



Revista Orbe¹
(Campanha Parâmetros)

Janne Alves de SOUZA²

Caren Dias ALMEIDA³

Darlan Haron Pereira DIONÍSIO⁴

Gisele Harumi Shiraga WANDERLEY⁵

Fernanda Francisca de LIMA⁶

Rafael de Paula Aguiar ARAÚJO⁷

Fernando ALTEMEYER JUNIOR⁸

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, SP

RESUMO

A revista Orbe edição única foi criada e produzida em 2009 do curso de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda da PUC-SP. A linha editorial e temática da revista consiste no cruzamento da noção de *valor* em relação à ética e a moral sob o ponto de vista da política e da religião. Orbe traz textos reflexivos e analíticos com o objetivo de propor o debate sobre a inversão dos valores na sociedade contemporânea.

PALAVRAS-CHAVE: valor, política, religião, comunicação, ética.

INTRODUÇÃO

A revista Orbe é uma revista acadêmica criada a partir da proposta de trabalho interdisciplinar que consistiu em realizar uma produção editorial que contemplasse política e religião. Tendo por princípio a característica essencial da PUC-SP, uma universidade católica com forte viés político, cujos valores e crenças a levaram ao embate contra o autoritarismo, a repressão e a violação dos direitos fundamentais no período da ditadura militar no Brasil, propôs-se que o trabalho tivesse por base a ética, os valores e crenças pela perspectiva da religião e da política tendo por objeto a comunicação, enquanto elemento comum e primordial das atividades religiosa e política. É na e pela comunicação que se faz política e se propaga a religião.

¹ Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria V – Produção Editorial e Produção Transdisciplinar em Comunicação, modalidade q. Revista customizada (avulso).

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

³ Integrante do grupo Estudante do 5º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: carenfuturadobaixo@hotmail.com

⁴ Integrante do grupo Estudante do 5º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: darlanharon@hotmail.com

⁵ Integrante do grupo Estudante do 5º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: Gisele@nissin.com.br

⁶ Integrante do grupo Estudante do 5º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: fernanda3a@hotmail.com

⁷ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda da FAFICLA-PUC-SP, email: rafa77@uol.com.br

⁸ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda da FAFICLA-PUC-SP, email: fajr@pucsp.br



A política tem princípio na comunicação (a retórica aristotélica é a base do discurso político) bem como a religião, em relação aos escritos sagrados e aos evangelizadores. A comunicação é a característica comum de ambas as temáticas abordadas e é a partir dela que formulamos a proposta de trabalho que resultou na revista acadêmica Orbe cujo objetivo consiste em propor debates por meio de análises de casos e reflexões em que sejam aplicáveis os conceitos e teorias apreendidos em aula.

Weber (2004) define política como uma relação de dominação por meio da palavra. Nesse sentido o ato de comunicar é um ato de dominação. Para Aristóteles “o homem é naturalmente um ser político, destinado a viver em sociedade” (1995: 14). Segundo o filósofo grego, o que possibilitou a formação de comunidades foi a capacidade que tem o homem de se relacionar pela comunicação. É pelo domínio da palavra (*dom da palavra*) que o homem adquire a capacidade de viver coletivamente em busca de um bem comum: a felicidade plena. E é justamente na formação de comunidades que são reunidas as condições necessárias para a existência da vida e para a prática das atividades humanas que o homem procura o caminho para alcançá-la.

O princípio essencial da vida humana é a busca da felicidade. Em *filosofia das práticas* (1995) de Aristóteles a busca pela felicidade coletiva (*eudaimonia*) é o elemento agregador que estabelece a natureza política como característica primordial do homem. A política constitui, então, relações práticas em busca da organização e do provimento do sustento para as comunidades. A virtude do homem deve estar baseada em uma conduta ética e moral para garantir a boa continuidade das sociedades. A razão, a virtude e a ação capacitada devem garantir a subsistência e a manutenção da ordem social.

Os princípios, as crenças e valores estão contidos nas comunidades religiosas mais remotas. As religiões mais antigas se baseiam na oralidade e na linguagem verbal. As escrituras sagradas em que estão as doutrinas e mandamentos, representam a comunicação de Deus com o homem. É na bíblia e no torah que cristãos e islâmicos encontram a palavra divina que conduz o homem à felicidade suprema, à eternidade. Da mesma forma, é na constituição, na legislação e regulamentação que o homem procura definir a boa conduta, baseada na ética e na moral, que deve garantir a harmonia e a continuidade das sociedades.

A política baseia-se na pluralidade dos homens. O sentido da política é a liberdade (ARENDDT, 2002). O convívio se dá pela necessidade de haver um provimento da vida relativo a todos, como uma necessidade para a vida humana e, na verdade, tanto para a vida do indivíduo como da sociedade. Tarefa e objetivo da política é a garantia da vida no sentido mais amplo.

Deus criou o homem, os homens são um produto humano mundano, e produto da natureza humana. (...) A política trata da convivência entre diferentes. Os homens se organizam politicamente para certas coisas em comum, essenciais num caos absoluto, ou a partir do caos absoluto das diferenças (ARENDDT, 2002: 7).

Para regular essas diferenças de que fala Hannah Arendt o homem criou sistemas de regulação e organização da vida em sociedade tendo por base os valores mais essenciais à vida: a garantia da liberdade, de acesso à cultura, educação, à saúde, etc. Tendo por base a noção de sistema como reunião de elemento com propriedades comuns organizados, a sociedade está repleta de sistemas que visam dar continuidade à vida de maneira organizada. O sistema jurídico e o sistema político visam reunir leis e normas que devem reger o comportamento dos homens em sociedade. Neles estão contidos valores universais religiosos e culturais.

OBJETIVOS

A revista Orbe tem por objetivo primeiro propor uma reflexão da inversão de valores na pós-modernidade. Na contemporaneidade a apropriação das funções de regulação e organização, entre outras, pelos subsistemas da publicidade e mídia do sistema da comunicação, vem promovendo a inversão dos valores. O consumo tem emergido como atributo de valor. Os valores originários, a liberdade, a felicidade tem sido atrelados à experiências de consumo.

O consumismo amplamente disseminado tem por base a satisfação imediata de prazeres efêmeros. A efemeridade ou a liquidez para citar Bauman (2002) é uma característica peculiar das sociedades ocidentais globalizadas. É a doença que desvia os sentidos dos valores mais primitivos da humanidade para a materialidade dos bens de consumo. O consumo tem adquirido cada vez mais a qualidade um ritual simbólico.

Por outro lado, a revista tinha igualmente o desafio de aproximar a discussão sobre valores da universidade, visto que como uma revista acadêmica da PUC SP seu principal público é toda a comunidade PUC (alunos, funcionários) e em especial os alunos de comunicação já que a publicação é fruto trabalho e percepções de alunos e professores de publicidade.



JUSTIFICATIVA.

Os problemas que se colocam tendo em vista as direções para as quais as sociedades têm apontado devem ser refletidos e amplamente discutidos, pois a inversão de valores de que tratamos pode levar a desumanização das relações em sociedade, inclusive as afetivas. As paixões, segundo Nietzsche (2007), são à base da vida social. São os instintos mais primitivos do homem, o medo da morte, o medo do próximo, a origem da sociabilidade. Desta forma, propomos discutir quais as implicações para a sociedade, bem como para a publicidade, desse movimento que tem se percebido nas sociedades contemporâneas em que os valores essenciais à vida humana tem sido invertidos, transferidos para os rituais de consumo. Vale ressaltar, como se pode notar no texto *O Espetáculo da Fé e a Mercantilização da Religião*, que há um movimento que tem se expandido grandemente em direção a mercantilização e que nasce na esfera da vida religiosa. As igrejas tem-se valido das estratégias de marketing e das ferramentas da publicidade, o que tem sido amplamente discutido no ambiente acadêmico.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A partir da proposta de criação e produção da revista acadêmica Orbe, iniciou-se o processo de pesquisa sobre os temas e conceitos que seriam abordados, bem como a forma de abordagem do respectivo tema, já citado anteriormente: a inversão dos valores nas esferas da política e da religião e dos sistemas de comunicação.

O trabalho de criação e produção se desdobrou em 05 (cinco) etapas, quais sejam:

1. Definição do projeto gráfico e editorial da Revista;
 - 1.1. Redação;
 - 1.2. Diagramação;

2. Definição das etapas de trabalho;
 - 2.1. Divisão de tarefas;
 - 2.2. Definição de temas;
 - 2.3. Definição das etapas de produção;
 - 2.4. Revisão



3. Definição de temas:

- 3.1. Auto-regulamentação publicitária, com análise de caso;
- 3.2. Regulamentação da publicidade infantil;
- 3.3. Vícios e virtudes na publicidade;
- 3.4. Inversão de valor na sociedade contemporânea e o problema do consumo como experiência, análise do documentário Sonho Tcheco;
- 3.5. A fé como produto de consumo e os templos religiosos como mercados;

4. Produção:

- 4.1. Pesquisa bibliográfica e temática para a produção de textos;
- 4.2. Produção de textos e revisão;
- 4.3. Pesquisa, seleção e produção de imagens;
- 4.4. Diagramação da revista;
- 4.5. Revisão de textos;
- 4.6. Revisão de diagramação;

5. Revisão final;

DESCRIÇÃO DO PRODUTO.

PROPOSTA EDITORIAL:

- Tema:
 - A inversão dos valores na sociedade do consumo;
- Áreas:
 - Política, Religião e Comunicação;

PROJETO GRÁFICO:

- Formato A4;
- Tamanho da página: 205 mm x 275 mm;
- Orientação de página: vertical;
- Papel:



- *Miolo*: couche 100 gramas;
- *Capa*: couche 170 gramas.

CONSIDERAÇÕES.

A revista Orbe ao trazer para o cerne de sua edição as relações sobre política e religião, pode-se dizer acaba por fazer a abordagem de uma das discussões mais pertinentes à sociedade contemporânea “*a relação do homem com o tempo*”. Tal afirmação se justifica a partir da percepção de que tanto caminhando nos valores da política quando nos da religião o homem traça uma rota bastante específica se vincular no tempo a valores que se perpetuem e vençam sua finitude.

Ao analisar como já colocado neste paper “o debate sobre a inversão dos valores na sociedade contemporânea”, estamos tratando principalmente da reflexão acerca da nova relação do homem face a emergência da pós-modernidade, que na ruína da visão de futura da modernidade passa a ter uma visão crítica sobre o passado e vive cada vez mais no “presente”, a realidade é líquida (Bauman), transitória (Mafesoli), portanto há um homem de valores mais efêmeros, mutáveis.

BIBLIOGRAFIA

ARISTÓTELES (1995). *A Política*. Trad. Nestor Silveira Chaves. Edipo, Série Clássicos.

_____ (2004). *Ética a Nicômacos*. Martin Claret, coleção obras primas.

BARROS, Diana Luz Pessoa de (2005). *Teoria semiótica do texto*. São Paulo: Ática.

BAUMAN, Zygmunt (2000). *Em Busca da Política*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.

_____ (2007). *Vida Líquida*. Jorge Zahar.

BUCCI, Eugênio e **KEHL**, Maria Rita. (2004) *O Mito não para*. Observatório da Imprensa.

CHARADEAU, Patrick (2006). *Discurso das Mídias*; trad. Angela M. S. Correa. São Paulo: Contexto

CITELLI, Adilson (2002). *Linguagem e Persuasão*. São Paulo: Editora Ática.

DEBORD, Guy (1997). *A Sociedade do Espetáculo*. RJ: Contraponto.

GALIMBERTI, Umberto (2004). *Vícios Capitais e os Vícios Novos*. Paulos.

SILVERSTONE, Roger (2005). *Por que Estudar a Mídia?*. São Paulo: Edições Loyola.

Sites:



www.prolgrafica.com.br – acesso em 10/11/2009.