*, o belo diálogo registrado por Platão sobre o nascimento dos conceitos, a Michel Foucault, em seu livro *As palavras e as coisas*, os homens têm procurado adequar formas e conteúdos capazes de explicar o significado da vida cotidiana.

Um dos problemas enfrentados pelos teóricos da cultura é a correlação entre o **fazer** e o **dizer**.

Ao **fazer** se atribui, contraditoriamente, o poder de executar ações através de ferramentas (artesanais ou eletrônicas) sem reflexões. Isto nos levaria à falsa aceção: a vida cotidiana não carece de teorizações, ou seja, o que se conversa nos bares, nos rodapés das calçadas, nos bancos de praça faz parte de um "vazio reflexivo" entre o dizer e o fazer.

Como vimos, há a idéia premente que o **dizer** (aqui no sentido de conceituar) se distancia do **fazer**, em ordem cronológica e semântica, pois é preciso, nas sociedades mais pragmáticas, primeiro fazer para, depois, dizer. Desta forma, nossa capacidade de conceituar os signos que perpassam a nossa vida cotidiana fica limitada à razão instrumental ou, mais grave ainda, somos capazes apenas de conceituar o mundo quando estamos seguros de nossas referências "teóricas", legitimadas pelo Estado.

Com medo de **dizer**, a Europa deixou florescer a mais cruel das barbáries do Século XX: o nazismo. E assim seguem, com mais covardia, a legitimação do modelo socioeconômico neoliberal que mata, de fome e epidemias, os mais pobres do planeta.

Neste segundo número, *Quiosque* dá continuidade à luta pela construção de diálogos entre professores e alunos da graduação em Comunicação Social da UFPB - Campus I, nos quais não deve prevalecer a exigência das sociedades nazi-fascistas, o medo de dizer, como nos demonstra Theodor W. Adorno, em seu ensaio *Educação após Auschwitz*.

No cotidiano, precisamos recuperar o prazer em dizer, e o prazer em fazer: formas indissociáveis da vida acadêmica.

Wellington Pereira

Quiosque Nº 2 - junho 2001 - ISSN 1518-9163



Editor: Henrique Magalhães. Conselho editorial: Cláudio Paiva, Henrique Magalhães, José César dos Santos, Wellington Pereira.

Colaboradores: Edgar Franco, Laerte Cerqueira, Virgínia Sá Barreto, Hildeberto Barbosa Filho, Livia Karol de Araujo.

Publicação da editora **Marca de Fantasia**

Rua Manoel de Sousa, 95/302. João Pessoa, PB - Brasil - 58045-090

Tel.: (83) 247.4930

(fantasia@netwaybbs.com.br) - (www.netwaybbs.com.br/marcadefantasia)

Todos os textos e ilustrações são de propriedade e responsabilidade dos autores.

Jornais mudem para não mudar

Henrique Magalhães

De tempos em tempos, nos deparamos com notícias de reformulação gráfica e editorial de nossos jornais. Isso é muito natural, tendo em vista que as fórmulas tendem a se exaurir pela utilização diária e repetitiva. Um novo visual acaba funcionando para uma adaptação estética que corresponda a novos tempos e como forma de atrair o leitor para a novidade, para a renovação.

Com a mudança de estrutura do **Jornal da Paraíba**, que passou de local a estadual, de tablóide a standard, um novo projeto gráfico também foi elaborado, provocando nos outros jornais e concorrentes uma corrida à reestruturação. Um bom exemplo disso é a resposta de **O Norte**, que de imediato nos propôs uma nova diagramação.

É exatamente sobre o jornal **O Norte** que pretendemos nos deter para uma análise dessa proclamada mudança. Em caderno especial do dia 7 de maio de 2001, a manchete estampa: "A evolução do jornal", com antetítulo "Nova diagramação". A abertura da matéria informa que "O Norte estréia hoje, no seu aniversário, um novo projeto, mais moderno e arrojado, sem perder de vista o

seu propósito: a informação com credibilidade". Não nos interessa discutir esse propósito, que mereceria um estudo mais aprofundado. Quanto ao aspecto gráfico, a própria matéria jornalística nos dá elementos vários para uma imediata reflexão.

Assim como outros veículos da im-



Vários projetos gráficos do jornal **O Norte**

prensa, **O Norte** procura dar destaque à utilização das cores como fator de atração, e isto está de acordo com as novas tecnologias e o relativo barateamento dos custos, coisa praticamente impensável há poucos anos. No entanto, o uso indiscriminado de cores, fontes e demais elementos gráficos disponíveis em qualquer programa de com-

putador para este fim não raro proporciona, ao invés de maior legibilidade para a leitura, uma sensação de saturação e poluição visual. Podemos ver isso no **Jornal da Paraíba**, que “modernizou-se” para embaralhar-se, visto a quantidade enorme de frisos e boxes que deixam a diagramação bastante pesada.

Para a transformação gráfica do jornal **O Norte**, o jornalista João Silva, autor do projeto, “pensou apenas em uma coisa, o de fazer das linhas do jornal o ponto de partida para as exigências de um novo milênio que se inicia”. De retorno da Europa, João Silva, segundo a matéria, veio trazer a tendência mundial da informação, ou seja, a globalização. Dessa forma, para João, “A partir de agora, nosso jornal poderá ser colocado nas bancas de qualquer parte do mundo que ele causará igual ou maior impacto que os melhores e



Capa do caderno especial de **O Norte**, de 7 de maio de 2001

mais vendidos”.

Aí encontramos algumas pérolas de nosso jornalismo capenga. O que vem a ser mesmo as “exigências de um novo milênio que se inicia” a não ser um mero clichê, que, como todo lugar comum, não reflete mais que o vazio? Digam-me o que mudou do dia 31 de dezembro de 2000 para o dia 1 de janeiro de 2001 que possa deslanchar a re-

tumbante entrada em um novo milênio.

Por outro lado, considerar nosso jornal provinciano como do mesmo nível ou maior que os melhores do mundo é de uma ingenuidade que beira a má fé. Será possível que com tantos exemplos de bom jornalismo na Europa João Silva não tenha aprendido ao menos o que é humildade? Não é só porque se dispõe de todos os recursos gráficos que se vai ter uma boa diagramação. Basta olharmos para os jornais daqui mesmo,

como o Jornal do **Commercio de Pernambuco**, o **Zero Hora**, de Porto Alegre ou a **Folha de S. Paulo** para termos exemplos infinitamente melhores de uma concepção gráfica de jornal que a de **O Norte**. Esse tipo de arroubo narcisista só gera desconfiança no leitor, que passa a questionar o propósito dito lá em cima: o da informação com credibilidade.

Essa desconfiança pode também ser sentida ao se ler mais adiante, sobre as pretensões de João Silva: "80% do nosso trabalho será com o visual, pois compreendemos que o leitor quer saber das notícias em um menor espaço de tempo e da forma mais compreensível possível". O visual, deve, dessa forma, se sobrepor ao texto, que terá apenas 20% de espaço utilizável. É muito bom que o leitor tenha a melhor compreensão possível e no menor espaço de tempo, mas enxergamos aí a simplificação grosseira da informação, que de forma alguma deixa margem ao leitor para a reflexão. Com essa definição, **O Norte** seria o correspondente impresso do jornalismo televisivo, ou seja, um jornal de manchetes, sem análise, sem crítica, de textos curtos mas amplamente ilustrados.

O descaso com o texto, aliás, já enxergamos na própria matéria de apresentação do projeto gráfico, onde inú-

meras vezes encontramos verbos conjugados quando deveriam estar no infinitivo: "É nosso desejo está entre o jornalismo mundial de igual para igual..." Mas não só o texto sofre com a pouca consistência do projeto. É de João Silva o conceito de que o jornal terá "um projeto diferente e com atualização permanente".

Essa "atualização permanente" se contrapõe ao próprio propósito do que seja um projeto gráfico: a determinação de normas que dêem uma identidade à publicação. Se é para mudar constantemente, pra que elaborar um projeto, quando se sabe que um projeto gráfico deve ter uma vida útil, um tempo de adaptação e assimilação pelo público, uma maturação e nova transformação quando se fizer necessário. Não é preciso esperar um novo milênio para isso, mas convém que não se dobre aos modismos e estados de humor.

Henrique Magalhães

Cartunista. Dr. em Sociologia, Paris 7.

Prof. do Curso de Comunicação Social, UFPB.

Pseudo-condores comunicacionais

Laerte Cerqueira

Quando entramos na Universidade para fazer Jornalismo, temos um grande ideário: transpor nossas idéias cataclísmicas, queremos utopicamente mudar a sociedade pelas palavras, somos o condor que pensa estar livre. Mas não demora muito e sentimos o real e restrito peso de nossas idéias. É lá, na Universidade, que aprendemos a ser prisioneiros de nosso trabalho, ou nos mais breves e felizes casos, pseudo-condores das instituições comunicacionais. Nesse espaço surgem, também, as mais variadas questões sobre a liberdade profissional.

Mas quem é mesmo ético, o jornalista ou a empresa de comunicação? O jornalista deve seguir os seus princípios, ou os princípios da empresa? A sua ou a ética da empresa? O problema é que há, nesta instância, uma guerra entre valores profissionais *versus* necessidades pessoais; e você, escolhe qual? Numa sociedade ocidentalizada, sob a égide de um projeto político que desencadeia o individualismo exacerbado, muita gente está ficando com esta última opção.

A constituição brasileira determina que os meios de comunicação respeitem os valores éticos e sociais da pessoa e família. E veda qualquer tipo de censura de natureza política, ideológica e artística. Mas quais são as fronteiras

entre o jornalismo atual e a sua ética? Ao que parece esse limite se torna, na sociedade contemporânea, uma linha imaginária, onde a regra é vê-la de acordo com as necessidades.

O jornalismo do Brasil vive misturando, muitas vezes, sensacionalismo e superficialidade, onde um título, uma imagem bela e de apelo pode tomar o lugar da notícia bem apurada e consistente. Ele se tornou, também, refém da guerra de audiência. Uma troca de insultos dá mais lobo e vende mais do que a explicação "chata" de uma importante lei para o país. Relacionamentos e desentendimentos pessoais tornaram-se atores principais em detrimento da informação principal. O depoimento de uma fonte passou a ser mais ressaltado do que a fala de outras fontes. O problema é que esse quadro pode desembocar, mais cedo ou mais tarde, na perda de substância e na desmoralização da própria instituição jornalismo, comprometido com os valores profissionais.

Não basta ouvir os dois lados... É necessário ouvir todos e "infinitos" lados existentes. O culto ao "furo" só está presente entre os jornalistas. Para o público em geral, não importa tanto quem informa em primeira mão, mas sim, quem melhor informa aquilo que lhe interessa. Quantas vezes não vimos à

ética arranhada na busca desmedida pelo furo? Na veloz pulsação das grandes cidades "o furo" já não é tão essencial; parece paradoxal, mas o jornalismo atual necessita do processo de causa e efeito e não só do efeito pó si só. Mesmo que ele venha fulminante, pode até passar despercebido, se não vier acompanhado por algo maior. A agilidade do furo deve ter bases contextualizadas e teóricas.

O ato de informar implica em responsabilidades. Notícias, quando publicadas sem o devido critério, podem trazer danos irreparáveis aos envolvidos. Atualmente, no Brasil, não existe mecanismo eficaz para o cidadão se proteger da imprensa irresponsável. E o que é pior, a tecnologia está aí, devorando valores fronteiras, linhas fixas e imaginárias. E ficamos, todos, a mercê das possibilidades humanas. Não que estejamos criticando a era virtual, mas os limites precisam ser reavivados, não como censura, mas como um processo organizacional.

A Internet, por exemplo, não só destruiu fronteiras, como diminuiu distâncias, ela efervesceu ainda mais o processo dialógico. A retórica de Aristóteles ganhou novos espaços, novos caminhos, novas nuances.

Na área jornalística, esta retórica, que esteve sempre presente, está sendo impulsionada cada vez mais pelas novas tecnologias. Mas se necessita, também, nesse contexto, de limites para que esta incessante dialogicidade virtual não esbarre em uma "ética anacrônica". Não há comunicação sem retórica. E isso se aplica, também, ao jornalismo "on line".

Certamente, o profissional que atua no jornalismo não deve funcionar como

censor da organização para a qual presta serviços, impondo a inserção ou exclusão de informações. Antes de tudo ele presta serviço à sociedade. A subjetividade existe sim, mas colocá-la em instância primeira é um erro, salvo nos casos diretamente solicitados. Entretanto, deve-se ter sensibilidade e razoável



formação intelectual, para discutir as pautas com a organização e demonstrar a importância de ser transparente e verdadeiro, num ambiente social e político, que "deveria" ser cada vez mais marcado pela democracia, o civismo e o equilíbrio entre direitos, deveres e responsabilidades. Mesmo que se perceba, muitas vezes, o inverso.

Laerte Cerqueira

é estudante de Jornalismo do Curso de Comunicação Social, UFPB.
(laertecerqueira@bol.com.br)

A negação do mundo sensível Ou as razões do jornalismo cultural

Wellington Pereira

O jornalismo cultural tem como objetivo “veicular” as manifestações estéticas produzidas pelos diversos grupos sociais. Mas é quase impossível concretizar esta proposição.

De um modo geral, os cadernos culturais no jornalismo brasileiro têm uma tradição de evidenciar conceitos estéticos que demarcam as tendências culturais da sociedade contemporânea.

Mas os conceitos gerados sobre a prática do jornalismo cultural, antes de tudo, evidenciam os caracteres da sociedade industrial: desvalorização dos fatos sociais considerados da ordem do subjetivo, fragmentação das formas narrativas, conexão anacrônica da história.

As formas narrativas no jornalismo cultural contemporâneo seguem os padrões estéticos da sociedade de consumo. Portanto, os jornalistas que trabalham nas editorias de cultura sentem dificuldades em organizar a “prosa do mundo moderno” subordinada à velocidade das novas mídias.

Além da “desmaterialização do tempo”, os suplementos culturais parecem acometidos de confusões estéticas, nas quais se misturam manifestações folclóricas, linguagens das tribos urbanas, imagens sem foco, traços gráficos prejudicando a compreensão do texto, atalhos visuais, como se o jornalismo impresso pertencesse à categoria do hipertexto (no qual um texto remete a outro), e a gramática televisual pontuando as formas discursivas.

sivas.

Nesta lógica do “saber fazer”, a representação das culturas é substituída pelo simulacro da cultura, pois o importante é o espetáculo. Assim, o tempo das culturas se perfaz nas temporalidades da mídia, ora na linguagem do jornalismo informativo, ora na superposição das narrativas online: na busca de um real virtual.

O jornalismo cultural contemporâneo não contempla sequer o fetiche de suas mercadorias, pois o interesse está centrado na transformação das manifestações estéticas em eventos.

A cultura dos eventos é predominante na produção de *bens culturais*. Nesta assertiva, podemos definir o “evento” no processo de construção da linguagem jornalística: um sistema de informações (verbais ou imagético) construído para imprimir as realidades discursivas.

Na verdade, o fator mais importante na *cultura do evento* é a “doação” da interpretação do mundo, ou “*Le monde à commenter*”, como explicita Patrick Charaudeau, em seu livro, *Le discours d'information médiatique - la construction du miroir social*, Paris, Nathan, 1997.

A doação de uma interpretação das estéticas, o mundo interpretado *a priori*, sem levar em conta as experiências vivenciadas, faz parte de uma das estratégias da comercialização de produtos no jornalismo cultural. Isto nos remete a duas questões: 1) as diferenças estéticas são anunciadas em função do “evento”; 2) as

narrativas no jornalismo cultural são índices dos eventos (shows, discos, espetáculos teatrais, cinema, estilos de vida).

Na lógica discursiva do jornalismo cultural, na qual predominam os verbos fazer, promover, realizar, os sujeitos estão subordinados ao tempo da obsolescência planejada da sociedade de consumo.

A criação dos imaginários nos cadernos de cultura dos jornais se faz através de uma linguagem de antecipação, comum à lógica do espetáculo, que nos impulsiona a negar as manifestações dos diversos grupos sociais no que elas possuem de mais intenso.

Mas a intensidade das manifestações culturais anunciadas no jornalismo cultural se esgota na fragmentação das culturas. Desta forma, a pluralidade esté-

tica fica empobrecida, porque a leitura das manifestações artísticas se faz de forma linear.

Na verdade, o jornalismo cultural não estabelece uma organização de sentidos (*epistème*), mas a ocultação deste, apenas revelado na compra das "mercadorias". Por isto, nos cadernos culturais "mostrar a produção de eventos" é mais importante do que interpretar as nuances de cada forma artístico-cultural. Como exemplo, podemos dizer: a fabricação e o tempo do evento são mais importantes do que a sua natureza..

No exercício de compreensão das nar-

rativas produzidas pelo jornalismo cultural, se faz necessário entender como as sensibilidades sociais são negadas, "apagadas", em nome de uma leitura que antecipa conceitos e conteúdos do mundo moderno.

O jornalismo cultural na sociedade pós-moderna, na qual a quebra de parâmetros estéticos é uma constante, se limita a três formas de avaliação das produções estéticas: 1) a crítica das obras de

Na lógica discursiva do jornalismo cultural, os sujeitos estão subordinados ao tempo da obsolescência planejada da sociedade de consumo

arte levando em consideração um cânon (imposição de modelos literários, musicais e filmicos dominantes) capaz de reduzir as expressões artísticas do mundo ocidental; 2) a apresentação das obras de artes de forma referencial, sem quaisquer perspectivas analíticas; 3) a vinculação do gosto estético à lógica do consumo.

As formas de apresentação das artes no jornalismo cultural não levam em consideração o mundo subjetivo tecido pelos diversos grupos sociais, mesmo quando se privilegia alguma forma narrativa que corresponde a modelos estéticos delimitados historicamente, como é o caso do

romance, gênero por excelência burguês.

Há no jornalismo cultural uma negação do sensível, ao mesmo tempo em que se configura uma distribuição dos fatos estéticos através das rubricas: cinema, teatro, música, literatura. Portanto, a apresentação das produções estéticas, a partir dos registros temáticos divididos em "campos especializados", nos leva a falsas concepções, como: as artes não dialogam entre si. Mas são construções autônomas que se materializam no espetáculo.

O mundo sensível, que o jornalismo cultural tem dificuldade em narrar, se constrói na complexidade da vida cotidiana. Por isto, o *vernissage*, os shows musicais, as representações teatrais, a leitura silenciosa de um livro, jornal ou revistas, são hábitos culturais que traduzem relações intersubjetivas presentes na construção das realidades sociais e na configuração do senso comum.

O jornalismo cultural reduz o mundo sensível ao conceito de produção artística. Grosso modo, este é um problema estético-filosófico que uma Teoria do Jornalismo deve procurar resolver com o auxílio das outras ciências sociais, como a Sociologia Compreensiva exercitadas por Georg Simmel, Weber, Durkheim, Schütz e Michel Maffesoli.

Wellington Pereira
Professor do Departamento de Comunicação Social da UFPB. Doutor em Sociologia.



TOP! TOP!

Nº 13, março 2001

24 pág., 17cm x 25,5cm, R\$ 3,00

O trabalho de Wellington SrbeK e sua visão sobre os quadrinhos formam o corpo desta edição. E mais, o recenseamento da fanedição brasileira e a seção de cartas, dando seqüência ao debate sobre nossos quadrinhos.



Pedidos com cheque nominal ou vale postal para:

HENRIQUE MAGALHÃES
Rua Manoel de Sousa, 95/302
58045-090 João Pessoa, PB
fantasia@netwaybbs.com.br

Arte e Novas Tecnologias: O Movimento Pós-Humano

Edgar Franco

Brevíssimo Panorama do Momento Tecnológico

Atualmente observamos o grande desenvolvimento dos computadores pessoais, dos softwares e ambientes amigáveis, das fibras óticas e satélites, que proporcionaram o surgimento da rede Internet, uma imensa teia que se estende através de todo o planeta, criando uma espécie de "Inconsciente Coletivo Tecnológico", com um manancial quase infinito de informações, dados armazenados que podem ser acessados a qualquer momento e que até agora não possuem quase nenhum tipo de censura, um ambiente anárquico, um universo de livre expressão onde a única exclusão se dá pelo poder aquisitivo, criando uma nova massa de analfabetos tecnológicos.

Paralelamente a esse impressionante avanço nas comunicações, outros campos científicos vêm apresentando avanços inimagináveis, antes relatados apenas em obras visionárias da ficção científica. A genética vive um momento de descobertas grandiosas, a clonagem já é uma realidade e sua realização com a espécie humana é só uma questão de tempo para a ciência tentar burlar os limites éticos, morais, religiosos e filosóficos que tal feito impõe. Enquanto isso não acontece o Projeto Genoma mapeia o código genético humano descobrindo chaves para problemas e doenças hereditárias, os alimen-

tos transgênicos já são uma realidade polêmica e alguns deles misturam genética vegetal e animal, criando hibridizações antes não imaginadas, confundindo os limites entre gênero vegetal e animal, vislumbrando a possibilidade futura de incorporar genes animais à espécie humana para lhe tornar imune a certas doenças.

Órgãos humanos como a pele já podem ser sintetizados artificialmente em laboratório a partir de dados genéticos, aos poucos os cientistas vislumbram a fabricação de estruturas mais complexas como pulmões e coração, a criação de órgãos partindo da genética do futuro transplantado, o que acabará com os problemas de rejeição. Até a velhice já foi detectada como uma possível doença degenerativa acionada por um comando de alguns cromossomos, sendo passível de ser contornada. Tratamentos hormonais, próteses e cirurgias já permitem uma mudança de sexo quase completa que só não imita ainda o sistema reprodutivo humano.

A robótica também vive um momento de avanços significativos, os membros artificiais estão cada vez mais perfeitos, reproduzindo cada vez mais os movimentos e possibilidades dos membros humanos. Recentemente com a ajuda de dois computadores, uma câmera e uma conexão neuronal, um homem completamen-

te cego pode ter a experiência de enxergar, de forma ainda rudimentar mas que certamente avançará muito nos próximos anos com o andamento dessas pesquisas. Outros cientistas investigam a possibilidade de criar cérebros eletrônicos tão sofisticados quanto o humano, incluindo a possibilidade de terem personalidade e reações espontâneas. Pesquisas avançadas já estão sendo feitas na tentativa de desenvolver cérebros artificiais químicos e biológicos que imitem nossas funções celulares.

Um grupo de cientistas, artistas, sociólogos e filósofos da região do vale do Silício nos EUA investigam a possibilidade de transplantar a consciência humana para um computador, realizando o almejado sonho humano de vida eterna. Eles fazem parte de um movimento científico-filosófico intitulado "Extropy", que seria uma alusão ao oposto do conceito científico de entropia, defendendo a idéia de extropia como a possibilidade de perpetuação ilimitada, rompendo com conceitos tão valorados como ecologia e religiosidade, e criando todo um sistema de novos conceitos e valores que permearão essa possível sociedade Extropiana.

Artistas Pós-Humanos

As artes participam desse momento histórico de forma significativa e atuante. Muitos artistas de vanguarda que trabalham utilizando-se dessas novas tecnologias estão refletindo sobre temáticas ainda tabus para vários campos do conhecimento, seus trabalhos funcionam como premonições do porvir e suas especulações não são limitadas por barreiras éticas, morais ou religiosas. Relatamos agora alguns dos nomes mais significativos desse momento de arte pós-

humana associados a nomes de alguns cientistas que estão ligados a esse panorama:

Stelarc¹ – Stelios Arcadiou, artista Australiano envolvido com algo que podemos chamar de Cyberbodyart, ele acredita que o corpo humano está obsoleto e faz performances onde liga-se a próteses biônicas, além de conectar partes de seu corpo a computadores entregando o controle das mesmas às máquinas. Um de seus projetos atuais, que pode ser vislumbrado em seu site na rede Internet, envolve o implante de uma terceira orelha em sua cabeça.

Orlan - Artista Francesa que realiza operações plásticas no rosto e corpo selecionando trechos de obras primas da arte como modelo para essas plásticas. Ela

A possibilidade de transplantar a consciência humana para um computador pode realizar o sonho humano da vida eterna

questiona a artificialidade do corpo e a perda do mesmo como referencial: A genética anuncia o surgimento de uma nova eugenia, poderemos manipular as características dos nossos filhos, próteses quase perfeitas já substituem membros e órgãos, plásticas e hormônios podem proporcionar uma mudança de sexo quase impecável, o corpo antes sagrado, agora é um grande laboratório.

Elliot Sharp - Gênio da música ciberpunk, realiza a fusão de sons tirados de sucatas e restos da sociedade industri-

al, reciclando trastes e transformando-os em instrumentos fundindo-os aos sons eletrônicos tirados de teclados e samplers. Também escreveu música atonal inspirada na ciência fractal de Benoît Mandelbrot, lançando em 1986 o álbum "Fractal".

William Gibson - Visionário autor do notório romance "Neuromancer", marco do Ciberpunk, onde vários conceitos como o de ciberespaço foram imaginados. É um dos mais talentosos escritores fruto de uma geração que cresceu imersa na tecnologia e na cultura pop, influenciada pelos valores e estética da contracultura, dos videogames, do punk rock, das histórias em quadrinhos da revista Heavy Metal, e dos filmes de ficção científica e horror gore de cineastas como George A. Romero, David Cronenberg e Ridley Scott.

H.R.Giger - Artista suíço criador dos chamados Biomecanóides, pinturas sombrias de seres híbridos de máquina e carne. Rechaçado pela academia, é um herói da ciberdélia, estando inserido no universo iconográfico das novas gerações, tendo suas pinturas reproduzidas em capas de discos, jogos de computador e sobretudo em tatuagens muito requisitadas pelos jovens adeptos do mundo cibernético-telemático.

Mark Pauline - Um dos mentores do SRL - *Survival Research Laboratories*, organização artística informal que presta-se à realização de performances ruidosas e terroríficas feitas com monstruosos robôs teledirigidos. Os seus espetáculos tratam da interpenetração entre carne e máquina, questão essencial da cibercultura.

Mike Saenz - Autor da primeira história em quadrinhos criada no computador: "Shatter", incluindo estética e conceitos



O artista australiano Stelios Arcadiou acredita que o corpo humano está obsoleto

ciberpunks. Criou também o CD-Rom interativo "Virtual Valerie", um dos primeiros a explorarem o sexo virtual, sendo um dos principais incentivadores do desenvolvimento do chamado *cybersex*.

Eduardo Kac² - Artista brasileiro atualmente residindo nos EUA. É um dos pioneiros da arte biotecnológica e da telepresença. Entre seus trabalhos em

curso podemos destacar a polêmica criação de um coelho transgênico, no qual é enxertado um gene extraído de uma medusa que habita o Oceano Pacífico, o resultado é um coelho que emite luz fluorescente esverdeada quando exposto à luz ultravioleta. Outra de suas obras polêmicas é "*Time Capsule*," na qual um microchip de identificação é implantado em seu calcanhar esquerdo. O trabalho levanta questões sobre ética na era digital, sobre a inserção de elementos eletrônicos em interfaces úmidas, e sobre a relação entre identidade e memória artificiais armazenadas dentro do corpo humano.

Joseph M. Rosen - Cirurgião especializado em reconstrução do corpo, ele investiga: biônica, interface homem-máquina, implantes de nervos artificiais, simulação de operações à distância, e transplante de extremidades como braços e mãos. Também estuda implantes de chips neuronais e disse certa vez: *Não há nada descrito no livro Neuromancer que não possa ser feito em um de meus laboratórios com suficientes pesquisadores e dinheiro.*³

Hans Moravec - Diretor do laboratório de robótica da Universidade Carnegie-Mellon, é um dos principais pensadores do movimento *Extropy*⁴, formado por cientistas e pensadores que crêem na possibilidade de descarregar a consciência num computador, tomando o corpo humano descartável e vislumbrando uma nova

forma de vida eterna: a chamada Transbiomorfose.

Todos esses artistas estão trabalhando questões que são tabu para religiosos e até para alguns cientistas sociais, alguns deles estão preocupados com a possível queda de parâmetros éticos que advirá desses avanços tecnológicos, outros abraçaram a causa da pós-humanidade, ou seja, defendem a expansão dos horizontes físicos e mentais do homem a qualquer custo, acreditando nela como um estágio natural de evolução que transcenderá ao humano. Todas essas reflexões são seminais e ajudam a demonstrar o papel crucial que as artes desempenham mais uma vez num momento de transição de padrões e conceitos.

Edgar Silveira Franco

Quadrinhista, Arquiteto e mestrando em Múltiplos da Unicamp

-
1. Stelarc Site – Url: <http://www.stelarc.va.com.au/> - Visitado em 11/11/2000.
 2. Eduardo Kac Site – Url: <http://www.ekac.org/> - Visitado em 12/11/2000.
 3. In DERY, Mark - **Velocidad de Escape – La Cibercultura en el Final del Siglo**, Madrid, Siruela S.A., 1998. pp 312.
 4. Site oficial do movimento Extropy: <http://www.extropy.com/> - Visitado em 12/11/2000.

Recepção e Mediações CULTURAIS

Virgínia Sá Barreto

Nesse espaço novo e ágil que se abre para discussões acadêmicas com a revista *Quiosque*, vamos selecionar e tratar de alguns aspectos básicos dos estudos de recepção, na perspectiva das Mediações Culturais, desenvolvidos por pesquisadores latino-americanos como Jesús Martín-Barbero e Guillermo Orozco. A partir desta rápida exposição, objetivamos estimular os alunos de Comunicação Social a pesquisarem as possibilidades teórico-metodológicas dessa teoria.

Entre outras linhas dos estudos de recepção, a exemplo dos estudos de vida cotidiana, do consumo, da estética e semiótica da leitura, consideramos a perspectiva das mediações culturais como uma das possibilidades mais promissoras para a compreensão dos mecanismos de significação que os receptores constroem, partindo do acesso às mensagens produzidas pelo campo midiático.

Atualmente, no meio acadêmico, há o consenso de que os profissionais de comunicação contemporâneos são, antes de tudo, leitores da sociedade. Para isso, devem perceber os processos de comunicação na relação com a cultura em que estão inseridos. A Teoria das Mediações Culturais vem corroborar e alicerçar essa concepção, considerando que Martín-

Barbero parte, essencialmente, do princípio: *mais que de meios, a comunicação é hoje uma questão de mediações, isto é de cultura.*¹

Esse deslocamento da ênfase dos meios para as mediações explicita, claramente, que estudar comunicação é, em outras palavras, estudar cultura, entendendo mediações culturais como os *lugares que provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural.*² Logo, são lugares que remetem às influências do contexto cultural na forma como os atores sociais representam os objetos da realidade social. São espaços estruturadores do sentido da comunicação.

O modelo das mediações culturais contribui, também, para que esse leitor amplo da sociedade que deve ser o profissional da comunicação possa compreender os mecanismos de recepção dos processos de comunicação numa outra perspectiva. A recepção passa a ser considerada *como uma espécie de um outro lugar, o de rever e repensar o processo inteiro da comunicação.*³ Com isto, o autor rompe com a visão simplista da recepção enquanto etapa do processo da comunicação e com a relação direta e linear dos elementos da comunicação. Passa a compreendê-los conectados a uma rede

de mediações culturais.

Outra contribuição desse modelo é a ruptura com o modelo hegemônico dos estudos de recepção, ou seja, os estudos dos efeitos. Esses estudos limitam-se a mensurar resultados com base na concepção funcionalista de que *comunicar é fazer chegar uma informação, um significado já pronto, já construído de um pólo a outro.*⁴ Esse enfoque reduz a recepção à situação de recipiente dos conhecimentos gerados na emissão. Ao contrário disso, Martín-Barbero propõe uma concepção de

A comunicação não está pronta na emissão. Ela se concretiza no espaço da recepção - lugar de sujeitos ativos do processo da comunicação

recepção que resgata a condição de sujeito do receptor. Ele passa a ser considerado enquanto interlocutor do processo de comunicação que escolhe, conflitua, impugna, negocia ou rejeita os conteúdos das mensagens midiáticas.

Isso posto, podemos perceber a maior complexidade e imprevisibilidade dos resultados dos estudos com base nessa teoria. A comunicação não está pronta na emissão. Ela se concretiza no espaço da recepção - lugar de sujeitos ativos do processo da comunicação. Compreender os mecanismos de recepção a partir da teoria das mediações culturais representa, portanto, um avanço no sentido de aproximar os profissionais de comunicação do seu objeto: a leitura da realidade contemporânea.

Referências Bibliográficas

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Comunicación y Cultura: unas relaciones complejas. Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad de la América Latina*, Madrid, n.19, st/nov.1989.

_____. *De los medios a las Mediaciones: comunicación, cultura y hegemonia*. México: G.Gili, 1987.

_____. *América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social*. In: SOUZA, Mauro Wilton (org). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995. p.39-67.

Notas

1. MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Comunicación y Cultura: unas relaciones complejas. Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad de la América Latina*, Madrid, n.19, st/nov.1989. p.21
2. MARTÍN-BARBERO, Jesús. *De los medios a las Mediaciones: comunicación, cultura y hegemonia*. México: G.Gili, 1987. 297p. p. 233.
3. MARTÍN-BARBERO, Jesús. *América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social*. In: SOUZA, Mauro Wilton (org). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995. p.39-67. p.40.
4. Id., *Ibid.*

Virgínia Sá Barreto

Professora do Departamento de Comunicação da UFPB e mestra em Administração Rural e Comunicação Rural pela UFRPE.

Que seja o caminho de volta!

Hildeberto Barbosa Filho

Falar de ética jornalística pressupõe, inevitavelmente, uma breve reflexão sobre a ética humana, isto é, a atitude moral do homem perante a sociedade e perante a vida.

Diz Rubem Alves, poeta-educador, que a ética consiste no padecimento de quem “perdeu uma felicidade infinita” ou na permanente “luta para descobrir o caminho de volta”.

Ora, não há dúvida de que o homem sofre. Não há dúvida de que o homem, sobretudo o homem consciente, experimenta, no seu dia-a-dia, uma vasta insatisfação face à precariedade das coisas. Não raro, invadem este homem uma sensação de perda, a fluidez do vazio, uma secreta e recorrente concreção da ausência. Enfim, as carruagens da saudade... Tudo parece pedir-lhe para palmilhar a linha do retorno, para possibilitar-lhe a plenitude do reencontro. Do reencontro consigo e com a significação completa e essencial das coisas.

Ora, tal sofrimento nada mais é do que a linguagem convocando o homem para o exercício de sua transcendência; nada mais é do que o compromisso com a sua liberdade. E a liberdade, por sua vez, instaura o fundamento do seu *ethos*, ou seja, do seu comportamento humano, autenticamente humano.

Sendo livre, o homem muda, o homem transcende, o homem é digno. Aqui reside o ponto axial de sua exigência ética.

Ética a ser compreendida filosoficamente a partir do *Paideuma* grego, a exemplo de Xenófanes e Sócrates principalmente, como também na aplicabilidade, nem sempre harmônica, da ética profissional.

Eis os contornos que devem conformar a atuação ética do jornalista.

Penso que toda a dimensão ética do profissional da comunicação deve se radicar: primeiro, na concepção do respeito à liberdade humana, da promoção da cidadania e dos interesses da sociedade; segundo, na compreensão de que a informação, de acordo com as novas teorias jurídicas, consiste, antes de tudo, num direito social. Num direito que não se localiza estreitamente no âmbito da livre expressão, de raízes liberais, mas, fundamentalmente, num direito que é de todos e que diz respeito às possibilidades concretas de acesso à informação por parte da sociedade.

Portanto, age eticamente o jornalista que procura, dentro de suas múltiplas limitações de ordem profissional, facilitar a realização deste acesso. Neste sentido, leciona Cremilda Medina, no posfácio à segunda edição do seu já clássico *Notícia, um produto à venda*:

(...) o perfil (do jornalista) deve ter como *argamassa todos os comportamentos, todos os instrumentos de trabalho, todas as estratégias de ação e um sólido compromisso ético com o Direito Social à Infor-*

A ética do profissional da comunicação deve se radicar na concepção do respeito à liberdade humana, da promoção da cidadania e dos interesses da sociedade

mação. Ou seja, uma clara e prioritária adesão aos anseios, necessidades e direitos dos públicos, da demanda social.

A ética profissional, conseqüentemente, é uma prática, é uma atitude, é um comportamento. É também uma visão de mundo, um modo de ser, um *modo do Ser*.

Quem sonega, falsifica e manipula a informação passa ao largo da atitude ética. O mesmo ocorre com quem não se prepara devidamente para informar. A competência é também um dos requisitos para uma prática ética, assim como a honestidade, a tolerância e a responsabilidade.

Se o jornalismo é “uma fascinante batalha pela conquista das mentes e corações”, na singular concepção de Clóvis Rossi, não subsistiria sem o revestimento ético necessário ao exercício de tão digna profissão.

Sabemos, contudo, que as coisas nem sempre são assim.

Em meio ao estágio exclusivista de uma ordem mundial capitalista e financeira, a informação, enquanto bem simbólico, se transmuta numa simples mercadoria sujeita, como qualquer produto, às oscilações das leis de oferta e procura. Nem mesmo o brilho das novas tecnologias parece contribuir para firmar a informação enquanto direito social.

O compromisso ético, logicamente,

termina sendo preterido em favor dos interesses empresariais concentrados na perspectiva do lucro. A informação, a seu turno, vira fetiche, simulacro, *merchan-*

dising.

É aí onde está o perigo maior para aquele profissional que não pode nem deve abdicar de sua posição ética. Que fazer então? Sucumbir ou resistir?

Ora, nem é preciso responder.

A consciência ética nasce da crise, brota do sofrimento. É na angústia que ela se corporifica. Nesta situação - que quase sempre é a situação de sempre - é chegada a hora do profissional seguir o conselho socrático e convocar seu “demônio interior”, sondar suas convicções, seus valores, todos os cristais de sua liberdade e, sobremaneira, a liberdade do outro, seus direitos, sua dignidade, para então escolher o caminho a seguir...

Que seja o caminho de volta!

Hildeberto Barbosa Filho

Doutor em Literatura Brasileira, professor do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal da Paraíba. Autor de mais de 20 livros que configuram uma vasta produção poética e ensaística. Desde a década de 70, milita na imprensa paraibana como crítico literário.

Raciocínio concreto

Livia Karol de Araújo

A maioria das análises que são feitas sobre a produção da mídia paraibana acabam esbarrando no lugar-comum. É sempre a mesma coisa: volta e meia as críticas giram em torno da produção restrita e pouca novidade na mídia local. Mas, para quem quer conhecer mais sobre as mídias que cultuamos todos os dias e sobre diversos pontos de vista, a revista *Quiosque* se mostra mais que uma publicação especializada. Como o próprio logotipo diz, a *Quiosque* se propõe a ser um observatório das mídias.

O conteúdo analítico e contextualizado busca despertar o debate, quebrando a propagada parede de gelo existente entre meio de comunicação e receptor. Ou melhor: fazer com que as pessoas que recebem mensagens midiáticas diariamente possam formar uma opinião crítica a respeito dos conteúdos que recebem.

Quiosque tem uma linha editorial diferente das que conhecemos com análise dos meios de comunicação. Aliás, não conheço tantas publicações desse gênero. Acho também que por ser autêntica é que ela merece ser lida com calma e bastante atenção.

Os textos nos fornecem uma outra visão dos produtos veiculados pela mídia, principalmente os produtos culturais. As informações veiculadas pela revista são repassadas através de análises sociológicas, comunicacionais, lingüísticas ou até mesmo políticas. O bom mesmo é que a *Quiosque* não deixa escapar um tipo de mídia sequer. Parece até que a revista tem um jornalista para tratar de cada expressão da



mídia.

O trabalho que a *Quiosque* está desenvolvendo representa uma preocupação em trazer à tona os pontos mais evidentes das mídias e as formas que elas utilizam para fazer seus produtos serem consumidos.

A impressão que tive enquanto lia *Quiosque* foi de que estava me deparando com pincladas da Escola de Frankfurt em cada texto que a revista me apresentava. Acho que essa proposição ganha consistência quando vejo que *Quiosque* objetiva analisar criticamente a mídia e possibilitar a formação de um raciocínio concreto.

Livia Karol de Araújo

Estudante de Jornalismo, Curso de Comunicação Social da UFPB.



Pedidos com cheque nominal ou vale postal para:

HENRIQUE PAIVA DE MAGALHÃES
Rua Manoel de Sousa, 95/302
58045-090 João Pessoa, PB* - Brasil

Telefax: (83) 247.4930
E-mail: fantasia@netwaybbs.com.br

Guerra das Idéias

De Flávio Calazans

4ª edição, fevereiro de 2001

68 pág. 17cm x 24cm. R\$ 7,00

O espírito contestador de Calazans flui perfeitamente em Guerra das Idéias. As idéias revolucionárias vêm à tona na boca de negros, judeus, anarquistas, filósofos confrontando-se com preconceitos raciais, religiosos e políticos. Este magnífico álbum de quadrinhos traz um conjunto de histórias curtas que fazem um amplo painel das lutas da humanidade.

GUERRA DAS IDÉIAS

