

# mediação

volume 14 • número 15 • julho/dezembro de 2012

ISSN 1676-2827

Mediação	Belo Horizonte	v. 14	n. 15	p. 1-184	jul./dez. 2012
----------	----------------	-------	-------	----------	----------------

Mediação / Universidade Fumec, Faculdade de Ciências Humanas, Sociais e da Saúde.  
– Vol. 14, no. 15 (Jul./Dez. 2012)- . Belo Horizonte : Universidade Fumec,  
Faculdade de Ciências Humanas, Sociais e da Saúde, 2001-

v. : il. ; 24 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

Diálogo em preto e branco: a experiência moderna na fotografia brasileira

**Marcelo Eduardo Leite, Carla Adelina Craveiro Silva**

13

A lente moderna

**Maria Elisa Baptista, Paulo Baptista**

35

O diálogo entre poesia e outras artes

**Luiz Henrique Barbosa**

51

Inovação e revolução: reflexões sobre televisão digital e crise de conteúdo

**Alan César Belo Angeluci**

65

O auge e o declínio da programação infantil na TV comercial brasileira

**Admir R. Borges, Sergio Arreguy, Lourimar de Souza**

79

ISSN 1676-2827

Mediação	Belo Horizonte	v. 14	n. 15	p. 1-184	jul./dez. 2012
----------	----------------	-------	-------	----------	----------------

O *ethos* de cada um: limites e associações entre a ética profissional de jornalistas e corporativa de empresas de comunicação

**Robson Dias**

95

Religião, secularização e modernidade

**Maria Cristina Leite Peixoto**

111

A mídia sergipana e as principais estratégias das ONGs em Sergipe, entre 1983-1992

**Matheus Pereira Mattos Felizola, Fernando Bastos Costa**

129

Interimagens e cine-sensação: a *kinoc*-montagem de Vertov e a antimontagem do cinema digital

**Rodrigo Fonseca e Rodrigues**

147

Na sala branca de 2001: uma odisséia no futuro do pretérito

**Gedley Belchior Braga**

159

## UNIVERSIDADE FUMEC

### REITORIA

#### Reitor

Prof. Doutor 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 Financeiro

Prof. Fernando de Melo Nogueira

#### Jornalismo

Coordenador – Prof. Ismar Madeira

#### Publicidade e Propaganda

Coordenador – Prof. Sérgio Arreguy

## MEDIAÇÃO

#### Editor

Prof. Rodrigo Fonseca e Rodrigues

#### Coeditora

Profa. Astréia Soares Batista

#### Capa

Profa. Dúnya Azevedo

#### Editoração eletrônica

Eduardo Costa de Queiroz – Saitec Editoração

#### Revisão

Maria de Lourdes Costa (Tucha)

#### Conselho Editorial

Prof. Adriano Duarte Rodrigues (U. Nova de Lisboa)

Profa. Astréia Soares (U. FUMEC)

Prof. Bruno Sousa Leal (UFMG)

Prof. Eduardo Martins de Lima (U. FUMEC)

Profa. Graziela Valadares Gomes de Melo Vianna (Centro Universitário Newton Paiva)

Prof. Luiz Ademir de Oliveira (UFSJ)

Prof. Moisés Adão Lemos Martins (U. do Minho)

Profa. Regina Motta (UFMG)

Prof. Sérgio Laia (U. FUMEC)

Profa. Tháís Machado Borges (U. de Estocolmo)

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 – Centro Universitário Newton Paiva

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 Vídgal – 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

A palavra “moderno”, derivada de *modo hodierno*, assumiu uma semântica amplificada pela ocasião da passagem do século XIX para o XX. Embora comporte esse registro temporal, o vocábulo acabou ganhando vasto de alcance conotativo: a “modernização” passou a designar o processo político de reestruturação do Estado, a fim de ajustá-lo às novas configurações progressistas do capitalismo de mercado em escala global, num contexto em que o mundo passou a pulsar sincronicamente conforme o tempo de Greenwich. A chamada “modernidade” começou justamente nesse momento, experimentada pelas sociedades envolvidas num surto dinâmico de inovações tecnocientíficas. A chamada Segunda Revolução Industrial, propulsionada pelas novas modalidades de energia, vinculou-se aos grandes complexos empresariais e ao capital financeiro. Inaugurou-se a era das máquinas, com a eletricidade, o automatismo, a aceleração na produção e nos transportes. O motor a explosão, o telégrafo, o telefone, o fonógrafo, o cinematógrafo, o cabo submarino foram inventados. Descobriu-se o elétron. A ciência mergulhou no âmago da matéria e nos confins do Universo. A psicanálise passou a explorar as dimensões oníricas e o inconsciente. Encontrou-se no gene o núcleo elementar da vida. Apareceram a mecânica quântica, a física atômica, as geometrias  $n$ -dimensionais e a noção de “quarta dimensão”, com ampla repercussão cultural. Passou-se a afirmar que havia um todo, mas sempre aberto, que havia um homem, mas incompleto. Frederich Nietzsche anunciou a reformulação necessária da filosofia, para que se renovasse como disciplina experimental, perguntando-se qual seria, efetivamente, sua tarefa e o que esperar dela.

Reduzidos à condição de operários e consumidores, homens e mulheres concentraram-se no isolamento das grandes metrópoles, sentindo seus efeitos desorientadores num mundo em que laços pessoais e antigas referências estáveis se dispersavam. Novos recursos massivos e sincronizados da comunicação social orquestraram a opinião pública. Igualmente sintomática da modernidade foi a invasão cotidiana das novas tecnologias no imaginário social, que se confrontaram – e oportunamente se ajustaram – a legados simbólicos arcaicos. O cinema, a

imprensa ilustrada e o rádio reiteraram a ênfase tecnológica sobre a velocidade. Rapidamente, os termos “moderno” e “novo” tornaram-se palavras-fetice, insufladas de conotações simbólicas pela publicidade e pelos discursos midiáticos. Produtos culturais adotaram o jargão a fim de mobilizar o imaginário dos indivíduos, de ora em diante, empregados, consumidores ou clientes, membros tácitos da “massa”. Moderno passou a ser sinônimo de liberdade, de olhar para um futuro, de ruptura de convenções, de ousadia, de exóticas experiências e de fantasias da abolição do espaço e do tempo. Emergiram as indústrias do lazer, do entretenimento e do turismo. A indústria fonográfica, a da notícia e a dos filmes se internacionalizaram. Novos hábitos físicos, sensoriais e mentais se incorporaram à rotina: esportes, danças, competições, shoppings, desfiles de moda, excursões, corridas, parques de diversão. Espalhou-se uma vertigem coletiva da ação, da aceleração. E o corpo se expôs a esse intenso bombardeio sensorial e emocional.

A arte denominada “moderna” começou a aparecer a partir de 1895. Os movimentos modernistas ganharam nomes como *Art Nouveau*, na França, *Jugendstil*, na Alemanha, *Secession*, na Áustria e *Modern Style*, na Inglaterra e na Escócia. Os então chamados artistas modernos agiram coletivamente, souberam expressar suas teorias nos manifestos que buscavam as bases estruturais da percepção e das formas de representação. Eles encaravam-se a si mesmos como tropas avançadas, numa implacável crítica à sociedade de sua época. As vanguardas fundiram ativismo intelectual, artístico, cultural e certa militância política. Rotulavam os burgueses de filisteus, incultos, vulgares, grosseiros e diletantes. Pintores como Emil Nolde, Ernst Kirchner, Vassili Kandinski, Franz Marc e Gustav Klimt, Oskar Kokoschka, Egon Schiele, Matisse, inspirados por Cézanne, Van Gogh e Gauguin, exploraram a deformação da realidade para expressá-la diferentemente, pois já não se procurava figurar a natureza, as pessoas ou os objetos. Gaudí e Frank Lloyd Wright revolucionaram a arquitetura. Claude Debussy descarrilou o sistema tonal e multiplicou a paleta de timbres e sonoridades. Na Itália, em 1909, publicou-se o *Manifesto Futurista*, assinado por Marinetti e chancelado por Balla, Boccioni, Carrà, Russolo e Pratella. Em seguida, surgiu o cubismo de Picasso e Braque, pioneiros da colagem que afirmavam não haver um espaço fora da tela para ser copiado. Apollinaire e Cendrars trouxeram, daí em diante, a poesia cubista. Fernando Pessoa apresentou seus heterônimos. Teatros, espetáculos, concertos, galerias, exposições e museus apresentaram ao público uma série de eventos-provocação, sob cooperações sinérgicas entre artistas: Alfred Jarry, Igor Stravinsky,

Sergei Diaghiliev, Jean Cocteau, Eric Satie, George Antheil, Nijinsky, Arthur Honegger, Darius Milhaud. Em 1916 surgiu o dadaísmo, criado pelos artistas Hugo Ball, Hans Arp, Marcel Janco, Tristan Tzara, obtendo a adesão de Marcel Duchamp, Francis Picabia, Hans Richter e Man Ray. Os dadaístas radicalizaram os experimentos modernistas e não somente romperam com as formas da arte, mas também com o conceito da própria arte, desvelando o ilusionismo do qual ela se alimentava.

Na década de 1920, São Paulo estava em estreita ligação com a vida cultural de Paris, de onde emanavam novos meios de comunicação, arte gráfica, imprensa, cinema, repercutindo na imaginação dos modernistas. A indústria editorial e seu *boom* inesperado criaram um ambiente que fomentou propostas e atitudes modernistas, fazendo com que a cidade atraísse escritores de todos os cantos do país. Surgiu uma nova geração de jovens intelectuais e se começou a falar do “fenômeno paulista”, graças a uma geração emergente de pintores e escultores locais. Igualmente, as exposições sucederam-se, e o público economicamente privilegiado que consumia a arte buscou sinais de distinção. A *Semana de Arte Moderna*, realizada em 1922, foi considerada o ponto de partida do modernismo no Brasil. Desencadeou-se tardiamente e derivou da assimilação de tendências culturais e artísticas lançadas pelas vanguardas europeias. Ironicamente, aderiu-se ao modernismo parisiense, mas ensinava a desprezar a velha Europa e a amar a pujança da América, a magia dos trópicos. Elementos modernistas internacionais ligaram-se às singularidades culturais brasileiras, em sua condição agrária, retrógrada, modelada pela estrutura colonial e subalterna do país no contexto mundial. À música e às artes cênicas sucederam-se as artes plásticas, a poesia e a literatura de ficção e ensaística. Entre os grandes artistas modernos brasileiros podemos lembrar Villa-Lobos, Rego Monteiro, Anita Malfatti, Afonso Arinos, Victor Brecheret. Logo depois da histórica semana, surgiu a Revista *Klaxon: mensário de arte moderna* (1922-1923) como o primeiro periódico modernista, consequência das agitações em torno da Semana de Arte Moderna.

No clima de comemoração pelos 90 anos da arte moderna brasileira, anunciamos os trabalhos de nossos articulistas. Inaugura esta edição o artigo *Diálogo em preto e branco: a experiência moderna na fotografia brasileira*. Marcelo Eduardo Leite e Carla Adelina Craveiro Silva apresentam os primeiros passos da chamada fotografia moderna, representada por Thomaz Farkas e José Oiticica Filho. Os autores assinalam a saudável reconfiguração nas artes brasileiras com a Semana de Arte Moderna, que evidencia a necessidade de absorção de novos valores estéticos.

A fotografia não fez parte da semana e sua ausência ocasionou certo distanciamento dela durante sua evolução no campo das artes. Mais tarde, porém, com o advento dos *fotoclubes*, ela passou a conectar-se com a ideia de modernidade.

Em *A lente moderna*, Maria Elisa Baptista e Paulo Baptista associam fragmentos da história arquitetônica e fotográfica de Belo Horizonte, nas décadas de 1930 a 1960, que abrigam inúmeros registros do surgimento da arquitetura moderna brasileira, flagrados na sua construção pela lente moderna de Wilson Baptista. O ensaio, baseando-se no relato pessoal da experiência de cada imagem, referencia a inventividade desse fotógrafo, que traduz em uma estética modernista a arquitetura de Belo Horizonte.

Luiz Henrique Barbosa alinhava as discussões derivadas do nosso dossiê temático com seu texto *O diálogo entre poesia e outras artes* e defende que é possível comparar a ordem literária com outra ordem estética. Abordando dois poetas do modernismo brasileiro, João Cabral de Melo Neto e Manoel de Barros, o autor observa semelhanças das poéticas de ambos com as técnicas utilizadas pela estética surrealista.

Nos desdobramentos temáticos livres desta edição, apresenta-se o trabalho de Alan César Belo Angeluci, *Inovação e revolução: reflexões sobre televisão digital e crise de conteúdo*. Pautado por conceitos como gênero e movimento da linguagem audiovisual, além de uma abordagem histórica, o autor reflete sobre o que se tem denominado “crise de conteúdo” no campo transformador da televisão digital.

No artigo *O auge e o declínio da programação infantil na TV comercial brasileira*, Admir R. Borges, Sergio Arreguy e Lourimar de Souza tecem breve reconstrução histórica dos programas infantis patrocinados da TV aberta brasileira. Utilizando uma metodologia que se fundamenta em materiais bibliográficos e documentais, os autores identificam e analisam as formas de patrocínio a partir da inauguração da televisão até a data atual. O resultado apresenta aspectos para uma avaliação da curva de experiência vivida pelos canais e profissionais envolvidos no desenvolvimento da programação brasileira voltada para as crianças, ancorada pelos investimentos publicitários.

Robson Dias apresenta o texto *O ethos de cada um: limites e associações entre a ética profissional de jornalistas e corporativa de empresas de comunicação*, tratando a ética profissional como dimensão humanista do dever-ser. O autor considera dois referenciais éticos: o *ethos* do jornalista e o *ethos* do jornalismo, discutindo a relação dialética entre as possibilidades da ética e as limitações da prática tanto do profissional quanto das organizações jornalísticas.

Em *Religião, secularização e modernidade*, Maria Cristina Leite Peixoto aponta duas tendências sociológicas principais que se constituíram para compreender a religião no mundo moderno-contemporâneo. A primeira, segundo a autora, nega a permanência do processo de secularização, em razão da evidência empírica da diversidade de religiões na atualidade; a segunda afirma a existência do processo. Como alternativa a essas perspectivas, emerge a ideia de que a religião deve ser analisada, hoje, como resultado da interação de forças secularizantes e contrassecularizantes.

Matheus Pereira Mattos Felizola e Fernando Bastos Costa desenvolvem em *A mídia sergipana e as principais estratégias das ONGs em Sergipe, entre 1983-1992* um estudo dos processos comunicacionais dos movimentos ambientais em Sergipe, entre 1983 e 1992, por ter sido o hiato entre o início dos movimentos ambientais em Sergipe e o momento de explosão do conceito de ONGs ligadas ao meio ambiente no Brasil e no mundo. Os autores inferem que a comunicação do movimento ambiental começou com forte impacto nas camadas mais intelectualizadas em Sergipe, mas que, no decorrer do processo de assimilação das questões ambientais, vários bloqueios começaram a surgir nos veículos de comunicação de massa, dada a forte presença das construtoras sergipanas como capital financiador dos governos estaduais e municipais.

No trabalho assinado por mim, denominado *Interimagens e cine-sensação: a kinoc-montagem de Vertov e a antimontagem do cinema digital*, são abordadas as experimentações de Dziga Vertov em seu filme *Homem com a câmera*, em face de paradigmas como o da “montagem transparente”, ainda prevalente no cinema ficcional clássico. Sua película, a despeito de se fundar na montagem expressiva, provoca problematizações teóricas sobre a infografia no cinema contemporâneo e exorta muitos artistas do audiovisual a trabalhar criativamente com a antimontagem. Atentos aos preceitos vertovianos sobre a “interimagem”, alguns cineastas reencontram o poder da “cine-sensação” em meio à miríade de discursos tecnológicos prevalentes no cinema digital.

Culmina esta edição o artigo do artista e autor Gedley Belchior Braga, intitulado *Na sala branca de 2001: uma odisseia no futuro do pretérito*. Chamamos a atenção do leitor para o cariz ensaístico deste trabalho que experimenta códigos metalinguísticos nos próprios sinais da escrita e que se vale, por exemplo, do emprego intencional de “aspas” e “itálicos”, como se estes fossem personagens distintos, ora identificados por aspas sem itálicos, ora aspas com itálicos, ora itálicos sem aspas. Trata-se de um texto polifônico, com muitas vozes simultâneas. O tema abraça

como ponto de partida uma ficção de futuro que não é mais futuro, o filme *2001: uma odisseia no espaço* (1968), de Stanley Kubrick. O foco são as cenas finais que se passam em uma “sala branca”, associadas com o contexto artístico minimalista e conceitual de meados da década de 1960. Para a atualização da discussão, tais questões são ampliadas com a abordagem de pontos de vista filosóficos que envolvem a noção de “dispositivo” (Agamben) e de termos da “filosofia da caixa preta” (Flusser), além da utilização de teóricos que discutiram o espaço moderno da galeria de arte e do museu, em especial do “cubo branco”, por Brian O’Doherty.

Não podemos deixar de agradecer, mais uma vez, à professora Dunya Azevedo e à sua orientanda, Lorene Luiza Santos de Assis, pela belíssima capa. Agradecemos, também, à Priscila Reis pelo processo exitoso de novas indexações por ela realizado. Somos igualmente agradecidos a todos os conselheiros da revista, ao nosso reitor, professor Eduardo Martins, aos nossos diretores, professores Antônio Marcos Nohmi, João Batista de Mendonça Filho e Fernando Nogueira, além dos coordenadores Ismar Madeira e Sérgio Arreguy, além dos professores dos cursos de Jornalismo e de Publicidade e Propaganda da Universidade Fumec. Nesta décima quinta edição, a revista acolhe com grande alegria o trabalho de coeditoria da professora Astréia Soares. A ela nossa especial gratidão.

Boa leitura!

Prof. Rodrigo Fonseca e Rodrigues  
Editor