

Revista Manual do Ócio – Faça Você Mesmo!¹

Moema Samara Gomes FRANÇA²

Marcela Barbosa LINS³

Maria Eduarda Tavares de Lyra MENEZES⁴

Isaltina Maria de Azevedo Mello GOMES⁵

Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)

RESUMO

O presente artigo explica a elaboração da Revista “Manual do Ócio – Faça Você Mesmo!”, inspirada nos formatos de fanzine e revista alternativa, produzida na disciplina Redação Jornalística 4, com orientação da professora Isaltina Maria de Azevedo Mello Gomes, do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). O projeto, concluído em 2014, procurou abordar os sentidos do ócio e da preguiça através de crônicas, ilustrações, entrevistas, poesias, contos e microconto. O caráter da publicação, experimental, brinca com o jornalismo clássico e com a despreensão nos textos.

Palavras-chave: jornalismo; direito ao ócio; fanzine; experiências em comunicação.

1. INTRODUÇÃO

O mercado jornalístico é um ambiente pouco propenso a experimentalismos. Foi a conclusão à qual os autores⁶ deste trabalho, alunos do 7º período da Universidade Federal de Pernambuco, chegaram após a vivência empírica como estagiários em alguns dos principais veículos de comunicação do estado de Pernambuco. Diante da falta de espaço para tentar diferentes alternativas para comunicar ou informar dentro dos jornais, emissoras de TV e portais de notícias, resolvemos usar o espaço dado pela disciplina Redação Jornalística 4, ministrada pela professora Dra. Isaltina Gomes no semestre 2014.1.

Foi a partir de tal desejo que surgiu a revista Manual do Ócio. O produto teve como modelo os fanzines e revistas alternativas, publicações com caráter amador e “veículos amplamente livres de censura” (MAGALHÃES, 1993, P.10). Atualmente, a denominação fanzine é comum a quase todas as publicações alternativas, basta que elas tratem de algum assunto

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Design Gráfico.

² Aluna líder do grupo. Estudante do 8º. Semestre do Curso de Jornalismo da UFPE, email: moemafranca@outlook.com.

³ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Jornalismo da UFPE, email: marcela.lins@gmail.com.

⁴ Recém graduada do Curso de Jornalismo da UFPE, email: eduarda.tavares.menezes@gmail.com.

⁵ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da UFPE, email: isaltinagomes@gmail.com.

⁶ Também são autores da revista Manual do Ócio os estudantes Carla Moreira (moreira.carla9@gmail.com), Pethrus Tiburcio (pethrus.c@gmail.com), Renata Maria (renatasantuus@gmail.com) e os recém graduados Bárbara Buriel (baiburil@gmail.com) e Igor Gomes (gomes.igor.e@gmail.com).

que não seja normalmente abordado pela imprensa comercial. Desse modo, o fanzine é um nicho da imprensa alternativa:

Sua produção é independente dos circuitos comerciais, sua linguagem discursiva e estética procura ser inovadora e apresenta conteúdo quando não contestatório ao menos com um ângulo raramente focado pela grande imprensa. É nos fanzines que circulam as informações que os aficionados por quadrinhos, música, poesia não encontram nas revistas, nos livros e nos jornais institucionalizados. (MAGALHÃES, 1993, P.14)

O ócio (e sentimentos derivados) foi escolhido como mote da publicação a partir de conversas entre os integrantes do grupo da disciplina, por acreditarmos ser um estado de espírito pouco estimulado na sociedade. A proposta da revista é falar do ócio de uma maneira despretensiosa e sem apelar para explicações científicas, deixando que cada estudante fique livre para escrever com base na experiência pessoal e subjetividade, ao contrário do que se vê na mídia comercial.

O Manual do Ócio se coloca como fanzine/revista alternativa por ser uma publicação que brinca com o humor nonsense para fugir do jornalismo tradicional e falar de um tema de pouca visibilidade na imprensa hegemônica. A publicação também tem a característica de se dirigir diretamente ao leitor para fazer uma provocação sobre o ócio e o “não fazer nada”, e pode ser vista como um manifesto bem humorado sobre o direito de sentir preguiça.

Por isso, preferimos deixar que cada um escolhesse o formato textual que melhor se aplicasse ao conteúdo passado. Assim, a revista inclui contos sobre procrastinação, crônicas sobre preguiças do cotidiano, entrevistas com pessoas que largaram o emprego para ter uma vida mais leve, ilustrações sobre o assunto, entre outros. Também houve forte investimento de tempo e criatividade na produção de uma proposta gráfica inovadora, colorida e atrativa para o produto.

2. OBJETIVO

Geral

- Criar trabalho experimental em jornalismo que aborde as representações e significados do ócio através de contos, crônicas, ilustrações, microconto, poesia, reportagem e entrevista.

Específicos

- Abordar emoções que derivam do ócio (preguiça e procrastinação) como uma maneira de questionar o modelo de vida que prioriza o trabalho ao invés do descanso.
- Treinar os alunos produtores em modalidades de jornalismo pouco usuais no mercado de trabalho, como a crônica; e em formas de escrita mais elaboradas, como o conto e a poesia.

3. JUSTIFICATIVA

Charles Bukowski já dizia que, com a “jornada de oito horas de trabalho, o dia está tomado” (2010, p. 46). A vivência em meios de comunicação nos mostrou a necessidade do cuidado de si, e esta prática passa pelo ócio. Com a quantidade de demandas exigidas pelo cotidiano e seus horários a cumprir, sobra pouco tempo para nos conferirmos atenção a nós mesmos de forma geral (relacionamentos, saúde física, projetos paralelos, entre outros).

Por nos acomodarmos a dar conta mecanicamente dos afazeres cotidianos e do excesso de trabalho, resolvemos trabalhar jornalisticamente com o polo oposto à lógica do excesso de trabalho: a cultura do ócio.

“Na sociedade atual o ocupar-se de si identifica-se com transgressão, com uma forma de escapar da norma, de esquivar-se do trabalho ou dos compromissos com os outros. Ocupar-se de si é quase uma imoralidade, uma vez que desobedece às regras morais postas” (KOVALESKI E OLIVEIRA, p. 184). Entrar na lógica do ócio e da preguiça é encontrar uma brecha onde a mente (e o corpo) possa descansar. O propósito do Manual é lembrar que, além de ser uma forma de resistência à rapidez do cotidiano, o ócio também pode ser “pensar em nada”, relaxar, dar uma pausa.

A publicação se utiliza do humor – um pouco nonsense – para servir de “guia até o ócio”. A referência do título do produto a um manual é uma maneira de questionar a lógica do nosso cotidiano, pois estamos tão condicionados a viver num ritmo frenético de acontecimentos que até para relaxar precisamos de instruções, de um passo a passo.

Assim, cada produção textual e ilustração brinca ou reflete sobre o ócio, trazendo o ato de “fazer nada” como uma maneira de se posicionar (criticamente e com humor) ao estilo de vida mecânico e apressado que levamos.

A opção por dar ênfase a um produto bem elaborado em termos de design se deve ao desejo de lançar propostas transgressoras também no campo visual da revista. Com traços orgânicos e muito coloridos, a revista tem forte apelo imagético – servido tanto como publicação informativa quanto como produto estético visual.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A produção da revista foi feita por todo o grupo, com reuniões semanais para decidir as pautas de cada integrante e os métodos de apuração. Assim como o tema sugere, o grupo procurou ser flexível com prazos e estilos de escrita, deixando que cada um escolhesse qual a melhor maneira de abordar o assunto.

Também preferimos que a edição das matérias fosse feita de forma conjunta e horizontal, e não apenas por uma pessoa específica. As ilustrações, por sua vez, foram surgindo a partir dos textos apresentados: quem tinha ideia para ilustrar determinado conto, assim o fazia. Os desenhos foram feitos a mão pelos estudantes e depois vetorizados digitalmente no Adobe Illustrator e Adobe Photoshop, caracterizando uma produção mais artesanal.

Durante as reuniões, procuramos buscar inspiração no nosso cotidiano para saber o que fazíamos quando estamos entediados, preguiçosos ou no ócio, seja ele criativo ou não. Fizemos listas com objetos que poderiam, de alguma maneira, inspirar o ócio e a preguiça, como jogos e brinquedos infantis. Foi assim, inclusive, que surgiu a ideia de embalar a revista impressa em plástico bolha.

A publicação foi pensada para ser lida impressa, uma vez que é inspirada nos fanzines. É preferível, no entanto, que a impressão seja colorida e feita em papel resistente (couché fosco) para que a dimensão visual da revista possa ser contemplada pelos leitores. O fanzine foi pensado para que coubesse numa página A4, pois o tamanho do papel facilita a leitura e a disposição visual das ilustrações.

Preferimos, ainda, variar na fonte dos títulos dos textos por apostarmos na ideia de que o discurso textual também faz parte da construção imagética da revista e por isso deve se adaptar a cada texto. Por exemplo, na figura 1, preferimos desenhar o título junto com a ilustração, para somente depois aplicar na revista. Neste caso, o título é do desenho que o acompanha e a unidade visual entre os dois se dá pelo fato de ambos terem o mesmo traço de ilustração.

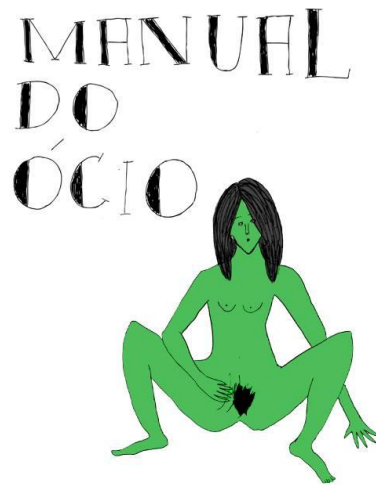


Figura 1 – Título de texto do Manual do Ócio

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Para produzir a revista, procuramos unir o discurso visual com o textual, trabalhando com ilustrações que complementavam o texto e vice-versa. É importante notar que as únicas fotografias que aparecem na publicação têm intervenções manuais, como rabiscos e desenhos por cima.

Logo na capa, o fanzine se posiciona fora do que é convencional na imprensa tradicional, com uma mulher se masturbando na capa. A ideia faz alusão a uma brincadeira popular que diz ser a masturbação a primeira distração que vai à mente das pessoas ociosas [figura 2]:



julho | 2014

Figura 2 - capa do Manual do Ócio

A contracapa, por sua vez, traz uma receita fictícia do que o leitor irá precisar para “viver o ócio”, sempre construindo instruções sobre algo que, na verdade, não se pode apreender. Já no editorial, os erros indicam um falso desleixo com a escrita e a produção da revista; a proposta aqui é fazer, de maneira metalinguística, uma referência à preguiça de produzir o próprio fanzine, algo que é retomado em algumas crônicas. Ainda no editorial, o uso de frases em inglês faz uma brincadeira com os manuais de instrução tradicionais. Mesmo que o conteúdo textual passe seriedade, as frases em inglês e os erros de escrita quebram a expectativa.

O produto foi dividido em segmentos de texto, como preferimos chamar, em que cada um foi escrito por um integrante do grupo. Apesar de a maioria dos textos não ser noticiosa, o Manual também se preocupou em inserir conteúdo jornalístico com perfil mais tradicional – as entrevistas “Outras culturas, outros olhares” e “Um clube para fazer nada” se debruçam sobre o mundo de pessoas que desistiram de levar uma vida corrida para ter mais tempo livre. Em “Um clube para fazer nada”, utilizamos o modelo de entrevista ping-pong para conversar com o publicitário Marcelo Bohrer, que criou o Clube do Nadismo, reunião de pessoas que reservam um tempo na semana para fazer nada. Já em “Outras culturas, outros olhares”, fixamos boxes com relatos de jovens de quatro países para traçar um comparativo da relação cultural deles com o ócio.

Como na escrita manuscrita conseguimos diferenciar a letra de cada pessoa, optamos por deixar que cada texto tivesse uma cor de fonte diferente, mas todos trabalhados com a mesma família tipográfica. Desse modo, conseguimos ter uma unidade visual através da fonte padronizada, e também da temática e ilustrações, que costuram um texto no outro. Outra característica da diagramação, os espaços “em branco”, também ajudam a dar a unidade do fanzine.

A seleção de cores usadas na revista também foi trabalhada em conjunto com o texto e os desenhos, pois as fontes e as ilustrações tinham cores comuns entre si. Na maior parte dos textos, preferimos trabalhar com cores mais quentes e que dessem mais vida para a página, já que tínhamos muitos espaços em branco. Também é comum termos o fundo das páginas trabalhado em uma cor só, com a fonte do texto na cor preta. Quando isso acontece, procuramos colocar a mesma cor em algum detalhe do desenho da página seguinte, para dar equilíbrio visual. É bom destacar que cada segmento de texto tem seu próprio conjunto de cores, que são aplicados em diversas variações, como mostra a figura 3.



Figura 3 - A cor amarelada da página à esquerda é repetida na textura da ilustração dos peixes, na página à direita

Com as ilustrações e as cores aplicadas no fundo das páginas, a revista ganha o efeito de livro ilustrado, estilo que também foi englobado no nosso produto.

Fizemos questão de deixar muitos espaços em branco entre cada uma das seções de texto para deixar a visão do leitor escapar. “Abraça um cacto por um real”, por exemplo, funciona como uma propaganda feita para a revista e também como uma maneira de descansar o olhar dos blocos de texto, que têm formatação justificada, em sua maioria. Outra página que garante o mesmo efeito é a que contém um espaço para rabiscar “enquanto estiver no telefone”.

Não sentimos necessidade de numerar as páginas do fanzine para que o leitor pudesse sentir mais liberdade de folheá-la sem se preocupar em ler os textos na ordem em que estão. A falta de numeração também causa uma quebra de expectativa no manual. A não padronização reflete justamente o que propomos: o manual do ócio, apesar do nome, não vai ensinar nada, muito pelo contrário.

Nota-se também a ausência de identificação dos autores de cada texto, assim como a ausência do sobrenome dos estudantes no expediente da revista. Preferimos não colocar os nomes dos autores por apostar na horizontalidade da produção, pois acreditamos que cada texto é uma parte do todo, da totalidade e coletividade do produto, mesmo que tenha sido feito individualmente.

6. CONSIDERAÇÕES

O Manual do Ócio é uma publicação que brinca com o humor nonsense para fugir do jornalismo tradicional e fala de um tema de pouca visibilidade na imprensa comercial. Como temos dito, a proposta do Manual do Ócio não é ensinar nada a ninguém, mas fazer uma brincadeira sobre o ócio, a preguiça, e sentimentos derivados, junto a um questionamento crítico sobre a rapidez do nosso cotidiano.

Paralelamente, temos consciência de uma dupla força política do trabalho: 1) criar um experimento ousado em se tratando de conteúdo jornalístico, do ponto de vista de texto e imagem; e 2) lidar com um tema que, por si só, foi marginalizado pela lógica capitalista – que, com sua expansão, passou a tomar o tempo livre das pessoas e a associar o ócio à vagabundagem, além de introjetar nos grupos sociais a ideia de que o lazer só é possível dentro de uma lógica moral, racional e economicamente útil (KOVALESKI E OLIVEIRA, p. 186). Sobre o segundo ponto, assumimos o risco de que nosso trabalho não fosse visto

com bons olhos pelos leitores ou profissionais do jornalismo, mas acreditamos firmemente em sua função social: informar, fazer relaxar e refletir, em última instância, sobre o cuidado de si.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BUKOWSKI, Charles. Pedacos de um caderno manchado de vinho. L&PM Pocket, 2010.

KOVALESKI, Douglas Francisco; OLIVEIRA, Walter Ferreira de. “Tecnologias do Eu” e Cuidado de Si: Embates e perspectivas no contexto do capitalismo global. Cadernos Brasileiros de Saúde Mental, Florianópolis, v. 6, n. 3, p.171-191, jan. 2011. Semestral.

Disponível em:

<<http://incubadora.periodicos.ufsc.br/index.php/cbsm/article/viewFile/1508/1737>>. Acesso em: 23 abr. 2015.

MAGALHÃES, Henrique. O que é fanzine. São Paulo: editora Brasiliense, 1993.