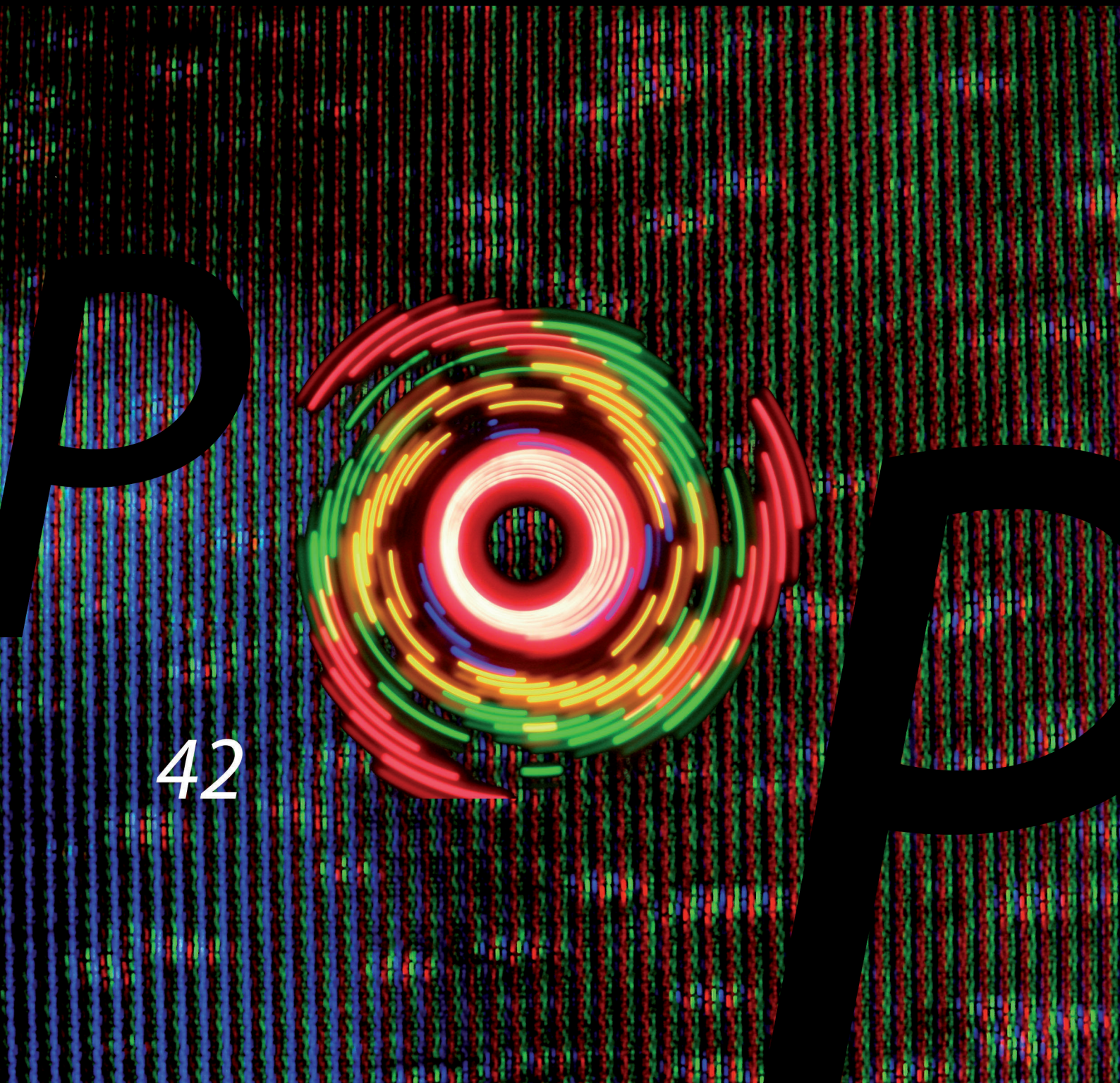


LOGOS

COMUNICAÇÃO & UNIVERSIDADE

Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Uerj
PPGCOM



Cultura Pop e Linguagem de Videoclipe

LOGOS

EDIÇÃO 42, V. 22, N. 1, 2015

42

Dossiê:
Cultura Pop e Linguagem de Videoclipe

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ/Rede Sirius/PROTAT

L832 *Logos: Comunicação & Universidade* - Vol. 1, N° 1 (1990)
- . - Rio de Janeiro: UERJ, Faculdade de Comunicação Social,
1990 -

Semestral

E-ISSN 1982-2391 | ISSN 0104-9933

**1. Comunicação - Periódicos. 2. Teoria da informação
-Periódicos. 3. Comunicação e cultura - Periódicos.
4. Sociologia - Periódicos. I. Universidade do Estado do Rio
de Janeiro. Faculdade de Comunicação Social.**

CDU 007

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

CENTRO DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

REITOR

Ricardo Vieiralves de Castro

VICE-REITOR

Paulo Roberto Volpato Dias

SUB-REITOR DE GRADUAÇÃO

Lená Medeiros de Menezes

SUB-REITORA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA

Monica da Costa Pereira Lavalle Heilbron

SUB-REITORIA DE EXTENSÃO E CULTURA

Regina Lúcia Monteiro Henriques

DIRETOR DO CENTRO DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES

Glauber Almeida de Lemos

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

DIRETOR

Fernando do Nascimento Gonçalves

VICE-DIRETOR

Erick Felinto de Oliveira

CHEFE DO DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

João Pedro Dias Vieira

CHEFE DO DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Fátima Regis

CHEFE DO DEPARTAMENTO DE TEORIA DA COMUNICAÇÃO

Cíntia Sanmartin

LOGOS - EDIÇÃO 42, V. 22, Nº 1

Logos: Comunicação & Universidade (E-ISSN 1982-2391) é uma publicação acadêmica semestral da Faculdade de Comunicação Social da UERJ e de seu Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC) que reúne artigos inéditos de pesquisadores nacionais e internacionais, enfocando o universo interdisciplinar da comunicação em suas múltiplas formas, objetos, teorias e metodologias. A revista destaca a cada número uma temática central, foco dos artigos principais, mas também abre espaço para trabalhos de pesquisa dos campos das ciências humanas e sociais considerados relevantes pelos Conselhos Editorial e Científico. Os artigos recebidos são avaliados por membros dos conselhos e selecionados para publicação. Pequenos ajustes podem ser feitos durante o processo de edição e revisão dos textos aceitos. Maiores modificações serão solicitadas aos autores. Não serão aceitos artigos fora do formato e tamanho indicados nas orientações editoriais e que não venham acompanhados pelos resumos em português, inglês e espanhol.

EDITOR CHEFE

Leticia Matheus

EDITOR ASSISTENTE

Fausto Amaro

PARECERISTAS DESTE NÚMERO

Adilson Cabral

Afonso de Albuquerque

Aline Strelow

Ariane Holzbach

Cíntia SanMartin Fernandes

Denise da Costa Siqueira

Luis Mauro Sá Martino

Marcelo Kischinhevsky

Patrícia Rebello

REVISÃO

Nelson Moreira

ENDEREÇO PARA CORRESPONDÊNCIA

Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Faculdade de Comunicação Social - PPGC - Mestrado em Comunicação

Revista Logos

A/C Profa. Leticia Cantarela Matheus

Rua São Francisco Xavier, 524/10º andar, sala 10129, Bloco F

Maracanã - Rio de Janeiro - RJ - Brasil. CEP: 20550-013

Tel.fax: (21) 2334-0757. E-mail: logos@uerj.br

PROJETO GRÁFICO

Marcos Maurity e Samara Maia Mattos

DIAGRAMAÇÃO / EDITORAÇÃO ELETRÔNICA

Adriano Lopes Mendes

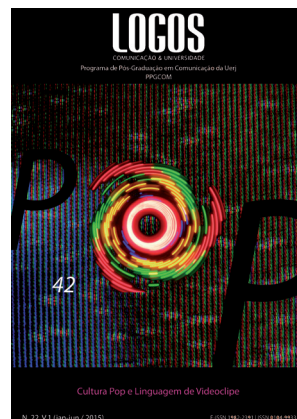
Mateus Martins Pinheiro (estagiário)

CAPA

Felipe Feijó

BOLSISTA

Camila de Castro do Nascimento



Sumário

Apresentação

Denise Siqueira e Leticia Matheus

Dossiê - Cultura Pop e Linguagem de Videoclipe

“Faça Você Mesmo”: o demônio de Daniel Johnston

Fabrizio Silveira e Marcelo Bergamin Conter

Favelei: Antropofagia e hibridação no caso da funkeira MC Vêia

Miriam Cristina Carlos Silva e Thífani Postali

“Ôôhhhh tempinho bom!!”: Videoclipes no Youtube e a reconfiguração do rock nacional dos anos 80

Ariane Diniz Holzbach

Temas Livres

A construção do self Marcário em redes sociais à luz do modelo de habilidade social de Michael Argyle

Fernanda Carrera

Colonialismo: recorrências e dispersões no discurso do audiovisual amazônico

Regina Lucia Alves de Lima e Dilermando Gadelha

Uma experiência blog no mercado-mídia contemporâneo

Wilton Garcia

Descontinuidades epistemológicas nas Teorias da Comunicação: um estudo das taxonomias entre 1969 e 2011

Luis Mauro Sá Martino

Índice jornalístico da cultura em suplementos: panorâmica editorial do caderno Cultura de Zero Hora (2006-2009)

Cida Golin, Everton Cardoso, Mariana Müller, Mariana Sirena, Cíntia Warmling

Resenha

História da Comunicação no Brasil

Márcio Souza Gonçalves, Yuri Garcia e Thayz Guimarães Gonçalves

Entrevista

A Comunicação é a ciência do século XXI

Com Marialva Barbosa

Por Márcio Gonçalves, Thayz Guimarães, Bruna Rodrigues, Rafael Barbosa, Júlio Altieri, Carmen Prata, Claudia Bianco, Maíra Alves e Vaniele Barreiros

Comunicações

Comunicação e Usos do Passado

Marialva Barbosa

Aula inaugural do PPGCOM da UERJ, em 6 de maio de 2015

Apresentação

Logos 25 anos: linguagens, cultura pop, videoclipe e história

O papa é pop, o pop é cultura, o videoclipe é papa, pop e cultura. Formato que pareceu destinado ao fim no início dos anos 2000, o videoclipe, filme de música, se estendeu para fora da televisão. Encontrou espaço na web, nas redes sociais on-line, nas plataformas como Youtube, nos celulares e tablets (ou tabuletas, como gosta de provocar o professor Muniz Sodré). O videoclipe constitui um formato muito interessante dentro do universo midiático por reunir várias linguagens: música, dança, imagem em movimento, poesia.

Pode ser pop, no sentido de aproximar-se da cultura de massa, de ter um caráter comercial, mas também pode ser artístico, transgressor. Como linguagem, o clipe musical se aproximou, por exemplo, da vídeodança, se enriqueceu e também foi apropriado pela dança contemporânea nessa sua expressão midiaticizada. Inspirador, logo foi cooptado pela publicidade. O clipe é veloz, é curto, fragmentado, hedonista, pode conter narrativa ou não. Intenso ou inconsequente. O clipe parece, enfim, um resumo do universo midiático contemporâneo.

E ainda pensando em linguagem, o clipe assume a rica possibilidade de sair da indústria da música, do mainstream, e passar para o lado dos fãs. Lidando com ironia, com admiração ou desprezo, as versões de fãs, spoofs e paródias abrem espaço para a expressão de ouvintes que antes da cultura das redes não tinham onde mostrar suas criações. O clipe se torna participativo, debochado, partilhado. Para cada sucesso, uma ou várias paródias virais.

Comemorando 25 anos de comunicação, cultura, cidade, corpo, arte e um pouco de pop, a Revista Logos construiu na presente edição, um dos-sier partindo do tema da cultura pop e tendo o videoclipe como seu VLT chefe. Do clipe e do pop, a edição parte para outras temáticas, fiel à ideia de que o campo da comunicação é transdisciplinar mesmo. Redes sociais, colonialismo, blogs, epistemologia, cadernos culturais são temas dos artigos da revista. E como 25 anos já são um pedaço de história, um quarto de século, a edição comemorativa faz uma homenagem a uma grande pesquisadora da história da comunicação no Brasil: a professora Marialva Barbosa, da ECO/UFRJ. A revista conta com a comunicação de Barbosa sobre “Comunicação e usos do passado”, versão da aula inaugural que apresentou no PPGCOM/UERJ no primeiro semestre de 2015. Conta ainda com resenha de seu livro História da Comunicação no Brasil e com uma entrevista concedida ao grupo de pesquisa Livros e cultura letrada, do PPGCOM/UERJ.

Que venham mais 25 anos! Boa leitura!

Denise Siqueira e Leticia Matheus

Dossiê