

CENTRO UNIVERSITÁRIO DO SUL DE MINAS – UNIS/MG
COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA
MONIQUE CADORINI

A proposta da criação de um roteiro de não-entretenimento

Varginha
2015

MONIQUE CADORINI

A proposta da criação de um roteiro de não-entretenimento

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda do Centro Universitário do Sul de Minas – UNIS/MG como pré-requisito para obtenção do grau de bacharel, sob orientação do Prof. Dr. Romilson Marco dos Santos.

**Varginha
2015**

MONIQUE CADORINI

A proposta da criação de um roteiro de não-entretenimento

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda do Centro Universitário do Sul de Minas Gerais - UNIS/MG como pré-requisito para obtenção do grau de Bacharel, sob a orientação do Prof. Dr. Romilson Marco dos Santos

Aprovado em / /

Prof. Dr. Romilson Marco dos Santos

Prof. Me. Ariovaldo Francisco Silva Conselheiro

Prof.

A todos aqueles que por ímpeto ou necessidade, querem ver seus sonhos com seus próprios olhos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus amados pais, Dejanira e Sebastião pelo incentivo, assim como ao orientador Prof. Dr. Romilson (e a todos os professores da instituição que com o mesmo colaboraram), e também aos meus queridos amigos pelo apoio de sempre.

“It’s supercalifragilisticexpialidocious”
Mary Poppins

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo a criação da proposta de um roteiro, embasado no conceito de “não-entretenimento” (este conceito, busca abarcar aqueles (s) conteúdo(s) que não se encaixam em modelos atuais daquilo que é exibido na TV, cinema, etc.). No primeiro momento, a pesquisa bibliográfica buscará entender o contexto atual em que vivemos, a Indústria Cultural e sua relação com o “não-entretenimento” e também como se encontra a linguagem na hipermodernidade, para que se entenda como se comunicar com os indivíduos nessa circunstância. Fica então evidente que a proposta abará a subversão do espaço utilizado rotineiramente na construção desta peça fundamental que é o roteiro no mundo artístico.

Palavras-chave: Roteiro. Comunicação. Não-Entretenimento

ABSTRACT

This work aims to create a script proposal, grounded on the “non-entertainment” concept (this concept, aims to cover those content(s) which do not fill in current models of what has been exhibited on TV, movies, etc). In a first moment, the bibliographical research will seek to understand the present context we live, as well as how will be applied the “non-entertainment” in the moment of a script creation. As it aims the subversion of the used space in the human routine on the construction of this fundamental part which is the script in the audio-visual world.

Key words: Script. Communication. Non-Entertainment

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01 – Exemplo 1.....	22
Figura 02 – Exemplo 2	22

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	10
2 O CONTEXTO QUE HABITAMOS.....	11
3 A INDÚSTRIA CULTURAL.....	13
4 A LINGUAGEM NA HIPERMODERNIDADE.....	16
5 A PROPOSTA.....	21
6 CONCLUSÃO.....	23
REFERÊNCIAS.....	24

1 INTRODUÇÃO

Em qual era vivemos hoje? Em qual contexto nos inserimos ou estamos inseridos? Como é nosso comportamento diante dos fenômenos desse tempo? Com este trabalho não se tem a pretensão ou intenção de responder a estas questões, mas sim através de reflexões embasadas por autores que tratam de questões como a “pós-modernidade e “hipermodernidade”, por exemplo, criar-se um conteúdo dinâmico, uma proposta de um roteiro de “não-entretenimento”.

Ora, por que não um roteiro com conteúdo de “entretenimento”? Simplesmente porque a intenção não é adentrar em um modelo pré-estabelecido pela indústria do entretenimento (seja ela Disney, Hollywood ou de telenovelas, filmes e séries brasileiras), porém não descartando a possibilidade de que os mesmos possam funcionar como referência para este trabalho.

Além da análise no cenário atual, será analisado também o tipo de linguagem que se enquadra nos contextos identificados para que se assim sejam construídas as referências para produção da proposta do roteiro.

O problema que guiará este trabalho se faz de modo onde deve-se abordar as características do contexto em que o indivíduo contemporâneo se insere e qual seria a maneira para se comunicar com o mesmo, somente assim, pode-se ter conteúdo necessário para se pensar na proposta de roteiro.

As hipóteses que se tem em consideração sobre o problema identificado são as de um ambiente atual confuso, porém múltiplo, que espelha o indivíduo e o faz mais do que nunca seu reflexo. Dessa forma comunicar-se torna-se algo complexo, com e sem regras, com potencial que precisa ser explorado para maior vivência daquilo que se identifica na teoria.

De metodologia tem-se a pesquisa bibliográfica, dividida em três capítulos: a contextualização do cenário contemporâneo, a indústria cultural e a linguagem na hipermodernidade.

2 O CONTEXTO QUE HABITAMOS

Nos dias de hoje, nota-se uma grande inconstância na sociedade. Essa característica pode ser notada em vários âmbitos da mesma, assim também como parece refletir em tudo e em todos. A volatilidade torna-se um aspecto praticamente intrínseco das atividades do dia a dia, como consequência o comportamento humano torna-se cada vez mais complexo, alucinante, dinâmico e as vezes desfocado. As relações do indivíduo com o espaço que ocupa e divide com outros não são mais as mesmas, sendo um período em que

As grandes estruturas socializantes perdem a autoridade, as grandes ideologias já não estão mais em expansão, os projetos históricos não mobilizam mais, o âmbito social não é mais que o prolongamento do privado – instala-se a era do vazio, mas ‘sem tragédia e sem apocalipse’. (LIPOVETSKY, 2004, p. 23)

Ao não se “sentir” esse turbilhão que o autor chama de “a era do vazio”, nota-se já outra face dessa atualidade: o sentimento de anestesia, onde muito acontece e pouco realmente se sente. Nessa infinita montanha russa de características encontramos um conceito autoexplicativo que reflete o período contemporâneo chamado “hipermodernidade”, onde “A hipermodernidade não é nem o reino da felicidade absoluta, nem o reino do niilismo total. Em certo sentido, não é nem o resultado do projeto das Luzes, nem a confirmação das sombrias previsões nietzschianas.” (LIPOVETSKY, 2004, p. 43)

Nota-se então que o significado da palavra ambiguidade não consegue sozinho, abarcar toda a volatilidade deste período. Não se intenciona aqui, buscar definições, pois como se nota, esta é uma tarefa que terá grande chance de falhar devido aos fatores apresentados por Lipovetsky até este ponto. Se faz necessário esclarecer que, quando se concorda com o autor citado, se faz necessário esclarecer que

[...] a expressão *pós-moderno* era ambígua, desajeitada, para não dizer vaga. Isso porque era evidentemente uma modernidade de novo gênero a que tomava corpo, e não uma simples superação daquela anterior. (LIPOVETSKY, 2004, p. 52, grifo do autor)

Sendo assim, nota-se que o termo “pós-moderno” não cabe mais para que se refira ao contexto atual. Então é necessário ter em mente que para que se “chegasse” à hipermodernidade, tenha-se passado por uma primeira e pós-modernidade.

A super mobilidade hipermoderna irá culminar em um “mundo líquido”, como nos apresenta Bauman: “Para nós, os habitantes deste líquido mundo moderno que detesta

tudo o que é sólido e durável, tudo que não se ajusta ao uso instantâneo nem permite que se ponha fim ao esforço [...]” (BAUMAN, 2003, p. 46). O que talvez até soe contraditório, pois é notável que a cada dia o indivíduo se esforça mais para não ter esforço. Porém, claro o tempo em que irá existir esse “não-esforço” passa a se tornar um mito, porque se está sempre em ritmo ultra acelerado buscando sempre um tal item faltoso.

Desde nossa nova Idade Média já se disse que será uma época de ‘transição permanente’ na qual serão adotados novos métodos de adaptação: o problema não será tanto o de conservar cientificamente o passado quanto o de elaborar hipóteses sobre o aproveitamento da desordem, entrando na lógica da conflitualidade. *Nascerá, como já está nascendo, uma cultura de adaptação contínua, nutrida de utopia.* (ECO, 1985, p. 99, grifo nosso).

Transição permanente esta que tem como atributo um certo equilíbrio instável, que contribui para esta cultura de eterna imediatez e readaptação contínua. A utopia que o autor diz, talvez esteja inscrita na falta de preenchimento de tudo aquilo que sempre irá passar de forma fugaz, deixando rastros incertos e desformes.

Os indivíduos hipermodernos são ao mesmo tempo mais informados e mais desestruturados, mais adultos e mais instáveis, menos ideológicos e mais tributários das modas, mais abertos e mais influenciáveis, mais críticos e mais superficiais, mais céticos e menos profundos. (LIPOVETSKY, 2004, p. 28).

Assim, se toda essa informação (ainda que desformes) à qual esses indivíduos têm acesso não tiver finalidade, de nada irá adiantar de que conteúdo se trata, seu tamanho, origem, etc. Um dos aspectos que mais se pode conferir nesta contemporaneidade são as redes de informação: presentes nos mais variados suportes, falando para infinitos grupos sobre os mais diversos assuntos. “Dentro da rede, você pode sempre ocorrer em busca de abrigo quando uma multidão à sua volta ficar delirante demais para o seu gosto.” (BAUMAN, 2003, p. 80). Não se persegue generalizar o conceito e claro, o conteúdo dessas redes, porém as mesmas por esta certa característica de “acolher” o indivíduo que de certa forma se encontra desconfortável com seu contexto exterior, pode funcionar como uma espécie de seita de nossa era.

O advento da proximidade virtual torna as conexões humanas simultaneamente mais frequentes e mais banais, mais intensas e mais breves. As conexões tendem a ser demasiadamente breves e banais para poderem condensar-se em laços. (BAUMAN, 2003, p. 83)

Nesta era em que se vive, a comunicação do dia a dia em grande parte é tecida manualmente em dispositivos como os *smatphones*, porém sem a qualidade de “exclusividade” que tradicional e geralmente se tem em artigos e produtos feitos à mão. A exclusividade é estar tecendo à múltiplas tecladas um imaginário virtual, insólito, de eternidade que dura segundos e reviravoltas que soam desvinculadas.

Os vínculos eventualmente, podem estar no ambiente escolhido pelos indivíduos como abrigo, proteção, isolamento, onde “Os que podem, vivem em ‘condomínios’, planejados como se fosse uma ermida: fisicamente dentro, mas social e espiritualmente fora da cidade.” (BAUMAN, 2003, p. 132)

Pode-se perceber que não estando o “espírito” contido no indivíduo, o mesmo irá buscar preencher seus vazios com itens concretos (multifuncionais, com finalidades questionáveis), onde o “sucesso” ou “fracasso” de investidas deste tipo, esteja talvez em sua mente. “A sociedade hipermoderna se apresenta como a sociedade em que o tempo é cada vez mais vivido como preocupação maior; a sociedade em que se exerce e se generaliza uma pressão temporal crescente.” (LIPOVETSKY, 2004, p. 75)

Nesta sociedade, mais do que nunca também não poderia deixar de haver uma estranha relação com o tempo; onde se quer que seja medido, cobrado, reaproveitado, guardado e estocado. Vãs tentativas de medir o imensurável e lidar com uma ideia “hiperconstruída”. Contudo, este “tempo” na verdade parece escorrer por entre os dedos daqueles de ansiosas vidas banhadas pela vigilância e pela falsa predileção do caos hipermoderno. “Como diziam os chineses para maldizer alguém: ‘Que você possa viver numa época interessante’.” (ECO, 1985, p. 99)

3 A INDÚSTRIA CULTURAL

O conceito de indústria, que teve origem com a primeira revolução industrial nos idos do século XIX, fez com que os estudiosos deste fenômeno (também conhecida como Indústria Cultural, Escola de Frankfurt e etc.), trouxessem à tona vários questionamentos sobre a reação do indivíduo aos estímulos da mesma. Estímulos esses, que provinham de características muito próprias dessa indústria, como: produção em série, repetição de ideias, informações e etc. Características essas que não cabem mais ao que se vive atualmente como vestem no contexto anterior. Porém, é necessário que haja uma breve contextualização sobre a Indústria Cultural para que melhor se entenda o ponto em que os indivíduos atuais se encontram inseridos, quando em comparação com o seu passado moderno.

O organismo não reage a ‘qualquer coisa’, mas àqueles estímulos que ele identifica como tal. Um estímulo é uma entidade relativa, não existe no mundo, mas apenas e em relação ao indivíduo que interpreta. Em suma, a natureza mecânica dá lugar a processo que primam pela interpretação e pela seleção. (MARTINO, 2003, p.22)

A comunicação fabricada (fabricada, pois não acontece espontaneamente: é seu processo de concepção, execução, implementação e feedback, foram e são meticulosamente calculados) se trata de um sistema complexo, que não pode ser analisado como parte, mas sim, só pode ser visto e estudado com um todo, de modo que:

Os frankfurtianos trataram de um leque de assuntos que compreendia desde os processos civilizadores modernos e o destino do ser humano na era da técnica até a política, a arte, a música, a literatura e a vida cotidiana. [...] Segundo seu modo de ver, as comunicações só adquirem sentido em relação ao todo social, do qual são antes de mais nada uma mediação e, por isso, precisam ser estudadas à luz do processo histórico global da sociedade. (RÜDIGER, 2002, p.132)

Assim, quando se analisa a questão das técnicas de reprodução que surgiram e se monstruosamente se solidificaram vemos que “As técnicas de reprodução destacam do domínio da tradição o objeto reproduzido. Na medida em que multiplicam a reprodução, substituem a existência única da obra por uma existência serial.” (BENJAMIN, 1987 apud RÜDIGER, 2002, p.136). Porém, vive-se hoje em uma época onde a cada dia (na verdade, menos que vinte e quatro horas muitas vezes) são introjetados na rotina humana, diversos aparelhos eletrônicos frutos de produção industrial, porém com a diferença de que se tem liberdade – ou pelo menos uma perfeita ilusão- de escolha para construir, agregar e compartilhar (em tempo real, com o mundo todo) conteúdo nesses estes *gadgets*.

A representação teatral, o recital, a pintura ou a escultura geravam mitologias porque estavam fora do alcance das massas. [...] As tecnologias modernas promovem uma desmistificação dessas noções, que apenas serviam para legitimar as reivindicações de mando da burguesia (RÜDIGER, 2002, p.137)

Porém, com adventos da Indústria Cultural como a possibilidade de consumo, vem o mito de liberdade de escolha das ações. Mito de liberdade esse, fruto dos mandos e desmandos daqueles que detém esses meios de produção e causam e sua “massa” uma ilusão de vivência, reafirmada com o entretenimento causado por suas linhas de produção, de modo que:

Assim, e partindo do pressuposto (aceito a título de argumentação) de que a cultura de massa aliena, forçando o indivíduo a perder ou a não formar uma imagem de si mesmo diante da sociedade, uma das primeiras funções por ela exercida seria a narcotizante, obtida através da ênfase ao *divertimento* em seus produtos. Procurando a diversão, a indústria cultural estaria mascarando realidades intoleráveis e fornecendo ocasiões de fuga da realidade. (TEIXEIRA, 1980, p. 23, grifo do autor)

Percebe-se assim então que na Indústria Cultural a diversão como entretenimento tem sua característica de cura momentânea para aqueles que a consomem. Com essa função narcotizante, seu detentor tem total controle sob os seus detentos.

Nos dias de hoje, é evidente que o público dessa Indústria, a massa se dissolveu. Hoje é líquida e suas gotas aos poucos - ao mesmo tempo que aos montes- inundam as rotinas, borrando a realidade, manchando o passado, ao mesmo tempo em que oferece possibilidades infinitas. Por isso, se faz necessário algo que não enforme este estado líquido dos comportamentos humanos, mas que conviva fluidamente, que contamine e se deixe contaminar: a proposta do “não-entretenimento”, baseia-se em atuar de forma contrária ao entretenimento (como apresentado pela Indústria Cultural), pois não tem como função suspender a capacidade crítica do indivíduo, mas sim aflora-la, não busca seu conforto (porém claro, também não o impede). O “Não-entretenimento”, visa se adaptar ao contexto atual dos indivíduos, buscando sua liberdade, inclusive a repulsa do indivíduo pelo mesmo – já que entre as infinitas possibilidades, a de recusa ao conceito também se faz possível e também necessária.

4 A LINGUAGEM NA HIPERMODERNIDADE

No primeiro capítulo deste trabalho, constatou-se o ambiente em que a sociedade atual está inserida: hipermoderna como diz Lipovetsky (e como também irá aqui dizer Baudrillard) e líquida, segundo Bauman. Assim, diante de tais fatos, nesta terceira parte, busca-se entender como na prática deverá ser trabalhado o conteúdo para a proposta de um roteiro.

Notou-se também no segundo capítulo deste, que os indivíduos inseridos no contexto hipermoderno já não fazem parte daquela que foi chamada Indústria Cultural, sendo assim:

A passagem dos signos que dissimulam alguma coisa aos signos que dissimulam que não há nada, marca a viragem decisiva. Os primeiros referem-se a uma teologia da verdade e do segredo (de que faz ainda parte a ideologia). Os segundos inauguram a era dos simulacros e da simulação, onde já não existe Deus para reconhecer os seus, onde já não existe Juízo Final para separar o falso do verdadeiro, o real da sua ressurreição artificial, pois tudo está antecipadamente morto e ressuscitado. (BAUDRILLARD, 1981, p. 14)

Entre os atos de morte e ressuscitação, esteja talvez um “limbo simbólico”, um ambiente cinza, um meio termo entre o passado e o presente (entre aquilo que se busca fazer “hiperpresente”) que pode fazer com que os indivíduos se percam diante do perigo da simulação. É por essas que outras, que se busca nesta proposta, alcançar o simulacro, pois

A ordem estabelecida nada pode contra isso, pois a lei é um simulacro de segunda categoria enquanto que a simulação é de terceira categoria, para além do verdadeiro e do falso, para além das equivalências, para além das distinções racionais sobre as quais funcionam todo o social e todo o poder. (BAUDRILLARD, 1981, p. 31)

A segunda e terceira categoria citadas acima pelo autor, fazem referência às categorias fenomenológicas instituídas por Charles Sanders Peirce, onde:

Experiência de primeiridade é aquela de uma qualidade; a de secundidade é proporcionada pela reação a um choque, a um conflito entre ações e hábitos, que ocorrem aqui e agora, e apenas uma vez; se repetida e continuada, passa a ser uma reação com força de lei, e, aí, estamos no domínio da experiência de terciridade. (FERRARA, 1986, p. 10)

Uma vez os simulacros estando inclusos na secundidade e objetivando expressar tais características através de imagens, tem-se que

Enquanto que a representação tenta absorver a simulação interpretando-a como falsa representação, a simulação envolve todo o próprio edifício da representação como simulacro. Seriam estas as fases sucessivas da imagem:

- ela é o reflexo de uma realidade profunda
- ela mascara a deforma uma realidade profunda

- ela mascara a ausência de realidade profunda
 - ela não tem relação com qualquer realidade: ela é o seu próprio simulacro puro.
- (BAUDRILLARD, 1981, p. 13)

Reafirmando a escolha de se trabalhar com representações através de imagens temos que

Toda representação é uma imagem, um simulacro do mundo a partir de um sistema de signos, ou seja, em última ou em primeira instância, toda representação é gesto que codifica o universo, do que se infere que o objeto mais presente e, ao mesmo tempo, mais exigente de todo processo de comunicação é o próprio universo, o próprio real. (FERRARA, 1986, p. 07)

Visto que se objetiva trabalhar e compor imagens a partir da secundidade, torna-se inviável construir algo linear ou vertical, já que:

Procura-se uma predominância da organização rítmica sobre a organização lógico-sintática... tenta-se a desmontagem de uma sintaxe linear, rigorosamente lógica para a produção de uma sintaxe cifrada, condensada e mais analógica, não simplesmente verbal, mas em vários planos paralelos e, ao mesmo tempo interpenetrantes, embora conservando certa continuidade. (FERRARA, 2009, p. 18)

Esta “certa continuidade” mesmo podendo não ser apreensível em um primeiro momento, irá possivelmente acontecer (possivelmente porque discorre-se sobre múltiplos signos que também se comportam de forma múltipla no imaginário daqueles que poderão os interpretar), já que todas as imagens irão compor um mesmo trabalho. “É nesse descentramento do uso comum, nesse insólito, nesse vazio da norma que se situa aquela qualidade de estranheza, de divergência que está na base da produção e da percepção estéticas.” (FERRARA, 2009, p. 35)

É com esta certa “estranheza” e deslocamento do lugar comum, que pretende-se inserir a proposta de roteiro na presente contemporaneidade, pois “Pelo seu caráter icônico, atende à necessidade de permanecer como um desafio à capacidade perceptiva, intensificando-a e, sobretudo, diversificando-a.” (FERRARA, 2009, p. 35) Não permitindo assim que o indivíduo hipermoderno se entedie, uma vez que uma das regras desta era é justamente não ter regras. Com isto também fica evidente que dentre as inúmeras possibilidades que se farão presentes, está a de que o indivíduo não se interesse pela proposta.

É necessário afirmar também que não se busca sistematizar a forma de interpretação da proposta de roteiro, onde, “*Não se ensina como ler o não-verbal*. É mais um desempenho do que competência porque, sendo dinâmico, o não-verbal exige uma leitura, se não

desorganizada, pelo menos sem ordem preestabelecida, convencional ou sistematizada.”
(FERRARA, 1986, p. 26, grifo nosso)

Se faz imprescindível também, trabalhar a linguagem hipermoderna na rede, já que

No ciberespaço, qualquer informação e dados podem se tornar arquitetônicos e habitáveis, de modo que o ciberespaço e a arquitetura do ciberespaço são uma só e a mesma coisa. Entretanto, trata-se de uma arquitetura líquida, que flutua. Por isso, o ciberespaço altera as maneiras pelas quais se concebe e percebe a arquitetura, de modo que torne nossa concepção de arquitetura cada vez mais musical. Pela primeira vez, o arquiteto não desenha um objeto, mas os princípios pelos quais o objeto é gerado e varia o tempo. (SANTAELLA, 2007, p. 16-17)

A multiplicidade do ciberespaço é característica intrínseca que

[...] (a importância do estilo como identidade), não pode nos levar a minimizar [...] a relevância do lado social do estilo como expressão de nossa posição social, em termos de categorias como classe, gênero, idade, relações sociais, atividades e papéis que desempenhamos. (SANTAELLA, 2007, p. 62)

Devido a sua forma, ou melhor dizendo, a falta dela, o ciberespaço nos permite “liberdade” de atuação, assim como constatado no primeiro capítulo deste trabalho, porque “É também uma maneira de não se precisar escrever para um tipo específico de leitor, mas escrever e separar diferentes níveis de profundidade relacionados ao assunto. Com isso, o leitor se aprofunda na medida desejada no conteúdo de seu interesse. (LANDOW, 1994 apud SANTAELLA, 2007, p. 308)

É necessário estar ciente de que o “Hipertexto é um conjunto de documentos de qualquer tipo (imagens, textos, gráficos, tabelas, vídeos) conectados uns aos outros por links. ” (MURRAY, 2003, p. 64). Então, esteja ele no mundo virtual ou físico, o importante para o hipertexto é sua função de link, aquilo que irá conectar as hipermídias. Por sua vez, sobre as hipermídias temos que

Longe de ser apenas uma nova técnica, um novo meio para a transmissão de conteúdos preexistentes, a hipermídia é, na realidade, uma nova linguagem que nasce da criação de hipersintaxes capazes de refuncionalizar linguagens (textuais, sonoras, visuais) que antes só muito canhestamente poderiam estar juntas, combinando-as e retecendo-as em uma mesma malha multidimensional. Toda nova linguagem traz consigo novos modos de pensar, agir, sentir. Brotando da convergência fenomenológica de todas as linguagens, a hipermídia significa uma síntese inaudita das matrizes da linguagem e pensamento sonoro, visual e verbal, com todos os seus desdobramentos e misturas possíveis (SANTAELLA, 2001 apud SANTAELLA, 2007, p. 320)

Sendo assim, é mais uma vez evidente que os “hipers”, seja ele o espaço, a mídia, a modernidade, quem sabe também um “hipercomportamento”, não só apenas termos, mas fatos que se desdobram um sob os outros, se refletindo, afetando, também causando e quem sabe, funcionando como uma espécie de solução de comunicação para com o indivíduo de hoje.

5 A PROPOSTA

De forma a se trabalhar com o ciberespaço e a hipermodernidade, de acordo suas características abordadas nos capítulos anteriores, a primeira parte da proposta deste trabalho será um site com as seguintes características:

- A cada 24 horas as imagens da página inicial do site aparecerão em uma ordem diferente.
- Os usuários do site também podem enviar suas imagens.
- É possível clicar em cada item (e também alterá-lo, de modo que ficará registrado um histórico de alterações, onde para que a alteração seja efetivada é necessário que se deixe um link de uma rede social) e girá-lo em 360°. Cada item desse, pode conter um trecho de áudio, texto, link, vídeo, ou outra imagem.
- É possível mover todos os itens que compõem as imagens e adicioná-los à outras imagens (o mesmo com os outros itens de texto, áudio, vídeo, etc.).

É evidente que para que se implemente tal proposta, é necessário que se estabeleça algum tipo de relação com os indivíduos que irão interagir com o site. Não no sentido de se medir algo, afinal não existe régua possível que meça uma experiência, mas no sentido de que se perceba o que ali foi estabelecido, se é que em algum momento foi possível se estabelecer algo (porque como bem nos apresentou Bauman, se estabelecer uma relação não é lá uma das características desse tempo líquido em que vivemos).

Quanto ao que se diz respeito ao público deste site, de acordo com os conceitos identificados durante este trabalho, evidencia-se impossível delimitar onde se começa e termina tal segmento. É evidente então que será um público que irá circular (ora, na era da mobilidade é o que acontece) de forma talvez quase aleatória por entre as ideias e caminhos ali expostos, resignificando os mesmos a cada acesso.

Exemplos de imagens que estarão no site:

Figura 01 – Exemplo 01



Fonte: Monique Cadorini

Figura 01 – Exemplo 02



Fonte: Monique Cadorini

6 CONCLUSÃO

O tempo em que vivemos e suas deformidades, proporciona coisas sempre extremas e as vezes ao mesmo tempo atenuantes. As medidas variam a cada segundo e se adaptar e arriscar se faz inescusável.

Tudo se transforma em ponto de discussão e a “certeza” seja talvez agora apenas mais um vocábulo. Pois, se antes o que era sólido se desmanchava no ar, imagine o que acontece agora.

Ficou evidente que a proposta se transformou em algo que não é um roteiro, pois não é algo definido com começo, meio e fim. É justamente a falta de roteiro que dá vida e característica hipermoderna ao site. A transformação durante o processo de pesquisa e elaboração deste trabalho foi inevitável, assim como uma posterior prática da proposta apresentada.

Como se trata de um processo vivo de interação não é possível prever comportamentos e resultados, tendo em mente que por ter vida, o processo não será o mesmo por muito tempo. Ora, a proposta nesse momento de site, se faz como sendo mais uma parte da hipermodernidade, imprevisível, aberta, múltipla.

A percepção ou não dos indivíduos em relação às características e qualidades de sentimentos apresentadas nas imagens (e aliadas aos outros conteúdos) diz respeito somente a eles. Pois:

O signo não-verbal é de baixa definição, ou seja, é um meio frio, visto que a informação dele decorrente pode ser rica, porém pouco saturada em relação à precisão dos seus dados; em consequência, árdua e diversificada é a tarefa do seu receptor. (FERRARA, 1986, p. 14)

Assim, de qualidades abstratas o que mais importa é que os meios utilizados na proposta estejam em consonância com a hipermodernidade e que causem algo aos indivíduos que tiverem contato com mesmo, não os deixando cair em inanição, sendo assim “não entretenimento”, onde o importante é que reajam de alguma forma - mesmo que seja com indiferença.

REFERÊNCIAS

- BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulações**. Lisboa: Relógio D'água, 1991.
- BAUMAN, Zygmunt. **Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos**. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- COELHO, Teixeira. **O que é indústria cultural**. 16. ed. São Paulo: Brasiliense, 1996. (Vol. 8). Coleção Primeiros Passos
- DINES, Alberto. **Entrevista com Zygmunt Bauman**. 2015. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/oitv/entrevista-com-zygmunt-bauman/>>. Acesso em: 20 out. 2015.
- ECCO, Humberto. **Viagem na irrealidade cotidiana**. Tradução A. F. Bernrdini, H.F. de Andrade. 4. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.
- ENTREVISTA: Gilles Lipovetsky aborda o papel do consumo na atualidade. **RedeGlobo**, 11 out. 2012. Disponível em: <<http://redeglobo.globo.com/globouniversidade/noticia/2012/10/entrevista-gilles-lipovetsky-aborda-o-papel-do-consumo-na-atualidade.html>> Acesso em: 29 set. 2015.
- FERRARA, L. D. **A estratégia dos signos**. 2. ed. São Paulo: Perspectiva. 2009.
- _____. **Leitura sem palavras**. São Paulo: Ática, 1986.
- FONTEVECCHIA, Jorge. **Zygmunt Bauman: “Ser populista no es siempre malo”**. 2015. Disponível em: <http://www.perfil.com/mobile/?nota=/contenidos/2015/08/09/noticia_0067.html>. Acesso em: 19 out. 2015.
- HOHLFELDT, A. et al (Org.). **Teoria da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.
- LIPOVETSKY, G.; CHARLES, S. **Os Tempos hipermodernos**. Tradução Mário Vilela. São Paulo: Bacarolla. 2004.
- MURRAY, Janet H. **Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço**. Tradução E. K. Daher, M. F. Cuzziol. São Paulo: Itáu Cultural/ Unesp, 2003.
- NADER, Ginha. **Walt Disney: um século de sonho**. São Paulo: Senac, 2001. (Vol. 1).
- _____. **Walt Disney: um século de sonho**. 2. ed. São Paulo: Senac, 2001. (Vol. 2).
- SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 2007.
- _____. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007. p. 13-27; 55-77; 299-320.