



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

# Introdução

Criada por Matt Groening, a famosa série de tv americana “Os Simpsons”, exibida desde 1989 nos Estados Unidos e desde 1991 no Brasil, mostra a vida do típico cidadão americano respresentada pelo seu protagonista, Homer Simpson (5). Com grande aceitação popular a série chegou a sua 22<sup>a</sup> temporada com seus 486 episódios levando o seu protagonista a ser eleito “O maior americano de todos os tempos” pelos próprios americanos no ano de 2003 através de uma pesquisa realizada pelo site da BBC, ficando, inclusive, na frente de personalidades como Abraham Lincoln e Martin Luther King Jr (2).

A série é composta por mais quatro personagens principais sendos estes, Marge, Bart, Lisa e Maggie Simpson. O artigo apresenta uma análise apartir do episódio 112, “O tarado Homer”(*Homer Badman*) (4). Este episódio tematiza as discussos sobre a formação da opinião pública a partir da televisão. Exemplificando a formação deturpada da opinião a partir da exibição de fatos incompletos e reorganizados (2). A partir da desconstrução da narrativa é possível notar mensagens ímplicitas que são apresentadas de forma lúdica e bem humorada levando a formação de opinião.

As análises serão feitas em cima do conceito de apocalíptico, apresentado por Umberto Eco, onde é possível ver a manipulação da informação modificando a cultura de massa (1).

# Apocalípticos

- dirige-se a um público heterogêneo
- Difunde globalmente uma cultura do tipo homogênia, destruindo as características culturais próprias de cada grupo étnico (1);
- O mass media dirige-se a um público incônscio de si mesmo como grupo social caracterizado; o público, portanto, não pode manifestar exigências face a cultura de massa, mas deve sofrer-lhe as propostas sem saber que as sofre (1);
- O mass media tende a provocar emoções intensas e não mediadas; 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, está 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 sustendada 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 entretenimento 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 propos- tas (3);
- São a “superestrutura do regime capitalista”, usada com fins de controle e manipulação das consciências (3);.

# Apocalípticos X Simpsons

# Conclusão

# Referências

- [1] Umberto Eco. *Apocalípticos e Integrados*. Perspectiva, 2006. 1, 2, 3
- [2] Thiago J. Pasqualotto. A formação da opinião pública na televisão: uma análise dos simpsons. *Sociedade e Cultura*, fevereiro 2009. 1
- [3] R. Romancini. Umberto eco e os “apocalípticos e integrados”.  
<http://sites.google.com/site/richardromancini/umbertoecoeos> "apocalíptico e integrados". 3
- [4] Wikipedia. *Lista de Episódios dos Simpsons*.  
[http://pt.wikipedia.org/wiki/Anexo:Lista\\_de\\_epis%C3%B3dios\\_de\\_The\\_Simpsons](http://pt.wikipedia.org/wiki/Anexo:Lista_de_epis%C3%B3dios_de_The_Simpsons). 1
- [5] Wikipedia. *Personagens dos Simpsons*. [http://pt.wikipedia.org/wiki/The\\_Simpsons\\_Personagens](http://pt.wikipedia.org/wiki/The_Simpsons_Personagens). 1