

Lucas Santos Junqueira

Proposta de revista eletrônica cultural

UNI-BH

Belo Horizonte, junho de 2002

Lucas Santos Junqueira

Proposta de revista eletrônica cultural

Ensaio apresentado como trabalho de conclusão do curso de especialização em *Jornalismo e práticas contemporâneas* que traz considerações sobre revistas eletrônicas culturais, utilizadas na confecção de um *site*. Os arquivos referentes a esse *site* se encontram no CD anexo.

Orientação: Professor Nísio Teixeira

UNI-BH

Belo Horizonte, 2002

Sumário

1. Introdução.....	04
2. Breves considerações teóricas.....	06
a) O texto em multimídia: hipertexto/hiperlinks	06
b) Jornalismo <i>online</i>	08
c) Jornalismo cultural	09
d) <i>Agenda-setting</i>	10
3. Análise das publicações.....	12
a) Descrição.....	12
b) Leitura comparada: considerações.....	15
4. Proposta de uma publicação eletrônica.....	20
a) Paradigmas da versão impressa	21
b) Divisão de assuntos.....	22
c) Interatividade	23
5. Conclusão	24
a) Organização	24
b) Infra-estrutura tecnológica	25
6. Aplicação das propostas de revista eletrônica cultural.....	31
7. Referências bibliográficas.....	34
8. Anexos	35
a) Sobre a revista <i>Digestivo Cultural</i>	35
b) Sobre a revista <i>Argumento.net</i>	37

1. Introdução

Com este ensaio pretendo analisar *revistas eletrônicas culturais*. A partir do estudo de sua organização e funcionamento, pretendo sugerir, ao final, uma proposta de publicação nesse suporte.

A princípio, *revistas eletrônicas* nada mais seriam do que material publicado em um suporte eletrônico, sendo esta sua única diferença em relação ao material impresso. No entanto, no curso deste trabalho, alterei essa definição como será visto adiante.

Para classificar uma revista eletrônica como *cultural*, utilizei como critério geral sua função como veículo para *divulgação de produções culturais*. Nesse aspecto, selecionei exclusivamente publicações que tratam de diferentes manifestações culturais, e não apenas de um tema, como “música” ou “literatura”.

Outro recorte se refere ao tempo de publicação. A Internet é um ambiente no qual se encontram vários *sites* ou páginas, sem propostas definidas, que são colocadas no ar sem dificuldade. Por isso, escolhi apenas revistas eletrônicas com tempo de publicação superior a seis meses. Esse período garante que, caso o *site* não tenha sido abandonado, parte de seus problemas tenham sido solucionados.

Fiz o terceiro recorte excluindo as publicações ligadas a materiais impressos. Como o objetivo deste trabalho é estudar o modo de operação das revistas *exclusivamente* eletrônicas, sua relação com as impressas poderia estabelecer outros parâmetros para localização e análise de conteúdo.

O último critério adotado foi que os *sites* analisados fossem publicados ou editados por pessoas ligadas ao jornalismo ou áreas de conhecimento afins (estudantes e profissionais).

As revistas analisadas foram *Argumento.net*, acessada no endereço www.argumento.net e *Digestivo Cultural*, no endereço www.digestivocultural.com. As duas publicações foram estudadas no período de janeiro a abril de 2002.

Em função dos recortes apresentados, outras publicações foram eliminadas, tais como: *TXTMagazine* (www.txtmagazine.com), *Não* (www.nao-til.com.br), *CardosOnLine* (www.cardosonline.com.br) e *SóCultura!* (www.socultura.com).

Definido o cenário, propus a realização do seguinte percurso: a primeira parte tece breve exposição conceitual; a segunda traz a descrição e a análise dos resultados do trabalho de campo feito junto aos *sites* escolhidos e à luz de alguns conceitos destacados; a terceira apresenta uma proposta de revista a ser construída – na qual incluí, finalmente, procedimentos de ordem editorial e técnica e exemplos visuais recomendáveis para uma revista cultural eletrônica.

2. Breves considerações teóricas

Para subsidiar a análise e o produto final – proposta e apresentação de uma revista eletrônica cultural –, farei uma breve consideração sobre: a) as possibilidades do texto em multimídia, com ênfase em uma discussão acerca das aplicações do hipertexto e do hiperlink; b) jornalismo cultural e jornalismo *online*, peculiaridades do jornalismo adotadas por este ensaio; c) o agenda-setting como marco teórico importante para uma leitura crítica das publicações selecionadas.

a) O texto em multimídia: hipertexto/hiperlinks

Para Pierre Levy,

“Lemos ou escutamos um texto. O que ocorre? Em primeiro lugar, o texto é esburacado, riscado, semeado de brancos. São as palavras, os membros de frases que não captamos (no sentido perceptivo mas também intelectual do termo). São os fragmentos de texto que não compreendemos, que não conseguimos juntar, que não reunimos aos outros, que negligenciamos. De modo que, paradoxalmente, ler, escutar, é começar a negligenciar, a desler ou desligar o texto”. (LEVY, 1996:35)

Como levantado pelo autor, o texto traz informações que são interpretadas pelo leitor. Mas não é só isso que caracteriza o processo de leitura: as lacunas e expressões não compreendidas também oferecem diversas possibilidades de construção de significado. É possível entender o texto como uma unidade dotada de interstícios a serem preenchidos pelo leitor no momento da leitura. Com isso, a reconstrução de seu significado está intimamente ligada aos signos, a experiências de vida do leitor, e não apenas às intenções do autor. Essas observações também invalidam as suposições de que o texto carregaria consigo todos os significados, em uma ausência total de espaços em branco a serem preenchidos pelo leitor.

De acordo com Possenti, o texto "não toma livremente uma forma genérica qualquer e não pode ser interpretado de qualquer maneira por qualquer um" (POSSENTI, 2001:22). Isso pode ser entendido quando se leva em consideração que o leitor está inserido em um grupo social que compartilha uma

série de símbolos usados por ele para fazer associações no momento da leitura. Sendo comum – ou, ao menos, consensual – grande parte desses símbolos, fica claro que diferentes leitores não são capazes de construir infinitos significados para um mesmo texto.

Sônia Queiroz apresenta uma interessante contextualização da questão no ambiente multimídia:

“No universo multimídia, o sentido da leitura é deixado ao cargo do leitor que escolhe por onde navegar, geralmente a partir de imagens visuais, ícones que sugerem caminhos por onde se pode ir. [...] Trata-se ainda de uma forma de ler já prevista nos mais antigos livros impressos, como a própria Bíblia (com sua organização em capítulos e versículos, que possibilita o trânsito livre entre as diversas unidades de texto)”. (QUEIROZ, 2001:162-163)

Essa constatação reforça a idéia que apresento, segundo a qual os textos que se encontram normalmente em ambientes multimídia, como os da Internet, são apenas a transposição de um material que poderia perfeitamente ser apresentado em uma publicação impressa, se justificando seu enquadramento em outra categoria.

Defendo aqui uma definição mais ampla de hipertexto, que é assim caracterizado quando se encontra em um suporte digital e inclui elementos multimídia e *hiperlinks*. Entretanto, não acredito que a diferença de suporte seja suficiente para tal classificação. Não foram criados termos para diferenciar o texto impresso em papel do texto cravado em uma peça decorativa, por exemplo. Os elementos multimídia também não são suficientes para a diferenciação, já que os próprios livros os apresentam em forma de figuras (ou, nos mais modernos, como odores ou sons armazenados em pequenos dispositivos acionados pelo leitor).

Mas aqui os *hiperlinks* merecem uma atenção especial: eles são uma das peças-chave capazes de diferenciar um texto de um hipertexto. Entretanto, o uso que normalmente é feito deles, como meros atalhos para índices, notas ou outros

endereços na Internet, limitam sua função, o que, novamente, aproxima o material publicado em suporte eletrônico do "texto comum" – conforme inclusive apontado no trecho de Queiroz destacado acima.

Talvez a classificação de Pierre Lévy seja mais interessante e apropriada:

“Um hipertexto é uma matriz de textos potenciais, sendo que alguns deles vão se realizar sob o efeito da interação com o usuário. Nenhuma diferença se introduz entre um texto possível da combinatória e um texto real que será lido na tela”. (LEVY, 1996:40)

Pelo texto de Levy, percebo como o verdadeiro hipertexto não é apenas uma estrutura organizada por hiperlinks colocados para facilitar a leitura. Um verdadeiro hipertexto apresenta diversas possibilidades – que podem ou não ser vistas/visitadas pelo leitor. Ele é composto de uma estrutura não-linear, constituindo-se, efetivamente, numa matriz de textos que poderão ou não ser acessados pelo leitor sem que isso comprometa sua leitura ou entendimento. Ele é produzido como hipertexto desde sua origem, e não apenas mera transcrição de um material que poderia ser publicado em, por exemplo, suportes impressos.

Dessa forma, não acredito que o texto que se encontra nas revistas analisadas seja, efetivamente, hipertexto, já que ele poderia ser levado sem perdas ao meio impresso.

b) Jornalismo *online*

Com o surgimento e a posterior popularização da Internet, a publicação *online* também passou a ser uma importante manifestação do jornalismo. Além disso o suporte digital promove não só a publicação, mas também a distribuição do material. Somando-se a isso, vários paradigmas da publicação em papel podem ser revistos, o que justifica uma reflexão sobre as possibilidades e limitações do jornalismo *online*. Dessas possibilidades, destaco algumas:

A primeira é a *periodicidade*. Há, efetivamente, a necessidade de periodicidade no material impresso, uma vez que isso facilita sua aquisição pelos leitores (que normalmente o compram em bancas ou fazem assinaturas atreladas à chegada periódica de um produto). Mas essa não é a única razão: a necessidade de realizar a impressão não se justifica se apenas uma ou duas matérias forem alteradas. É necessário que se faça uma nova edição, composta exclusivamente de material novo, para que seja possível continuar a produção da revista. Esse "pacote", conhecido como "edição", é um outro paradigma do material impresso. Em relação às publicações *online*, a necessidade de periodicidade se esmaece, podendo se tornar até nula, já que textos podem ser adicionados a qualquer momento, o que não cria conflitos com o material já publicado.

Em segundo lugar, *personalização*. Até então o leitor precisava separar, dentre o material fornecido pelo jornal, revista, etc., aquilo que desejava ler. Com as possibilidades trazidas pelo suporte digital, a personalização do conteúdo de uma publicação se tornou possível, podendo ser apresentado um material que estimule a leitura de forma mais "individualizada".

Por último, a *convergência de mídias*, que passa a permitir mais possibilidades do que as "antigas" combinações como texto/imagem (no material impresso) e imagem/som (no caso da tevê). O suporte digital permite a fusão dessas várias mídias, além de conexões mais simples a materiais correlatos.

c) Jornalismo cultural

Se limitarmos o conceito de cultura, às manifestações artísticas e de entretenimento, torna-se impossível, no contexto de uma cultura mediatizada, não mencionar a *indústria cultural*. Essa expressão, usada pela primeira vez por Adorno e Horkheimer, exprime a produção feita como mercadoria para o grande público.

Segundo os autores, a produção cultural foi absorvida pela lógica de produção dos bens materiais, quando se valorizam a eficiência, a previsibilidade, a rotatividade, a acumulação e o lucro. Os produtos da indústria cultural têm a função de mero entretenimento, sem compromisso com a análise e a reflexão. Para Adorno e Horkheimer, a indústria cultural representa uma grande perda para a produção artística, além de um eficiente mecanismo de alienação das massas.

Entretanto, essa imposição da indústria cultural, mesmo que presente – e marcante –, não limita a ação do jornalismo cultural.

“O jornalismo cultural (JC) brasileiro vive um curioso paradoxo neste início de século. Por um lado, vários jornais da chamada grande imprensa estão investindo em suplementos culturais semanais, geralmente privilegiando a reflexão e as produções artísticas de menor apelo comercial ou midiático. É o caso, por exemplo, dos cadernos *Mais* (*Folha de S. Paulo*), *Fim de semana* (*Gazeta Mercantil*), *EU&* (Valor Econômico), *Pensar* (*Estado de Minas*), *Prosa e Verso* (*O Globo*) e *Idéias* (*Jornal do Brasil*) – os dois últimos mais voltados para a literatura. Por outro lado, os cadernos culturais publicados diariamente enfrentam uma série de impasses, resultantes das próprias rotinas produtivas, da relação conflituosa com a Indústria Cultural ou mesmo de mudanças relativas à própria conceituação do que seja JC.” (CUNHA, Leo et al, 2002: s/r)

A partir dessas questões, forma concluo que a área de atuação do jornalismo cultural, mesmo aquela em ambiente *online*, deve englobar tanto a produção da indústria cultural (o que pode ser feito até mesmo de uma forma mais crítica) quanto a que se faz à margem dela. Além disso, pode incorporar, de maneira até agora inédita, as potencialidades oferecidas pelo ambiente anteriormente descrito no jornalismo *online*.

d) Agenda-setting

Os estudos mais recentes a respeito da comunicação defendem que "as comunicações não intervêm diretamente no comportamento explícito; tendem, isso sim, a influenciar o modo como o destinatário organiza a sua imagem do ambiente" (Wolf, 2001: 140). Por esse motivo, o tempo necessário para que o efeito da

comunicação se manifeste de forma mensurável é longo. A hipótese da *agenda-setting* é um dos estudos nessa área e defende que

“em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os *mass media* incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída pelos *mass media* aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas”. (Shaw apud Wolf, 2001:144)

Segundo essa hipótese, os meios de comunicação não necessariamente tentam impor para o leitor o que deve ser pensado sobre determinado assunto. Entretanto, têm influência sobre o que deve ser discutido, sobre a *ordem do dia*. Isso se deve ao fato de que o contato com grande parte da realidade social é feita por intermédio desses meios de comunicação, nos quais a apresentação dessa realidade social está sujeita a recortes, por vários motivos. Os meios de comunicação não fornecem apenas as informações, mas também a organização e a classificação das mesmas. Torna-se mister, portanto, verificar como as revistas eletrônicas culturais lançam mão dessa hipótese em sua estrutura organizacional, considerando aqui a análise das publicações que selecionei para este trabalho.

3. Análise das publicações

a) Descrição

Os *sites* que selecionei para o estudo foram o da revista *Argumento.net* (www.agumento.net) e *Digestivo Cultural* (www.digestivocultural.com). Analisei as duas publicações no período compreendido entre janeiro e abril de 2002.

a.1) *Digestivo Cultural*

A revista *Digestivo Cultural* é apresentada sempre a partir de uma página inicial, que é tratada como um índice. Ela traz pequenos trechos de textos, algumas imagens e os links para todo o conteúdo.



Figura 1: página inicial da revista *Digestivo Cultural*.

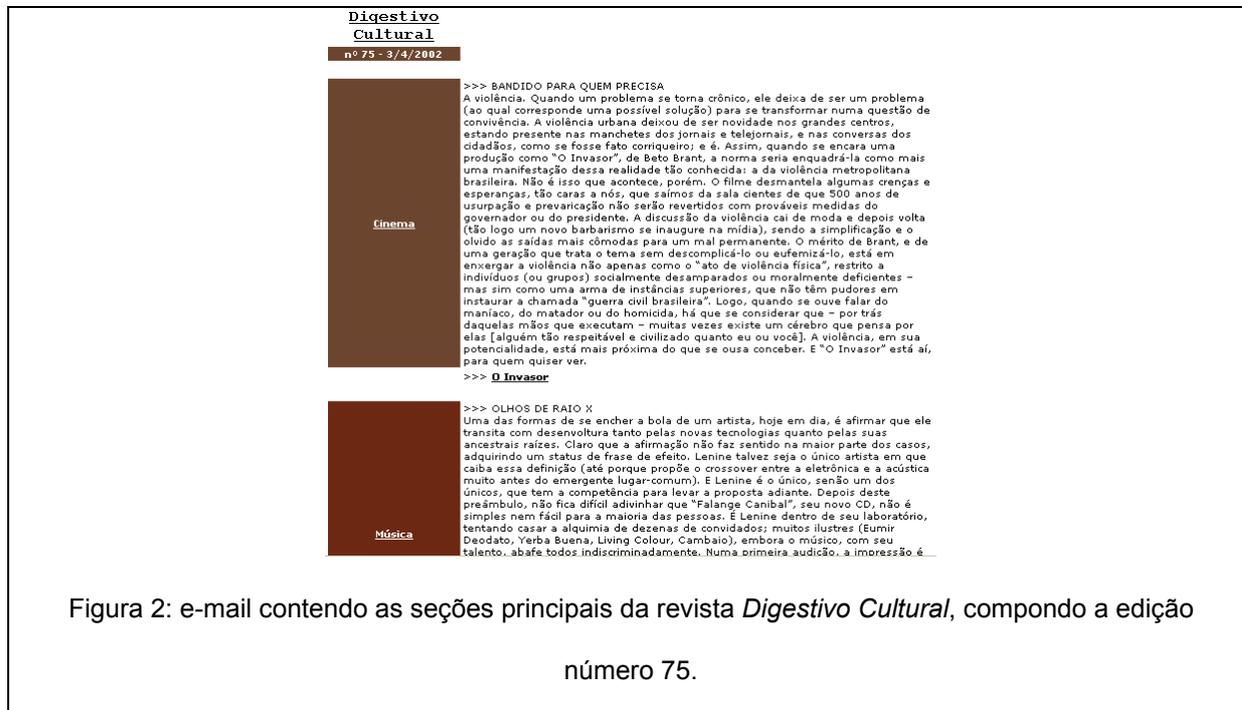
Na barra superior existem *links* para as seções principais da revista, definidas pelo próprio editor:

“Defini dez temas: literatura, cinema, gastronomia, música, internet, imprensa, televisão, teatro, artes e “além do mais” (leia-se curinga). A intenção era a de ser o mais abrangente possível, incluindo insistentemente esses programas relegados a segundo ou terceiro plano, que as pessoas

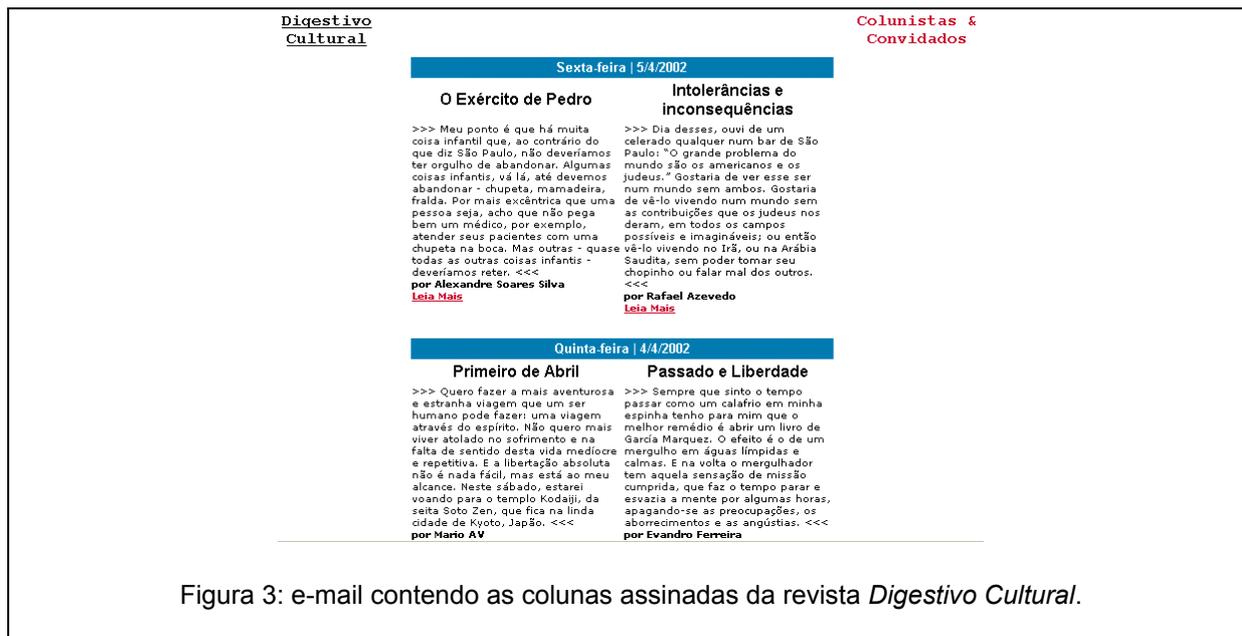
em São Paulo não fazem ou por preguiça, ou por desinteresse ou por causa do "difícil acesso": falo de teatro e artes plásticas".¹

Além dessas seções, existem *links* para notícias de outros *sites* e agências, colunas assinadas, comentários de leitores e conteúdos especiais (normalmente, informações relacionadas a eventos).

O *Digestivo Cultural* pode ser assinado gratuitamente. Dessa forma, não é necessário acessar o *site* para conferir o conteúdo das seções principais e de parte dos textos dos colunistas, que é encaminhado via e-mail para os assinantes. O conteúdo das seções principais é encaminhado em conjunto, compondo uma edição da revista. O material das colunas assinadas é encaminhado de forma periódica, contendo apenas parte do texto (mas acompanhado de *links* que levam à página específica do texto na revista).



¹ Retirado do texto "Como tudo começou", de Julio Daio Borges, editor da revista *Digestivo Cultural*, que pode ser encontrado no Anexo deste trabalho.



a.2) *Argumento.net*

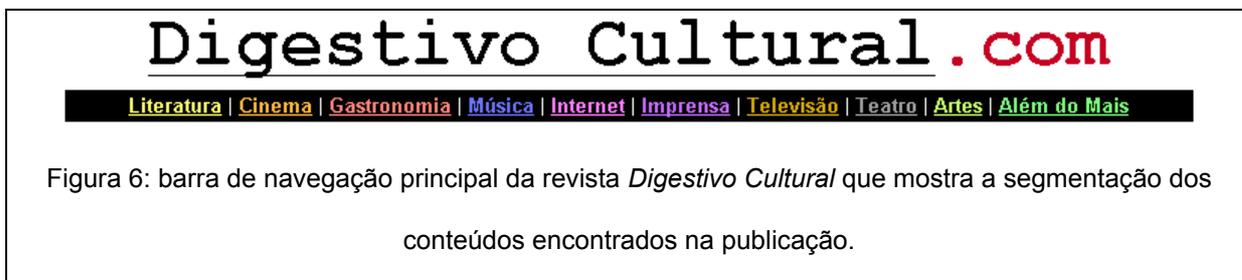
A revista *Argumento.net* também é iniciada com um índice. Entretanto, pude notar que essa página inicial também traz um editorial e alguns textos integrais de leitores. Estão presentes *links* para todas as seções principais da publicação.

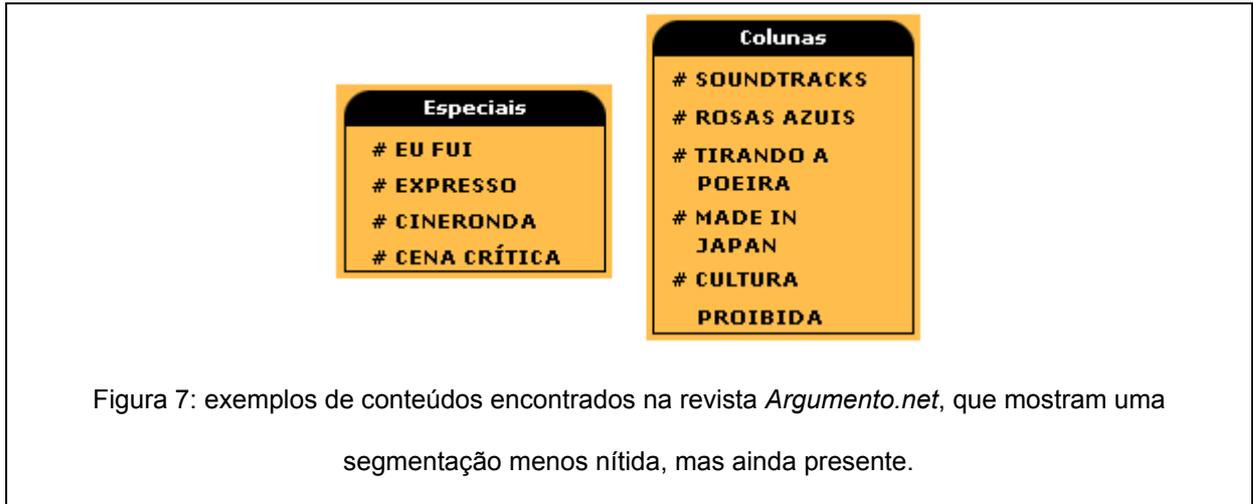


".br"). Isso demonstra a natureza (ao menos no momento do registro) não comercial desses sites. O registro com a terminação ".com.br" ou ".net.br", segundo a Fapesp (órgão responsável pelos registros no Brasil), pode ser feito somente por empresas. Como outras terminações (como ".nom.br") são pouco difundidas, os criadores das publicações, não dispendo de empresas com o objetivo de publicá-las, preferiram o registro internacional.

O segundo ponto comum foi a tentativa de manutenção de alguns paradigmas das publicações impressas. Um deles é a periodicidade, tão enfatizada na *Argumento.net*. Outro é a necessidade de encaminhar o material produzido para o leitor, a formalização de edições que, no caso da *Argumento.net*, é mais marcada pela produção de um editorial para acompanhá-la.

Como já dito anteriormente, notei a segmentação das informações nas duas publicações consideradas. A revista *Digestivo Cultural* traz uma divisão nítida em literatura, cinema, gastronomia, música, Internet, imprensa, televisão, teatro, artes e além do mais (onde são colocadas informações que não se enquadram nas demais), além de colunas assinadas. Já a *Argumento.net* faz uma separação menos clara, deixada por conta dos autores dos textos (todo o material publicado na revista, como resenhas de filmes e comentários acerca de programas de tevê, é assinado).





Aliada a essa classificação está a possibilidade de interação dos usuários, atrelada aos assuntos publicados (mais nitidamente na *Digestivo Cultural*).

A organização das publicações estudadas sugeriu que a análise devesse ser feita com base na hipótese do *agenda-setting*. Vários fatores foram determinantes para essa escolha:

- O caráter cumulativo da comunicação das publicações, que levou ao estudo com base em teorias que tratam de efeitos a longo prazo.
- A classificação e seleção dos assuntos tratados pelos editores. Existe uma "pauta do dia" que sugere o que deve ser discutido. Isso ficou ainda mais claro considerando a possibilidade que a revista *Digestivo Cultural* abre para a interação entre os leitores, necessariamente associados a assuntos que foram tratados, e as enquetes promovidas pela *Argumento.net*. (ver figuras 8 e 9).

COMENTE ESTE TEXTO

Nome:

E-mail:

Mensagem:

Título:

publicar este comentário no site

receber futuras respostas por e-mail

* o Digestivo Cultural se reserva o direito de ignorar comentários que se utilizem de linguagem chula, difamatória ou ilegal

Figura 8: tela de comentários da revista *Digestivo Cultural*, que associa a interação dos leitores com os assuntos selecionados para sua pauta.

Enquete

Qual o melhor filme brasileiro de 2001?

Amores Possíveis

Bicho de Sete Cabeças

Domésticas

Bufo & Spallanzani

Netto Perde sua Alma

Figura 9: tela de enquete encontrada na revista *Argumento.net*, que permite ao leitor opinar sobre assuntos selecionados.

Os leitores são convidados a discutir sobre aquilo que é levado a eles pela publicação. Não há espaço para outras formas de interação, a não ser o envio

de e-mails aos editores, o que funciona de forma parecida com as "cartas do leitor" encontradas em materiais impressos.

4. Proposta de uma publicação eletrônica

Com base no que foi visto até agora, elaborei uma proposta de revista eletrônica cultural. Nesta parte, apresento o que considero que deve ser pensado e feito para a construção de um *site*, da organização até à técnica.

Após a análise, concluí que o conceito de revista eletrônica, apresentado no início deste relatório como *material publicado em um suporte eletrônico, sendo essa sua única diferenciação em relação ao material impresso*, tornou-se insuficiente para detectar as grandes diferenças de concepção entre as revistas eletrônicas e o material impresso. Diferenças que justificavam sua inclusão em uma categoria à parte:

- Primeiro, as possibilidades de interação com o leitor são singulares. Nas revistas eletrônicas analisadas encontram-se estruturas de interação do leitor muito mais complexas que as "cartas do leitor" e as pesquisas do material impresso (estas, aliás, não foram esquecidas no suporte eletrônico). A publicação na Internet permitiu a existência de fóruns de discussão, nos quais as opiniões dos leitores podem ser colocadas, vistas por outros e discutidas. Em escala menor, também notei as possibilidades de personalização na forma de apresentação das revistas, considerando possível organizar os assuntos de forma mais eficiente para um leitor em particular.
- Segundo, a disponibilidade, definida como a possibilidade de acesso às revistas pelos seus leitores. Não é necessário, como acontece com o material impresso, que a publicação seja entregue ao leitor – uma vez que este tem acesso a um computador (e à Internet), a revista pode ser livremente acessada. O acesso é facilitado ainda mais devido às possibilidades de personalização que o suporte

eletrônico permite, o que torna a publicação mais ágil e objetiva para cada leitor em particular.

Assim, uma revista eletrônica é aquela publicação feita no suporte eletrônico (no caso, a Internet), mas que se destaca do material impresso por apresentar um modo de produção e de leitura (uso) diferenciado.

a) Paradigmas da versão impressa

O suporte eletrônico permite a quebra de diversos paradigmas que ainda são mantidos nas revistas estudadas. Um deles é a periodicidade. Há, efetivamente, a necessidade de periodicidade do material impresso, uma vez que isso facilita sua aquisição pelos leitores (que normalmente o compram em bancas ou fazem assinaturas atreladas à chegada periódica de um produto). Mas esta não é a única razão: a necessidade de fazer a impressão não se justifica se somente uma ou duas matérias forem alteradas. É necessário que se faça uma nova edição, composta exclusivamente de material inédito, para que seja possível continuar a produção da revista. Esse "pacote" conhecido como edição é outro paradigma do material impresso.

Defendo que, nas revistas eletrônicas, tais medidas não são necessárias. Partes do material podem ser atualizadas sem a necessidade de "fechar uma edição". Elas ficarão disponíveis junto com o que há de mais novo em outras seções da revista, sem que isso comprometa a publicação. O conceito do que é a edição fica, então, vago. Mais vago ainda pode ficar o texto editorial – que, em teoria, é o que sela o fechamento de uma edição. Nesse caso, cabe ao editor verificar sua real necessidade e os momentos em que ele se faz necessário – aí, creio que uma coluna assinada pelo editor é mais apropriada para o suporte eletrônico.

Um último paradigma do material impresso é o da entrega da edição, como fazem as revistas estudadas. Como discordo do conceito de edição no suporte eletrônico, o envio de material para os leitores pode ficar prejudicado, a não ser que se encaminhe isoladamente cada texto atualizado. Esta é uma opção para o editor que pode, inclusive, listar as preferências de cada leitor e encaminhar apenas o material que mais lhe interessasse. Esta, no entanto, é uma opção que deve ser bem avaliada devido ao volume de material que pode vir a ser encaminhado para o leitor. Prefiro, na concepção da revista desenvolvida neste trabalho, não permitir o envio de material para os leitores: o conteúdo somente poderá ser acessado pelo *site*.

b) Divisão de assuntos

Não encontrei solução melhor para a segmentação do conteúdo do que sua divisão por assuntos de interesse. A forma apresentada pela revista *Argumento.net* se mostrou menos rígida em relação à do *Digestivo Cultural*. Entretanto, as possibilidades de perda de referência pelo leitor são grandes e essa fórmula deve ser evitada. Aqui vale um comentário sobre uma publicação que não foi destacada neste estudo: a *CardosOnLine*. O editor dessa revista (que é acessada apenas via e-mails enviados aos assinantes) organiza os assuntos ligando-os também aos autores das colunas. Entretanto, os assuntos tratados pelos colunistas são bem menos definidos que os da *Argumento.net*, o que torna difícil sua localização.

Lembro que as divisões de conteúdo encontradas nas revistas estudadas se assemelham ao que se vê no material impresso. As que fugiram muito da estrutura convencional se tornaram confusas, dificultando a localização de algum conteúdo no material. Defendo, neste caso, uma divisão como a encontrada na

Digestivo Cultural, lembrando que a proposta da *Argumento.net* também é muito interessante (que, inclusive, associa assuntos a um ou outro colaborador).

c) Interatividade

Já discuti anteriormente a interatividade encontrada nas revistas encontradas. Ela é, efetivamente, um avanço em relação à encontrada no material impresso, mas pode ser melhor trabalhada com pequenas alterações. Não dispense a existência das enquetes e das possibilidades de discussão relacionadas a um assunto ou matéria, mas acredito que a inclusão de sistemas mais abertos de discussão – como foruns –, permitindo que os leitores tratem de assuntos mais variados, será o enfoque da interatividade a ser apresentado na revista criada.

5. Conclusão

a) Organização

Considerando os pressupostos conceituais e a análise das revistas escolhidas, posso sugerir a seguinte estrutura para uma revista eletrônica cultural:

- Segmentação do conteúdo em gêneros artísticos: artes plásticas, cinema, literatura, música, teatro, dança e tevê.
- Os leitores terão oportunidade de sugerir textos relacionados aos tópicos segmentados. Isso será feito por meio do link “enviar matéria”.
- Deve haver um tópico de mesmo nível dos anteriores para os textos editoriais. Na revista, ele será chamado de “do editor”.
- Deve haver, ainda, seções para a publicação de material extraordinário. Para isso será incluído o link “seções especiais”.
- Deverá haver espaço para enquetes (com este nome) e discussões relacionadas ao material publicado (*in loco*), que será chamado de “comentários”.
- Deverá haver espaço para discussões variadas que não estejam necessariamente vinculadas a algum texto publicado. O título dessa seção será “discussões livres”. Esse espaço de discussão deverá permitir, inclusive, troca de mensagens entre os leitores, como nome “mensagens particulares”.
- Os leitores devem ter opções de personalização da apresentação do *site*. Para isso será criada a seção “sua revista”.
- Além dos descritos, deverá haver *links* para utilitários comuns em *sites*, como mecanismo de busca (“procura”), contato entre leitores e editores (“fale com a gente”), espaço para divulgação voluntária por parte dos leitores (“recomende a revista”) e link para a página inicial (“página principal”).

Para permitir a personalização, é necessária a existência de um sistema de registro que armazenará as configurações. Entretanto, o *site* deve permitir que mesmo um leitor não registrado seja capaz de acessar todo o conteúdo.

b) Infra-estrutura tecnológica

O primeiro ponto necessário quanto às sugestões para a confecção de uma revista eletrônica cultural está relacionado à infra-estrutura tecnológica: registro de domínios, linguagem de programação, enfim, toda a parte "mecânica" da publicação.

Antes de começar a discussão, lembro que publicações dessa natureza são normalmente mantidas por pessoas (e não por empresas), de uma forma mais próxima de um *hobby* que de um contexto de trabalho. Por isso, foi necessário levar em consideração a minimização dos custos envolvidos e a dinâmica de publicação (o material deve, necessariamente, ser de fácil atualização, considerando o tempo limitado que, provavelmente, o editor terá para essa tarefa).

b.1) Tecnologia sugerida

Várias tecnologias estão disponíveis para a criação da revista; entretanto devem-se levar em conta as limitações financeiras, técnicas e de tempo dos editores.

A primeira tecnologia é a HTML (*Hypertext Markup Language*), padrão da Internet desde os primeiros dias do *World Wide Web*. Embora seja gratuita, essa tecnologia enfrenta o problema de tempo (a atualização dos conteúdos pode ser demorada) e de técnica (trata-se de uma linguagem de formatação para o computador, que deve ser dominada pela pessoa que irá atualizar o site). É verdade que existem programas que podem deixar mais simples tanto a criação como a atualização (como o *Microsoft FrontPage* e o *Macromedia Dreamweaver*). Entretanto

tais programas podem ser caros e ultrapassar facilmente os recursos disponíveis para a criação da revista.

Uma segunda tecnologia que considerei foi a ASP (*Active Server Pages*). A ASP é disponibilizada gratuitamente pela Microsoft e tem a vantagem de gerar *sites* dinâmicos, facilmente atualizáveis. Entretanto as dificuldades técnicas no momento da criação do *site* são consideráveis, e é necessária grande competência técnica por parte do editor. Também neste caso existem programas que auxiliam a criação, como o *Macromedia Dreamweaver Ultradev*, que, igualmente, apresenta o problema de alto custo.

A terceira tecnologia considerada foi a PHP (*PHP Hypertext Preprocessor*), muito parecida com a ASP. Por esse motivo ela também não seria muito adequada. Entretanto, sendo um produto desenvolvido com o auxílio da comunidade do *software* livre, muitos recursos gratuitos são atualmente disponibilizados, o que simplifica sua utilização. Dessa forma optamos pelo PHP para a criação da revista.

Para que o PHP funcione corretamente no computador do desenvolvedor (consideramos um computador que irá hospedar o *site* posteriormente), é necessária a instalação de um *servidor web*, de um *gerenciador de banco de dados* e do PHP propriamente dito. Este é o primeiro momento em que se utilizam os recursos disponibilizados gratuitamente pela comunidade de *software* livre. O *PHPTriad*, encontrado para *download* gratuito no site www.phpgeek.com, instala e configura automaticamente todos os programas necessários (PHP, servidor web *Apache* e o banco de dados *MySQL*, todos gratuitos).

Em seguida é necessário fazer a programação da revista, o que, como no caso das outras tecnologias consideradas, pode ser trabalhoso. Para esse caso,

localizei diversos sistemas gratuitos de criação de *sites* que podem ser usados para a revista. Optamos pelo *PHPNuke*, disponível para *download* em www.phpnuke.org. Esse sistema já é o esqueleto da revista propriamente dita, sendo necessário apenas configurar os recursos de acordo com as necessidades da publicação. A página é disponibilizada em inglês, mas há a possibilidade de configurá-la facilmente para operar com o português do Brasil. A instalação do sistema é relativamente simples (o manual de instalação e configuração acompanha o arquivo do PHPNuke).

b.2) Hospedagem

Para que a revista seja disponibilizada para o acesso dos internautas, é preciso que ela seja colocada em um computador com acesso à Internet 24 horas por dia, além de outras (importantes e caras) capacidades técnicas. Como esse tipo de recurso não é normalmente encontrado em computadores domésticos, é necessário localizar um serviço de hospedagem (*host*) para o site.

Existem diversos sistemas de hospedagem disponibilizados na Internet. Alguns deles gratuitos, outros pagos. Antes de optar por um serviço de hospedagem é necessário verificar se os recursos disponibilizados por ele são compatíveis com os utilizados pelo site.

No caso das opções escolhidas para a revista criada, o computador precisa suportar o banco de dados MySQL e a linguagem PHP (servidores web estão, forçosamente, instalados nos serviços de hospedagem, não sendo necessária a preocupação com o *software* Apache utilizado para a criação).

Normalmente, serviços gratuitos impõem limitações técnicas (como a falta de suporte ao PHP ou ao banco de dados), mas existem aqueles em que tais recursos estão disponibilizados. Existem ainda outras limitações normalmente impostas, como a necessidade de exibição de *banners* publicitários, os endereços

longos para acesso, limitações em relação aos endereços de e-mail e velocidade de exibição das páginas. Já os serviços pagos não apresentam essas limitações, devendo ser evitados somente se os recursos disponibilizados para a criação da revista não forem suficientes. Os custos de uma hospedagem com os recursos utilizados para a revista variam de R\$20,00 a R\$1.000,00 mensais, dependendo dos recursos extra disponibilizados pelo *host*. Considerando as condições comuns de criação das revistas, com limitação de recursos, a opção por serviços mais baratos parece a mais adequada. Endereços de *hosts* de baixo custo que oferecem todos os serviços necessários são www.ifxweb.com.br e www.locaweb.com.br.

b.3) Registro de domínio

Todos os endereços na Internet são registrados na forma de quatro números de três dígitos, na forma xxx.xxx.xxx.xxx, convenção chamada de *endereço IP*. Mesmo que prática para a utilização por computadores, não é uma nomenclatura adequada para a leitura e memorização humanas. Por esse motivo, existe também uma convenção, chamada *URL*, que associa a um endereço IP um nome mais "simples". A essa URL normalmente damos o nome de "domínio". Para que uma URL seja válida, é indispensável que seja registrada junto ao órgão responsável – que, no caso do Brasil, é a Fapesp (no site <http://registro.br>), que cobra o equivalente a R\$40,00 para o registro e outros R\$40,00, anualmente, para a manutenção.

Uma URL, como o endereço IP, é formada por alguns elementos separados por pontos. Nesse caso, no entanto, os elementos são palavras mais facilmente memorizáveis. Na maioria dos casos o endereço é iniciado pela sigla *www* (*World Wide Web*), seguido pelo nome registrado, pela terminação indicadora do tipo de *site* e pela localização geográfica, nessa ordem. Como exemplo posso

citar *www.nome.com.br*, onde *nome* é o nome registrado, *com* indica que se trata de um *site* comercial e *br* indica que ele foi registrado no Brasil. As terminações *com*, *net* e *org* (comercial, rede de computadores e organizações, respectivamente) são as mais comuns e, portanto, as mais lembradas por pessoas que navegam na Internet. Mas existem diversas outras.

Como já foi observado, a Fapesp não permite o registro de algumas terminações (como ".com.br", ".net.br", ".org.br" e ".art.br") por pessoas físicas, somente por empresas. Como a existência de uma firma para o controle da revista não é uma possibilidade para os editores, foi necessário encontrar uma outra solução.

A primeira delas é o registro com uma terminação permitida pela Fapesp para pessoas físicas, o ".nom.br". Nesse caso, o domínio está necessariamente ligado a uma pessoa e tem o formato *www.primeironome.sobrenome.nom.br*. Caso o editor pretenda que a revista esteja intimamente ligada à pessoa que registrou o domínio, a solução é perfeita. Mas não é uma solução válida em nenhum outro caso, sendo necessária uma outra saída.

A segunda solução é o registro de domínios no exterior. Mesmo que um domínio seja registrado em um país, o *site* pode ser hospedado em outro, sem maiores problemas. Essa solução me pareceu interessante, uma vez que os endereços ".com", ".net" ou ".org" (sem a terminação de indicação geográfica) não possuem as mesmas limitações impostas pela Fapesp, além de não serem mais caros. Vale lembrar que esta foi a solução encontrada pelos editores das revistas *Digestivo Cultural* e *Argumento.net*, estudadas neste trabalho. Esse registro pode ser feito por meio do site <http://register.com>.

Há, ainda, uma terceira saída que não é, necessariamente, o registro de um domínio. É possível utilizar o serviço de sites *apontadores*, que associam o endereço ao seu próprio domínio. Posso citar como exemplo os sites <http://come.to> e o <http://www.cjb.net>. Nesses dois casos específicos, os endereços das revistas seriam <http://come.to/nomedarevista> e <http://www.nomedarevista.cjb.net>. É importante lembrar que esta é a única saída no caso de o editor optar por manter a revista em um *site* de hospedagem gratuita. Isso acontece porque em *sites* de hospedagem gratuita o endereço IP é dividido pelos usuários, não sendo possível diferenciá-los para registrar uma URL. Os serviços de hospedagem gratuita também oferecem um endereço próprio que, no entanto, na maioria das vezes é muito extenso, sendo justificável o uso de um apontador. Uma última observação a respeito dos *sites* apontadores é que eles geralmente não cobram pelo serviço, mas pedem que *banners* publicitários sejam exibidos (normalmente isso é feito por eles mesmos, de forma automática, com a utilização de janelas fora da página principal – *popups*).

Como o site criado ao final deste relatório não será, a princípio, hospedado na Internet, não optei, neste momento, por nenhuma forma de hospedagem.

6. Aplicação das propostas de revista eletrônica cultural

Considerando a conclusão deste ensaio, apresento o *site* da proposta de revista eletrônica cultural, armazenada nos arquivos que acompanham este relatório. Algumas imagens retiradas desse *site* podem ser vistas logo abaixo.

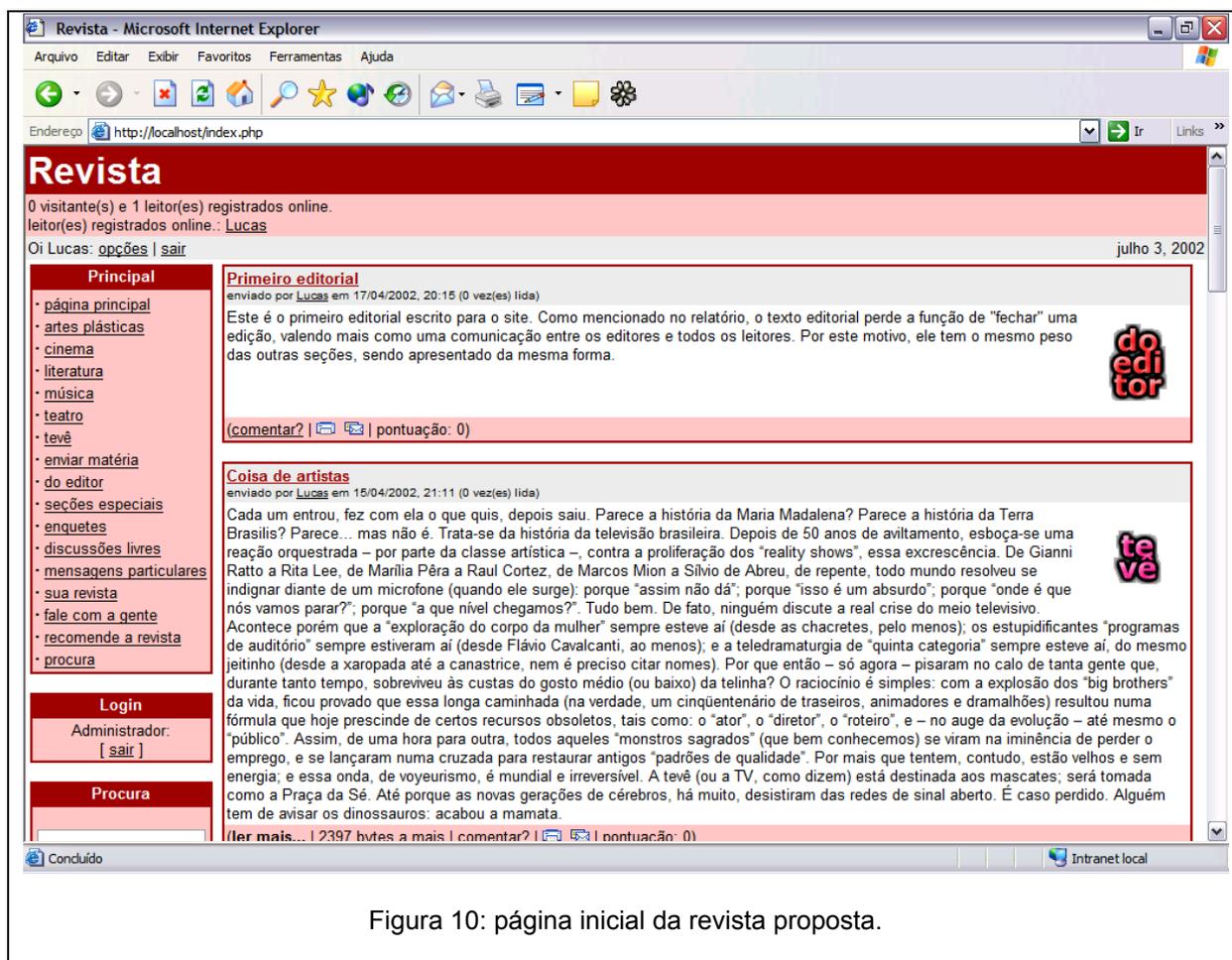


Figura 10: página inicial da revista proposta.

Revista - Microsoft Internet Explorer

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Endereço http://localhost/modules.php?name=News&new_topic=4

Revista

0 visitante(s) e 1 leitor(es) registrados online.
leitor(es) registrados online.: [Lucas](#)

Oi Lucas: [opções](#) | [sair](#) julho 3, 2002

Revista: Artes

procurar neste tópico:

[[voltar à página inicial](#) | [selecionar novo tópico](#)]

Amamos, vivimos y entendemos
enviado por [Lucas](#) em 15/04/2002, 21:02 (1 vez(es) lida)

Carnaval de paulista. Assim se costuma evocar a pujança plástica que toma conta da cidade, nesta época de Bienal e da celebração dos 80 anos de Modernismo. Quem torce o nariz para a contemporaneidade (em cartaz no edifício de Oscar Niemeyer) não tem, no entanto, razões para deixar de visitar toda a arte do século XX, em cartaz no Mam. Provavelmente as duas maiores coleções privadas de obras da América Latina (e do Brasil) estão expostas nas salas do Museu de Arte Moderna de São Paulo. São elas: a Colección Cisneros (136 itens [52 artistas], de Patricia Phelps de Cisneros, que comanda a Fundação de mesmo nome, com curadoria de Ariel Jiménez) e a Coleção Nemirovsky (62 itens [26 artistas], de José e Paulina Nemirovsky, com curadoria de Maria Alice Milliet). Na primeira, denominada "Paralelos", o sentido é o de uma escavação arqueológica: principia-se pelo fim, pela aurora do século XXI, e caminha-se para a arte do pós-guerra, da virada dos anos 40 para os 50. Destacam-se a seqüências, quase didáticas, de Hélio Oiticica, Lygia Clark e Lygia Pape; bem como os "clássicos" Piet Mondrian, Max Bill e Jac Leimer. Na segunda (aquela constituída pelo médico e empresário José Nemirovsky), denominada "Espelho selvagem", tem-se um conjunto que se concentra entre as décadas de 20 e de 60. Num arranjo cronológico, ressalta a transição do figurativismo para a forma geométrica, em belos quadros de Alfredo Volpi, Cândido Portinari, Emiliano Di Cavalcanti, dentre tantos outros. Horas e ares, os mais agradáveis, aguardam o visitante. A "folia" paulistana fica, portanto, à espera, também no Mam. Provando, quem sabe definitivamente, a tese de Patricia Cisneros: a América Latina tem, sim, civilização tipo exportação.

Mam - Parque do Ibirapuera (portão 3) - Tel.: 5549-9688
([ler mais...](#) | 1895 bytes a mais | [comentar?](#) | [pontuação: 0](#))

Não mais plasticamente ignorantes
enviado por [Lucas](#) em 15/04/2002, 20:40 (3 vez(es) lida)

Figura 11: segmentação – artes plásticas.

Revista - Microsoft Internet Explorer

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Endereço <http://localhost/modules.php?name=Forum>

Revista

0 visitante(s) e 1 leitor(es) registrados online.
leitor(es) registrados online.: [Lucas](#)

Oi Lucas: [opções](#) | [sair](#) julho 3, 2002

Revista: forums

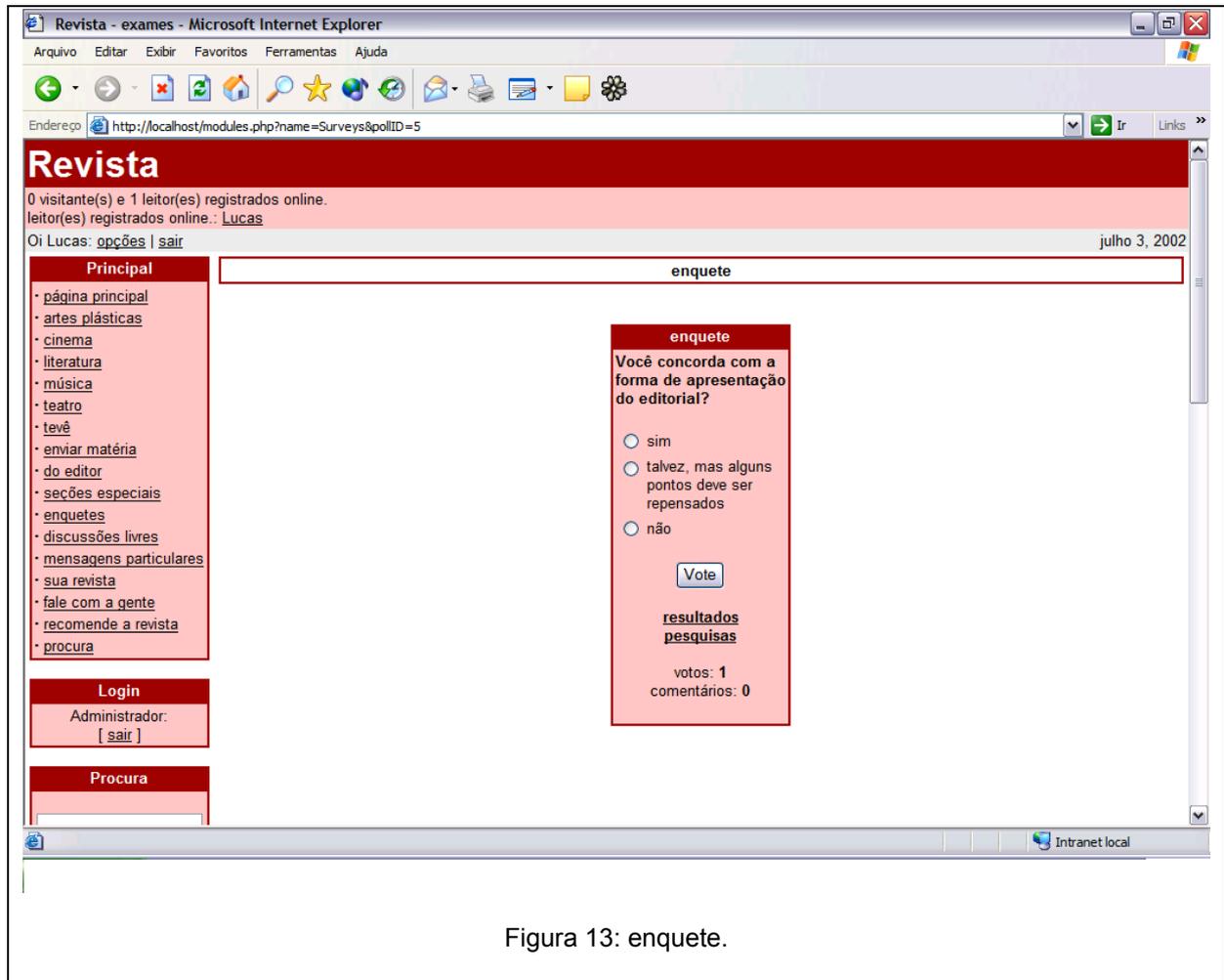
Bem-vindo ao grupo de discussão da Revista

Esse espaço é reservado para discussões livres que não estão atreladas a nenhum tópico do site.
Basta selecionar um assunto e escrever o que tem para dizer. Caso não consiga enquadrar seu assunto em nenhuma categoria, tente *Cotidiano*.

hoje são 03/07/2002, 21:53
sua última visita foi em 22/06/2002, 22:30

grupo	acesso	tópicos	mensagens	última mensagem	moderado por
Revista					
Seções especiais					
↳ Espaço para a discussão de artigos publicados nas seções especiais.	todos os visitantes	0	0	nenhuma mensagem até o momento	Lucas
↳ Papo técnico					
↳ Ajuda técnica para problemas de acesso à Revista.	todos os visitantes	0	0	nenhuma mensagem até o momento	Lucas
Cotidiano					
↳ Bate-papo					
↳ Todas as discussões gerais que não se encaixem nos outros forums.	todos os visitantes	1	2	13/04/2002, 14:54 por Leitor	Lucas
mensagens particulares					
↳ caixa de entrada					
Não há mensagens na caixa de entrada.					

Figura 12: discussões livres.



7. Referências bibliográficas

- CHARTIER, Roger. *A aventura do livro; do leitor ao navegador*. São Paulo: Editora da UNESP / Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 1998.
- CUNHA, Leo, MAGALHÃES, Luiz H. e TEIXEIRA, Nísio: *Dilemas do Jornalismo Cultural*. 2002:s/r
- LÉVY, Pierre. “O tempo real”. In: *As tecnologias da inteligência*. São Paulo: Editora 34, 1995. p.114-129.
- LÉVY, Pierre. *O que é o virtual?*. São Paulo: Editora 34, 1996.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.
- LÉVY, Pierre. *A conexão planetária; o mercado, o ciberespaço, a consciência*. São Paulo: Editora 34, 2001.
- MOTA, Regina. “Leitura e tecnologia: ainda a questão do meio e da mensagem”. In: MARINHO, Marildes (Org.). *Ler e navegar; espaços e percursos da leitura*. Campinas: Mercado de Letras, 2001. p.191-198.
- PAULINO, Graça. “Diversidade de narrativas”. In: PAULINO, Graça *et al. No fim do século; adversidade*. Belo Horizonte: Autêntica, 2000. p.39-48.
- POSENTI, Sírio. “Sobre a leitura: o que diz a análise do discurso?”. In: MARINHO, Marildes (Org.). *Ler e navegar; espaços e percursos da leitura*. Campinas: Mercado de Letras, 2001. p.191-198.
- QUEIROZ, Sônia. “Poesia em imagens, sons & páginas virtuais”. In: MARINHO, Marildes (Org.). *Ler e navegar; espaços e percursos da leitura*. Campinas: Mercado de Letras, 2001. p.161-190.
- WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Editorial Presença, 1987.

8. Anexos

a) Sobre a revista *Digestivo Cultural*

Como tudo começou

Julio Daio Borges

O *Digestivo Cultural* começou como uma idéia a partir de conceitos ruminados há tempos. Eu já vinha distribuindo meus textos desde 1997 e, portanto, havia acumulado algumas conclusões e certa experiência. Consciente ou inconscientemente, essa "bagagem" me foi muito útil na elaboração do que seria o *Digestivo Cultural*.

Como o próprio nome indica, eu pensei inicialmente numa forma "palatável" de apresentar "cultura" ao leitor. A iniciativa talvez carregue certo idealismo de minha parte, mas eu quis levar esse universo considerado "difícil" e "inacessível" às pessoas comuns, que não tinham tempo ou paciência para acompanhar os eventos e acontecimentos.

Influenciado pelos aforismos de Nietzsche, estabeleci que o formato deveria ser breve e conciso, adaptado às exigências da "vida moderna". Pois, como disse o filósofo, o que ficam de grandes tratados, estudos e ensaios críticos? Um parágrafo, uma frase, uma expressão? Imaginei que as notas diriam tudo o que eu não consegui dizer às pessoas em três anos (em meus textos). E estava certo.

Defini dez temas: literatura, cinema, gastronomia, música, internet, imprensa, televisão, teatro, artes e "além do mais" (leia-se curinga). A intenção era a de ser o mais abrangente possível, incluindo insistentemente esses programas relegados a segundo ou terceiro plano, que as pessoas em São Paulo não fazem ou por preguiça, ou por desinteresse ou por causa do "difícil acesso": falo de teatro e artes plásticas.

Decidi pesquisar e tratar brevemente, todas as semanas, de cada um dos dez temas. Não preciso dizer que, seis *Digestivos* depois, a coisa ficou impraticável e eu parti para a alternância, divulgando cinco notas de cada vez (até porque as pessoas não lêem mais que isso).

Hoje, numa abordagem que chamei de "down-to-Earth", resolvi centrar fogo em cinco temas principais: música, imprensa, cinema, gastronomia e "além do mais" (olha o curinga aí de novo). Por que esse "preconceito" contra literatura, internet, televisão, teatro e artes? Porque eu quis falar da "vida das pessoas" e, com exceção de televisão (que eu mal assisto) e internet (que anda cansando a beleza de todo mundo, como assunto), literatura, teatro e artes plásticas, infelizmente, estão muito longe do "cotidiano" dos leitores. (Mas os saudosos podem se tranquilizar: esses temas reaparecerão em "além do mais".)

Colunistas

Mesmo com a "proposta" do *Digestivo Cultural*, no fim do ano passado, eu percebi que as pessoas (algumas delas) me cobravam um maior aprofundamento. Pois, afinal, as minhas notas despertavam grande curiosidade, mas quem quisesse mais do que aquilo teria de se contentar com um link e nada mais. Foi quando, por sugestão da Vera Moreira e do Rafael Gomez (Arcano9), eu tive a idéia de chamar os *Colunistas*.

Antes de eles serem os *Colunistas*, eles eram (são) meus amigos mais inteligentes e talentosos, no que se refere ao manejo da "palavra escrita". Eles viriam para complementar a infinidade de coisas que eu não disse e, ao mesmo tempo, encher o *Digestivo Cultural* de outras vozes que não somente a minha. (Acabei me antecipando a um leitor exaltado que, meses depois, veio me acusar de "super cérebro", dadas as minhas pretensões de querer abraçar o mundo.)

Não lembro em quem eu pensei primeiro (e seria uma injustiça evocar isso agora, mesmo que eu me lembrasse). Bom, além do Arcano9 (que é quase meu amigo de infância, pois nos conhecemos no colégio, em 1989) e da Vera Moreira (que eu chamo de irmã-mais-velha, porque ela nasceu um dia antes do que eu, e porque já conversamos sobre tudo, em nossos arroubos por e-mail), eu convidei amigos da faculdade, da vida e da internet.

O Rafael Lima, por exemplo, eu conheci através da Web (embora ele tenha sido colega, de colégio, de um amigo meu da faculdade, veja que coincidência). E para dizer que a POLI (Politécnica da USP) tem as suas exceções, de lá, eu chamei o Marcelo Brisac (que, pena, se deu bem profissionalmente em Nova York e só escreveu três textos). Ele fez questão de convidar o Fabio Danesi Rossi (que eu conhecia de um jantar e da fama de haver trocado faxes com o Diogo

Mainardi). O Fabio fez questão de convidar o Rafael Azevedo que, segundo ele, era um grande conhecedor de História e um dos fundadores do Pindorama.net.

Da vida, eu convidei o Bruno Borgneth (também amigo de infância, da natação, veja só que coisa). Ele igualmente "se deu bem" (com Direito) e não escreveu mais que dois textos sob o pseudônimo de Tyler Durden. O Juliano Maesano era grande amigo do Bruno e escrevia uma coluna semanal que chamava de "Update", falando de coisas simples e diretas (ao contrário do que eu fazia nos meus textos, o que produziria um "contraponto" interessante). A Daniela Sandler era amiga da Carol (minha companheira inseparável) da FAU: Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP. Elas fizeram o curso juntas, embora a Dani fosse dada às letras (escrevendo na célebre revista Caramelo e se tornando mais tarde repórter da Folha).

Agora os mais badalados e festejados pelos leitores: Paulo Polzonoff Jr. e Paulo Salles. O Polzonoff era aquele sujeito que, junto comigo, foi citado na coluna do Daniel Piza, e que a partir de então me mandava quantidades sobre-humanas de escritos (às vezes mais de sete por semana). O Paulo Salles eu conheci através do Arcano9. Eles foram colegas de ECA (Escola de Comunicação e Artes da USP). O Salles havia mudado para o Direito (também da USP) e era o único sujeito no mundo que eu conhecia que havia lido o Ulysses do James Joyce, no original, em "inglês" - além de ter uma coluna divertidíssima chamada Avenida.

Last but not least (tem gente que odeia essa expressão), a Adriana Baggio, que apareceu um dia querendo escrever, contando que morava em João Pessoa e que havia nascido em Curitiba (como o Polzonoff). A Adri foi sempre tão prestativa e capaz que acabou conquistando um lugar entre o rol dos Colunistas (também para mostrar que nós não formamos um "clube fechado").

Convidei, claro, outros amigos. Ou que mandaram um único texto (como o Spacca, meu colega de Observatório da Imprensa). Ou que ficaram de colaborar num futuro: o Pi (Pedro Daldegan, da Poli e do cinema); o FKC (Fábio Kaufmann Castro, do colégio e da música); o Daniel A. de André (Fix What, do colégio e do videotexto); o Daniel Abdo Weishaupt (Anjo, do cursinho e da literatura); e o Cadu Oliveira (Pixulim, do colégio e do áudio-e-vídeo).

Eu e os Colunistas já atravessamos fases de amor e de ódio. Mas eu sempre morri de orgulho de todos eles. Às vezes, eu não concordo e repreendo por causa de um ou outro texto, mas não conseguiria descrever os momentos de enlevo e mais profundo encantamento quando recebi algumas colunas deles. Eu quero que todos, absolutamente todos, sejam ricos e famosos para poder se dedicar ao que visceralmente amam (mesmo que, com o tempo, isso não tenha nada a ver com a "palavra escrita").

Ser Editor dessa turma é coisa muito fácil, por um lado, e difícil, por outro. Fácil porque todos escrevem bem e eu quase não tenho, efetivamente, o que "editar". E difícil porque, como bons intelectuais (no melhor sentido da palavra), eles às vezes são rebeldes e opõem certa resistência a conceitos como o de deadline, por exemplo. Mas eu não posso reclamar. Eles estão escrevendo cada dia melhor. Muito melhor do que eu, aliás.

Convidados

Mesmo com o brilho e as visões de mundo dos Colunistas, eu acho importante chamar, de vez em quando, Convidados. Temos feito isso desde o primeiro especial, o do Oscar (quando o Fabio queria textos da Ilana Mountian, que entrou no Politicamente Incorreto). Agora, com quase todos os Colunistas escrevendo semanalmente (alguns ainda permanecem no "esquema quinzenal"), estamos sempre abrindo espaço para quem tem idéias e criatividade para divulgar.

Já participaram dessa seção: André Pires (11/5), Rodrigo Nunes (17/5), Ilana Mountian (18/5), Marcelo Guedes Nunes (3/7), Eduardo Carvalho (16/7), George Cantelli (17/7), Salvador McNamara (23/7), Carlos Benites (31/7), Nicole Lima (1/8), Vicente Tardin (2/8), Sol Moras (14/8), Alexandre Soares (17/8), Daniel Couto (21/8), Sergio Faria (5/9) e Airton Gontow (10/9).

Ilustradoras

Complementando o "time", recentemente temos o privilégio de contar com o trabalho das Ilustradoras: Yara Mitsuishi e Daniela Mountian, que embelezam as colunas, com suas imagens que fazem pensar. Elas vieram preencher uma tremenda lacuna, pois tivemos sempre enorme dificuldade em encontrar as "ilustrações certas" para as colunas, e para as mensagens que queríamos passar.

Leitores

São eles que fazem o Digestivo Cultural existir como idéia e como iniciativa. Você, leitor, que tem nos apoiado desde o início, desde antes. Obrigado, mais uma vez, pelos elogios e pelas críticas que têm feito o site crescer. Em breve, você terá novos mecanismos para facilitar a interação

com os Colunistas e com o Editor. Por enquanto, sintá-se à vontade para escrever conosco esta história de quase 12 meses. O Digestivo Cultural, penhorado, agradece.

Julio Daio Borges
Editor do Digestivo Cultural

b) Sobre a revista *Argumento.net*

O QUE É O ARGUMENTO?

Argumento é um e-zine cultural. Mas o que é um e-zine, pra começo de conversa? É um espaço na web, aberto aos mais variados tipos de manifestações textuais, distribuído gratuitamente por e-mail. O Argumento é editado semanalmente, sempre aos domingos. A idéia inicial era criar um meio onde os três idealizadores - Paulo, Robledo e Lucas - pudessem escrever sobre cultura e comportamento, principalmente. Baseados na nossa própria produção literária, partimos para os convites aos amigos, de todos os cantos do mundo, incitando-os a participar desse projeto. Daí vieram nossos primeiros colaboradores. Com o passar do tempo, essas colaborações se estenderam para os mais diferentes leitores, indo ao encontro da idéia do Argumento, que é mostrar uma variedade autoral e estilística, fugindo das manifestações viciadas em uma única linguagem grupal.

Toda edição do Argumento apresenta textos de colaboradores novos, que estão estreando motivados por nossas discussões semanais. Estamos abertos para aquelas pessoas que querem mostrar sua produção textual até então guardada em gavetas, ou gente que sempre quis escrever mas não sabia bem "como" ou "por que". Nosso convite é para todos.

E para facilitar esse contato, criamos essa home page. Aqui você vai encontrar uma mostra de tudo o que já fizemos e falamos. Esperamos que sirva de incentivo para que você também esteja aqui com a gente o quanto antes.

Divirta-se!