



Universidade de Brasília

Faculdade de Comunicação

Departamento de Jornalismo

Simpsons segundo os apocalípticos

Danilo Ávila Monte Christo Ferreira

Marcelo Valença de Almeida

Ricardo Felipe Lacerda de Andrade

Tales Mundim Andrade Porto

Brasília

2011

Capítulo 1

Introdução

Os Simpsons é uma série de animação que permanece no ar desde 1989 nos Estados Unidos e desde 1991 no Brasil, sempre fazendo sátiras da vida americana e da sociedade contemporânea em geral, causando polêmicas e virando tema de livros e discussões intelectuais. Mesmo sendo um produto da mídia de massa a série tornou-se instrumento base para disciplinas acadêmicas de várias universidades Americanas como é o caso da *Tufts University* que oferece o curso “Os Simpsons e a Sociedade” e da *Siena Heights* que oferece o curso de filosofia e religião baseado no livro “Os Simpsons e a Filosofia” e serve como estímulo para fazer os alunos aprenderem. Com base nisso, percebe-se que Os Simpsons pode ser um bom objeto de estudo do campo comunicacional (2).

Ao analisar o episódio “O tarado Homer”, para verificar como este episódio tematiza discussões sobre a formação da opinião pública a partir da televisão, mostrando ângulos de abordagem propostos pelo episódio englobando a mídia e as funções que estas mídias exercem na contemporaneidade. Abordando assim, as lógicas de produção de sentido no que se referem à produção/criação de fatos midiáticos para serem discutidos/julgados no campo social (2).

O referencial teórico discute sobre o espaço público e a opinião pública pela perspectiva sociológica e a formação da opinião pública a partir da mídia sob os olhares críticos de Marcondes Filho e Ramonet (2).

As análises foram desenvolvidas a partir de uma descrição densa do episódio, pois parte-se do pressuposto de que as mensagens implícitas somente são detectadas a partir da desconstrução da narrativa. As categorias de análise são o figurino, as expressões gestuais, as cores, as trilhas sonoras e o conteúdo textual. Desta forma, através de Os Simpsons demonstra-se como um desenho (visto de forma ingênua) pode conter mensagens implícitas de forma lúdica e bem humorada sobre a formação da opinião pública através das mídias (2).

1.0.1 Simpsons

Capítulo 2

Apocalípticos

- dirige-se a um publico heterogenio
- Difunde globalmente uma cultura do tipo homegênio, destruindo as características culturais próprias de cada grupo étnico (1);
- O mass media dirige-se a um público incôncio de si mesmo como grupo social caracterizado; o público, portanto, não pode manifestar exigências face a cultura de massa, mais deve sofrer-lhe as propostas sem saber que as sofre (1);
- O mass media tende a provocar emoções intensas e não mediatas; em outros termos, ao invés de simbolizar uma emoção, de representá-la, provocam-na; ao invés de a sugerirem, entregam-na já confeccionada. Típico, nesse sentido, o papel da imagem em relação ao conceito (1);
- O mass media colocado dentro de um circuito comercial, esta sujeito a “lei da oferta e da procura”. Dão ao público, portanto, somente o que ele quer, ou, o que é pior, seguindo as leis de uma economia baseada e sustentada pela ação persuasiva da publicidade, sugerem ao público o que este deve desejar (1);
- O mass media encorajam uma visão passiva e acrítica do mundo. Desencorajam-se o esforço pessoal pela posse de uma nova experiência (1).

- Feitos para o entreterimento e o lazer, são estudados para empenharem unicamente o nível superficial da nossa atenção. De saída, viciam a nossa atitude, e por isso, mesmo uma sinfonia, ouvir através de um disco ou do rádio, será fruída do modo mais epidérmico, com indicação de um motivo assobiável, e não como um organismo estético a ser penetrado em profundidade, mediante a uma atenção exclusiva e fiel (1).
- O mass media tende a impor símbolos e mitos de fácil universalidade, criando “tipos” prontamente reconhecíveis e por isso reduzem ao mínimo a individualidade e o caráter concreto não só de nossas experiências como de nossas imagens, através das quais deveríamos realizar experiências (1);
- Evitam originalidade e adotam padrão diluidor e homogeneizante, reduzindo ao mínimo a individualidade de produtores e consumidores e das experiências (3);
- Inseridos no mercado, os produtos somente dão ao público o que ele quer, mas a publicidade sugere às pessoas o que desejar;
- Estimulam visão passiva e acrítica do mundo, ao igualar todas as coisas e propostas (3);
- São a “superestrutura do regime capitalista”, usada com fins de controle e manipulação das consciências (3);.

Capítulo 3

Apocalípticos X Simpsons

Capítulo 4

Conclusão

teste

Referências

- [1] Umberto Eco. *Apocalípticos e Integrados*. Perspectiva, 2006. 3, 4
- [2] Thiago J. Pasqualotto. A formação da opinião pública na televisão: uma análise dos simpsons. *Sociedade e Cultura*, fevereiro 2009. 1, 2
- [3] R. Romancini. Umberto eco e os “apocalípticos e integrados”.
[http://sites.google.com/site/richardromancini/umbertoecoeos\"apocalípticoeintegrados](http://sites.google.com/site/richardromancini/umbertoecoeos\)
. 4