

Revista SP ARTE¹
Projeto Transdisciplinar de Arte e Cultura

Carla Mitsy Fernandes Fujii²

Aline Gazola³

Bruna Almeida³

Fabiane Arcos³

Nayara Cristina³

Thaynara Melo³

Vagner Betinarde³

Patrícia Maturano Longarezi⁴

CEUNSP – Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio

RESUMO

O presente artigo apresenta a Revista SP ARTE, uma revista customizada pensada para servir de roteiro cultural da cidade de São Paulo, para os que residem ou para aqueles que estão de passagem, Revista construída a partir de três disciplinas Criação e Arte Publicitária II, Criação e Redação Publicitária II e Tecnologias da Comunicação IV (InDesign) por alunos do 4º semestre de Publicidade e Propaganda. Uma mistura de cultura, arte, leitura e cidade.

PALAVRAS-CHAVE: revista, comunicação, contemporaneidade, cultura, São Paulo, museus e arte.

1 INTRODUÇÃO – Arrumando as Malas

“Navegadores antigos tinham uma frase gloriosa: ‘Navegar é preciso, viver não é preciso’. Quero para mim o espírito [d] esta frase, transformando a forma para casar com o que eu sou: Viver não é necessário, o que é necessário é criar. Não conto gozar a vida, nem gozá-la penso. Só quero torná-la grande, ainda que para isso tenha de ser o meu corpo e a (minha alma) a lenha desse fogo. Só quero torná-la de grande humanidade, ainda que para isso tenha de a prender como minha. Cada vez mais assim penso. Cada vez mais ponho na essência anímica do meu sangue o propósito impessoal de engrandecer a pátria e contribuir para a evolução da humanidade. É a forma que em mim tomou o misticismo de nossa Raça”.

Fernando Pessoa

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Revista Customizada.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: carlamitsy@globocom.com.

³ Estudantes do 5º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: lihgazola@gmail.com, bruna.almeida.710@facebook.com, arcospfabiane@gmail.com, nayara_cristina@live.com, thaynarademelo@live.com e betinarde@gmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso Publicidade e Propaganda, email: pamalos@yahoo.com.br

Senhores passageiros acomodem-se em seus assentos que a viagem irá começar. Uma viagem pela cultura, imersa em museus da cidade de São Paulo e por bairros tradicionais, reconhecidos por suas histórias, por suas tradições. Oh navegadores do asfalto, percorreremos estradas, ruas, vielas, passaremos por parques, construções, museus, vislumbraremos arte, movimento, pessoas, lugares, dimensões.

Preparem-se para vivenciar a viagem pelas janelas do ônibus em movimento, pelas imagens borradas que se formam nas janelas do metrô e por caminhar entre construções e pessoas na cidade que não para.

Antes de começarmos o arrumar das malas uma parada importante se faz necessária. É imprescindível, que o passageiro entenda o contexto no qual se deu a realização desta publicação. A revista SPARTE foi pensada a partir de um trabalho transdisciplinar proposto aos, então, alunos do 4º semestre de Publicidade e Propaganda nas disciplinas: Criação e Arte Publicitária II, Criação e Redação Publicitária II e Tecnologias da Comunicação IV (InDesign). A proposta era criar uma revista com um tema de interesse do grupo, que tivesse uma assinatura e relacionasse as três disciplinas. Buscamos a inspiração e os elementos na Criação e Arte Publicitária II, a poética de nossa linguagem e olhar crítico, embora criativo na Criação e Redação Publicitária e por fim nos enveredamos entre títulos e subtítulo, colunas e imagens nas aulas de Tecnologias da Comunicação IV, ou conhecida intimamente como aula de Indesign.

No arrumar das malas muitas dúvidas e inquietações foram surgindo como: que roteiro seguir? Quais museus/mostras visitar? Ir de encontro aos grandes espaços ou buscar os pouco explorados? Por que falar de arte em um curso de comunicação? Partindo dessas questões traçamos o nosso caminho, por vezes nos perdemos em busca de respostas e então se fez necessário traçar novamente a nossa rota.

Repito: acomodem-se e sejam bem vindos nessa viagem por espaços inesperados, por lugares conhecidos e pouco explorados.

Boa viagem!

2 OBJETIVO – Conferindo os itens

Difundir e popularizar a cultura em todas as instâncias, com visitas a museus, teatros, centro de convenções, ateliês, bibliotecas, mostrar a arte na cidade, suas

intervenções urbanas de forma clara e objetiva desmistificando a dita cultura erudita de difícil alcance e entendimento das grandes massas.

3 JUSTIFICATIVA – Checando os bilhetes

“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

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.”⁵

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

⁵ MCLUHAN, Marshal. Os meios de comunicação como extensão do homem. São Paulo: Cultrix, 1996.

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.⁶

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 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:

Procuro 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.⁷

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

⁶ BERGER, John. *Modos de ver*. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.

⁷ Baudrillard em entrevista concedida à revista *Época*, nº 264. “*A verdade oblíqua*”, em 09 de junho de 2003.

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).⁸

Neste contexto é preciso lembrar que a publicidade, criadora do imaginário é também e principalmente uma tecnologia do imaginário com imenso potencial em criar novos dados para os imaginários existentes, possibilitando novas configurações sociais. A publicidade como tecnologia do imaginário é o espelho de uma época e também operadora na constituição das representações que orientam a maneira pela qual devemos nos inserir no meio cultural que nos fez nascer.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS – Roteiro de Viagem

“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

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.

⁸ JAMESON, Fredric. Globalização e estratégia política. In: SADER, E. *Contracorrente: o melhor da New Left Review em 2000*. Rio de Janeiro: Record, 2001.

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”.⁹

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 nessa enxurrada de imagens que definimos o tema de nossa revista. Uma sociedade massacrada diariamente por uma quantidade absurda de imagens consegue enxergar a arte e a cultura inerentes em sua sociedade?

Realizamos uma pesquisa para escolher quantos e quais locais difusores de cultura conseguiríamos visitar em um dia (essa é nossa proposta, a visitação em um dia, para que o passageiro consiga refazer o trajeto quantas vezes quiser). Então, traçamos nosso percurso, tomando o cuidado para não só reproduzir aquilo que a sociedade entende como arte ou cultura, mas trazendo um novo olhar, sem simulacros. Pesquisa teórica elaborada fomos a campo, sentir na pele o que estávamos propondo. Cada transporte, cada rua, cada esquina. Surpreendemos-nos no encontrar das pessoas, nas expressões populares, nos ambientes visitados, nas mostras escolhidas, fato essencial para passar dados fidedignos ao leitor/passageiro dessa viagem.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO – Diário de Bordo

A revista **SPARTE** chega com a proposta de ser uma publicação mensal com tiragem de cem mil exemplares a serem distribuídos em bancas, museus e espaços culturais da cidade de São Paulo.

⁹ Em entrevista concedida à revista Época, nº 264

Com assinatura das secretarias da Cultura e Educação do Estado de São Paulo e produzida pela agência experimental Protótipo a revista **SPARTE** convida os seus leitores a conhecerem São Paulo a partir de sua arte e cultura.

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 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.

A partir dessa ideia traçamos um roteiro que possibilitasse 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. Começamos pela 30ª Bienal de Arte de São Paulo, como deixar de fora uma mostra com tanto significado? A tão esperada 30ª Bienal, após o fracasso de sua antecessora. A iminência das poéticas nos faz perceber o mundo com todos os sentidos deixando um gostinho de quero mais. Visitamos a Pinacoteca do Estado de São Paulo, museu com arquitetura esplendorosa, recém reformado, nos prende por sua beleza e o tempo parece parar para que possamos apreciar vagarosamente cada manifestação artística. Passamos pelo Memorial da Resistência, sentimos arrepios por todo o corpo, imagens fortes de um passado recente que precisa ser reavivado a todo o momento na mente da população brasileira para que não precisemos beirar novamente o extremo. Finalizamos o dia no bairro mais japonês fora do Japão – a Liberdade, momento de olhar a cidade e perceber a cultura se reconstruindo a cada dia.



Figura 1Capa da revista **SPARTE**

O projeto gráfico da revista **SPARTE** perpassa o tema principal de cada edição trazendo elementos da mesma. No caso da primeira edição utilizamos a inspiração e elementos da 30ª Bienal para compor os elementos gráficos, tanto da capa quanto de seu interior. Os layouts das matérias refletem os espaços visitados, através da diagramação dos textos, a utilização de imagens dos locais e o uso da poética com a inserção de trechos da Música Popular Brasileira.

E que venha a segunda edição com novos caminhos, roteiros, descobertas e deliciosas surpresas.

6. CONSIDERAÇÕES – Desfazendo as malas

“Desconfiai do mais trivial.
Na aparência singela.
E examinai, sobretudo, o que parece habitual.
Suplicamos expressamente:
Não aceites o que é de hábito
Como coisa natural,
Pois em tempo de desordem sangrenta,
de confusão organizada,
de arbitrariedade consciente,
de humanidade desumanizada,
nada deve parecer natural.
Nada deve parecer impossível de mudar”.

Bertold Brecht

No desfazer das malas nos deparamos com mais incertezas do que quando arrumamos a mala. Novas inquietações se fazem presentes. Mais questões a serem discutidas e revistas. Percebemos que ao dobrar de cada esquina um novo mundo se formava a nossa frente, os borrões nas janelas do metrô tornam-se mais definidos, a arte corre em nossa veia e já vislumbramos outro mundo. Mundo das rápidas imagens, substituídas a cada segundo neste mundo plano. Mas já não temos pressa. A arte está diante de nossos olhos, nos museus, nas calçadas, nos prédios, nas sombras que se formam, nos muros, nos extramuros, na imagem refletida nos prédios espelhados ou ainda emolduradas pelas janelas dos transportes coletivos.

A arte que nos cativa, a cultura que nos hipnotiza, hoje já não vemos mais o mundo em preto e branco, após a 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.

Aos transeuntes da cidade que não para, um convite: refaça o trajeto, abra a revista **SPARTE** com a curiosidade da criança que aprende a ler, do homem que vê o mar pela

primeira vez, do cientista duvidoso da cura alternativa. Abra os olhos. Escute com atenção. Sinta o aroma, experimente o gosto doce do conhecimento. Sinta com a alma a arte e a cultura passando por sua epiderme.

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 estratégia 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: Papyrus, 1996.