

mediação

volume 15 • número 16 • janeiro/junho de 2013

ISSN 1676-2827

Mediação	Belo Horizonte	v. 15	n. 16	p. 1-208	jan./jun. 2013
----------	----------------	-------	-------	----------	----------------

Mediação / Universidade Fumec, Faculdade de Ciências Humanas, Sociais e da Saúde.
– Vol. 15, no. 16 (Jan./Jun. 2013)- . Belo Horizonte : Universidade Fumec,
Faculdade de Ciências Humanas, Sociais e da Saúde, 2001-

v. : il. ; 25 cm

Semestral

ISSN 1676-2827

1. Comunicação de massa 2. Jornalismo 3. Publicidade 4. Propaganda
I. Universidade Fumec. Faculdade de Ciências Humanas, Sociais e da Saúde.

CDU: 316.77

Sumário

Editorial

7

Cinema na América Latina: uma breve introdução de uma trajetória em eterno começar

Mariana Mól Gonçalves

13

Velhos amores: a representação dos homossexuais idosos em curtas contemporâneos

Flavi Ferreira Lisboa Filho, Alisson Machado & Marlon Santa Maria Dias

33

Paris, Texas e o encontro mediado pela tela: a imagem fílmica como experiência na contemporaneidade

Mirian Sousa Alves

53

Imaginário, desejo e erotismo: o amor idealizado na publicidade

José Aparecido Oliveira

63

Diante dos olhos deles: reflexões sobre corpo, contemporaneidade e reality show

Edilson Brasil de Souza Júnior

79

ISSN 1676-2827

Usos e relações com a tevê

Ercio Sena Cardoso

101

As narrativas de mistério

Jozelma de Oliveira Ramos

113

Subjetividades em cena no jornalismo biográfico de José Castello

Marta Regina Maia & Thales Vilela Lelo

121

Ser isento, imparcial e verdadeiro: a dura missão do biógrafo

Suênio Campos de Lucena

137

Hipérbole como argumento retórico

Kelly Cristina Lourenço Pinheiro

149

Lautrec e Warhol: premissas de uma análise descodificada na arte visual na arte publicitária

Douglas Junio Fernandes Assumpção & Greicy Marianne Lopes G. C. Villegas

169

Arquitetura de uma narrativa transmidiática: análise do jogo de realidade

alternada *Zona Incerta*

Thaiane Oliveira

185

UNIVERSIDADE FUMEC

REITORIA

Reitor

Prof. Eduardo Martins de Lima

Vice-reitora

Profa. Guadalupe Machado Dias

Pró-reitora de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão

Profa. Astréia Soares Batista

Pró-reitor de Graduação

Prof. Guilherme Moutinho Ribeiro

Pró-reitora de Planejamento e Administração

Profa. Guadalupe Machado Dias

FUNDAÇÃO

Conselho de Curadores

Prof. Tiago Fantini Magalhães – Presidente

Prof. Pedro Arthur Victor – Vice-presidente

Conselho Executivo

Prof. Mateus José Ferreira – Presidente

DIRETORIA DA FCH

Diretor-Geral

Prof. Antônio Marcos Nohmi

Diretor de Ensino

Prof. João Batista de Mendonça Filho

Diretor Administrativo-Financeiro

Prof. Fernando de Melo Nogueira

Jornalismo

Coordenador – Prof. Ismar Madeira Cunha Júnior

Publicidade e Propaganda

Coordenador – Prof. Sérgio Arreguy Soares

MEDIAÇÃO

Corpo Editorial

Prof. Rodrigo Fonseca e Rodrigues

Prof. Luiz Henrique Barbosa

Capa

Profa. Dúnya Azevedo e Daniel Washington S. Martins

Editoração eletrônica

Eduardo Costa de Queiroz – Saitec Editoração

Revisão

Maria de Lourdes Costa (Tucha)

Conselho Editorial

Prof. Adriano Duarte Rodrigues (Universidade Nova de Lisboa, Portugal)

Profa. Astréia Soares (Universidade FUMEC, Brasil)

Prof. Bruno Sousa Leal (Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil)

Prof. Eduardo Martins de Lima (Universidade FUMEC, Brasil)

Profa. Graziela Valadares Gomes de Melo Vianna (Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil)

Prof. Luiz Ademir de Oliveira (Universidade Federal de São João del-Rei, Brasil)

Prof. Moisés Adão Lemos Martins (Universidade do Minho, Portugal)

Profa. Regina Motta (Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil)

Prof. Sérgio Laia (Universidade FUMEC, Brasil)

Profa. Tháís Machado Borges (Universidade de Estocolmo, Suécia)

Rua Cobre, 200 • Bairro Cruzeiro • CEP 30310-190
Belo Horizonte • Minas Gerais • Tel.: (31) 3228-3090
mediacao@fch.fumec.br

mediacao

mediação

Pareceristas *ad hoc* da revista *Mediação*

Ana Karenina Berutti – FPAS

Bruno Guimarães Martins – UFMG

Carla Mendonça – Universidade FUMEC

Cláudia Siqueira Caetano – PUC Minas

Eduardo de Jesus – PUC Minas

Euclides Guimarães – PUC Minas

Frederico Tavares – UFRJ

Jônio Machado Bethônico – UFMG

Joana Ziller de Araújo Josephson – UFOP

João Damasceno Martins Ladeira – UNISINOS

Júlio César Machado Pinto – PUC Minas

Juniele Rabelo – UFMG

Laura Guimarães – UFMG

Leonardo Vidigal – UFMG

Márcio de Vasconcellos Serelle – PUC Minas

Maurício Guilherme Silva Junior – UNI-BH

Natacha Silva Araújo Rena – UFMG

Norval Baitello Junior – PUC-SP

Vanessa Madrona Moreira Salles – FEA/FUMEC

Editorial

As narrativas audiovisuais são criações expressivas que remontam à Antiguidade, presentes no teatro grego, nas festividades pagãs; à Idade Média, com os dramas litúrgicos e o teatro de feira; ao Renascimento, com o melodrama; seguido pela ópera, pelo *balé*, pelas comédias musicais e, no século XIX, pelo teatro de revista e de marionetes, os *vaudevilles* e *music halls*, a lanterna mágica e as pantomimas luminosas de Émile Reynaud. Todas essas expressões criaram modos de integração entre som, música, texto, imagem, ritmo e movimento. O próprio cinematógrafo já permitira ver o que nunca havia sido visto, tornando visível o invisível, e trouxe a possibilidade de se vislumbrar um mundo que nenhuma das artes existentes deixava antes imaginar. Em termos tecnológicos, todo estudo do audiovisual deve considerar essas mídias pré-cinema, o cinema síncrono-audiovisual, a televisão (tubo catódico), o vídeo (fita magnética), o computador (algoritmos numéricos), as mídias interativas e as redes sociais na internet, sites como o YouTube, dentre tantos outros. O processo histórico ainda em curso engloba artes como a literatura, o teatro, a pintura e a música, a videoarte, o videoclipe, a holografia, os *videogames*, os *videomashups*, os *fanclipes*, as *performances* musicais virais e os *web hits*. Esses são exemplos dessa realidade audiovisual que se encontra, de fato, onipresente em nossa experiência contemporânea.

As diversas invenções audiovisuais da modernidade forçaram caminho no mundo das ideias, da imaginação, da memória, do inconsciente, dos desejos e dos sonhos. Suas narrativas conquistaram um alcance considerável na vida social e psíquica de gerações de milhões de espectadores, que passaram a experimentar repertórios imaginários, ritmos corporais, cinésicos, intensivos, afetivos, sensoriais, verbais, valores culturais, entretenimento, catarse, estados psicológicos e sentimentais, sensações e novas maneiras de percepção, de pensamento e compreensão da realidade. Assentaram-se, nesse processo, paradigmas de enunciação e de fluência da imagem narrativizada, tanto que aprendemos a apreender a própria vida em termos ficcionais. Nas palavras de Carrière (1995, p. 15), “a ficção eliminou a realidade e aceitamos a sua vitória.”

Após a década de 1950, a configuração espacial e perceptiva da televisão no ambiente doméstico quebrou o feitiço da diegese clássica do cinema. A temporalidade ritualizada da projeção pública na sala escura deu lugar aos atos de consumo fragmentados, privatizados e dispersos. A cultura televisiva, com sua ubiquidade impessoal e anódina, afetou o homem-espectador, síncrono do real mediatizado, que recebe com indiferença as imagens televisuais propagadas por todos os lados. Em suma, o tubo catódico nos faz passar da projeção à difusão, da luz refletida para a luz emitida. E a transmissão hertziana das imagens conjuga instantaneidade e onipresença. O vídeo, por sua vez, surgiu entre o cinema, que o antecedeu, e a imagem infográfica, que logo o superou. Ele é intermediário entre o cinema e o computador, entre a imagem fotoquímica e as tecnologias digitais da imagem virtual. Os circuitos de exibição videográficos são efêmeros. O vídeo dilui-se em todos os ambientes e pode estar presente em esculturas, instalações, *performances*, intervenções urbanas, multimídia, peças de teatro, shows musicais, concertos, *raves*, explorando outras durações e exigindo novas posturas dos espectadores.

Atualmente, muito do chamado cinema “expandido” é justificado pelos malabarismos da tecnologia, cujo primeiro efeito é o espanto perante as imagens. As montagens infográficas, os efeitos especiais, a *motion capture* predominam atualmente, com a infografia audiovisual, numa proliferação de quadros e de ação impacientes. Essa influência resulta numa composição saturada de efeitos, com a aglomeração de vários suportes de imagem numa mesma imagem. E, ao mesmo tempo em que espacializa a narrativa, introduz-se a lógica do jogo que suprime gradualmente a estrutura da causalidade, de forma a conquistar uma nova geração educada pelos jogos de computador e pela lógica visual dos vídeos da MTV. O modo de percepção do audiovisual digitalizado cria outro regime do olhar, mais fisiológico. Algo se quebra nesse olhar: a linearidade causal é substituída pelo fluxo aleatório. A densidade visual refletiu uma nova forma de conceber o olhar, um “olhar-fluxo”, agora nômade: tudo está ao alcance do olho, que vagueia por uma “elasticidade” da imagem, que pode ser distendida e adquire diferentes formas, ou até pode tornar-se anamófica. As intermitências visuais e episódicas são o sintoma de um olhar que não suporta a duração, mas que fragmenta o espaço não pela sequencialidade, mas pela simultaneidade num único enquadramento. Essa “imagem hiperdinâmica” cria possibilidades de movimentos infinitos, gerando imagens compostas e uma navegação da câmera que ultrapassa suas limitações físicas. Forma-se, aqui, um olho

sobre-humano que é capaz de tudo ver e de quebrar quaisquer barreiras. Por fim, indagamos: o vocabulário do audiovisual – ou melhor, do “audio-*logo*-visual” – está completo? Sua expressividade já foi consumada? Em fluxo permanente, nenhuma gramática ou técnica, nenhum paradigma ou pressuposto estético são permanentes. E os estudos teóricos em comunicação não podem, para além das imagens e sonoridades manifestas, desprezar as forças nem sempre visíveis ou sonoras que subjazem e transformam nosso regime de visualidade e de escuta.

As discussões sobre as narrativas audiovisuais iniciam-se com o texto *Cinema na América Latina*: uma breve introdução de uma trajetória em eterno começar. Nele, Mariana Mól Gonçalves faz uma busca por características do cinema latino-americano que o distiguem das produções cinematográficas de outras partes do mundo.

Em *Velhos amores: a representação dos homossexuais idosos em curtas contemporâneos*, Flavi Ferreira Lisboa Filho, Alisson Machado e Marlon Santa Maria Dias investigam as representações de homossexuais idosos no cinema contemporâneo. Ao analisarem dois curtas-metragens – *Depois de tudo* (2008) e *Bailão* (2009) –, os autores buscam compreender a construção dos personagens e as implicações dessas representações cinematográficas para a construção da democracia.

Mírian Sousa Alves investiga a natureza da imagem no cinema narrativo ficcional e sua relação com as experiências vividas pelo espectador em *Paris, Texas e o encontro mediado pela tela*: a imagem fílmica como experiência na contemporaneidade. Tomando como objeto o filme *Paris, Texas*, de Wim Wenders, a autora propõe que as diferenças técnicas entre as imagens possibilitam relações específicas entre estas e seus espectadores. A imagem no cinema deixa de ser vista como um simples espaço de representação e se transforma em uma experiência do sujeito que se coloca diante da tela cinematográfica.

A narrativa audiovisual publicitária é o tema do artigo *Imaginário, desejo e erotismo*: o amor idealizado na publicidade, de José Aparecido Oliveira. Valendo-se do referencial teórico-metodológico da Hermenêutica de Profundidade, o autor faz um estudo das formas simbólicas do filme publicitário do desodorante Axe Excite, veiculado na TV e, principalmente, na internet. Para o autor, o clipe retoma um imaginário ancestral que acompanha a humanidade desde seu surgimento e que funciona como uma estratégia de canalização de desejos reprimidos.

As produções televisivas são o tema dos artigos seguintes. Em *Diante dos olhos deles*: reflexões sobre corpo, contemporaneidade e *reality show*, Edilson Brasil de Souza Júnior elege como objeto de estudo o *reality*

show estadunidense *America's Next Top Model*. Interessa ao autor analisar as potencialidades corporais do indivíduo contemporâneo em sua luta pela individualidade e reconhecimento coletivo. Ao fazer a análise do programa de TV, o autor tenta compreender como se estabelecem as relações táticas e estratégicas entre o sujeito e o mundo e de que forma as expectativas e consequências geradas por esses embates cotidianos com a realidade e com o Outro chegam ao corpo.

Ercio Sena Cardoso, em *Usos e relações com a tevê*, reflete sobre o discurso da Rede Globo em uma reportagem sobre a vida dos jovens no tráfico de drogas. Essa reportagem, que foi exibida no programa *Criança Esperança*, estabelece uma relação direta entre as práticas dos jovens e a ausência da escola.

Abrindo a seção livre desta edição, Jozelma de Oliveira Ramos apresenta um estudo sobre uma obra literária. Em *As narrativas de mistério*, a autora discute a relação entre mistério e modernidade na obra *A menina morta*, de Cornélio Pena. A autora procurou apontar traços das narrativas de mistério que contribuíram para a construção estética dos enigmas da trama corneliana.

Os dois artigos seguintes têm como tema o jornalismo biográfico. Marta Regina Maia e Thales Vilela Lelo, em *Subjetividades em cena no jornalismo biográfico de José Castello*, mostram-nos as possibilidades abertas para a produção de biografias pelos jornalistas na contemporaneidade e as especificidades do texto biográfico construído por tais profissionais. Elegendo como objeto o livro *João Cabral de Melo Neto: o homem sem alma*, o trabalho tem como proposta verificar a presença autoral do jornalista na biografia.

Suênio Campos de Lucena, em *Ser isento, imparcial e verdadeiro: a dura missão do biógrafo*, discute sobre o caráter de verdade, perseguido por muitos biógrafos em suas produções. O autor elege como objeto o livro *Ho-ba-la-lá: à procura de João Gilberto*, de Marc Fischer, que é analisado à luz de obras que abordam, de forma crítica, a narrativa biográfica e as tensas relações entre biógrafos e biografados.

Kelly Cristina Lourenço Pinheiro, em *Hipérbole como argumento retórico*, investiga a contribuição da figura retórica *hipérbole* no processo de persuasão da comunicação publicitária. Para exemplificar os tipos de hipóboles utilizadas pela publicidade impressa, a autora analisa um anúncio que foi premiado pelo *Wave Festival*, da revista *Meio & Mensagem*.

A congruência entre arte e publicidade é o tema do artigo *Lautrec e Warhol: premissas de uma análise descodificada na arte visual na arte publicitária*, de Douglas Junio Fernandes Assumpção e Greicy Marianne

Lopes G. C. Villegas. Os autores pesquisaram a incorporação da publicidade na produção artística de Lautrec e Warhol e também a incorporação da arte na publicidade. Para eles, a inserção da arte na publicidade e propaganda trará o benefício de uma persuasão maior e mais eficaz ao texto publicitário.

Encerra esta edição o artigo de Thaiane Oliveira, *Arquitetura de uma narrativa transmidiática: análise do jogo de realidade alternada Zona incerta*, no qual é analisada a estrutura da narrativa do jogo produzido pela revista *SuperInteressante*. Utilizando conceitos da arquitetura narrativa, a autora desenvolve um quadro pragmático que permite compreender as narrativas transmidiáticas como produção da cultura de convergência.

Os agradecimentos de sempre a todos aqueles que contribuíram para a realização desta Edição: ao Reitor, Prof. Eduardo Martins; aos nossos Diretores da FCH, Prof. Antônio Marcos Nohmy, Prof. João Batista Mendonça Filho e Prof. Fernando Nogueira; aos Coordenadores do curso de Publicidade e Propaganda, Prof. Sérgio Arreguy Soares, do curso de Jornalismo, Prof. Ismar Madeira; à Profa. Dunya Azevedo e ao Daniel Washington S. Martins (Alfafa), por mais esta bela capa; aos professores e pesquisadores articulistas, que muito contribuíram para a qualidade científica de nossa revista. Esta décima sexta edição dá boas-vindas ao novo membro do Corpo Editorial, o Professor Luiz Henrique Barbosa.

Boa leitura!

Rodrigo Fonseca e Rodrigues
Luiz Henrique Barbosa
Astréia Soares
Editores