



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

- O mass media dirige-se a um publico heterogêneo e especifica-se segundo as “mídias de gosto” evitando soluções originais (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 conservadores por trabalhar com opiniões comuns, favorecendo o conformismo no campo dos costumes, valores etc (3);.
- Esvaziam o conteúdo da “cultura superior” ao veiculá-la e tomam lugar de uma cultura genuinamente popular, mas os produtos dos media mass – impostos de cima – não têm qualidades da “cultura popular” (humor, vitalidade etc.) (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.
- [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\)
. 3