

## Sumário

Uma derrota para se guardar na memória? Um estudo das narrativas jornalísticas sobre o 7 a 1 da Copa de 2014 .....	5
<b>Ronaldo Helal e Fábio Aguiar Lisboa</b>	
O olhar estrangeiro sobre a cerimônia de abertura da Copa da FIFA de 2014 no Brasil: o entendimento das marcas culturais e identitárias brasileiras .....	21
<b>Paula Regina Puhl e Nelson Todt</b>	
A segunda tela entra em campo: como as novas práticas interativas – ou a troca do radinho pelo celular – mudam o consumo de futebol .....	37
<b>Alexandre Carauta</b>	
O rádio informativo e a economia política da comunicação .....	59
<b>Veridiana Pivetta de Mello</b>	
O jornalismo como elo entre nações: a construção da notícia na Deutsche Welle Brasil .....	75
<b>Maximiliano Martín Vicente e Augusto Junior da Silva Santos</b>	
O “ser autor” na prática do jornalismo diversional .....	90
<b>Francisco de Assis</b>	
O paradoxo <i>hipster</i> : sobre representações, publicidade e subculturas .....	107
<b>Cláudia Pereira e Eduardo Jardim Sena</b>	
<i>Happy new ears!</i> : notas sobre arte sonora .....	120
<b>Manoel Silvestre Friques</b>	
Delicadeza e conflito na música: Los Hermanos e outras ressonâncias .....	136
<b>Paulo Gajanigo</b>	
Quando Sancho Pança vira Dom Quixote – A invenção da Silésia no filme <i>Angelus</i> de Lech Majewski .....	153
<b>Piotr Kilanowski</b>	
Hagiografia fílmica – Porque a vida de um santo não é uma cinebiografia .....	166
<b>Luiz Vadico</b>	
Redes sociais, novos <i>media</i> e SRSs .....	183
<b>Pedro Miguel Alves Ribeiro Correia e Maria Faia Rafael Moreira</b>	
Discursos da rua e o homem público na sociedade midiática .....	193
<b>Saraí Schmidt e Carolina Rigo</b>	
Comunicação e interesse público: a triangulação “iniciativa privada – poder público – comunidade” .....	207
<b>Rudimar Baldissera, Basilio Sartor e Jean Rossato</b>	
Atração e distração visual nos cavaletes eleitorais dos candidatos .....	225
<b>Sérgio Roberto Trein</b>	
El abstencionismo decisional .....	238
<b>Héctor Renán Soto Caballero e Fernando Giraldo García</b>	
Nota aos colaboradores .....	264

## Expediente

**Alceu** é uma publicação semestral do Departamento de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Seu nome é uma homenagem a Alceu Amoroso Lima, pensador, escritor e jornalista que, em 1940, ao lado de importantes nomes da cultura brasileira, participou da fundação da PUC-Rio.

### Diretora

Angeluccia Habert

### Editor

Fernando Sá

### Capa e projeto gráfico

José Antônio de Oliveira

### Conselho Editorial

Adriana Braga, Andréa França, Angeluccia Bernardes Habert, Arthur Cezar de Araújo Ituassu Filho, Augusto Sampaio, Cesar Romero Jacob, Cláudia da Silva Pereira, Everardo Pereira Guimarães Rocha, Fernando de Almeida Sá, José Carlos Rodrigues, Leonel Azevedo de Aguiar, Miguel Pereira, Renato Cordeiro Gomes, Silvio Tendler, Tatiana Siciliano, Vera Lúcia Follain de Figueiredo.

### Conselho Consultivo

Daniilo Marcondes de Souza Filho (PUC-Rio); Eduardo Neiva (UAB-EUA); Ettore Finazzi-Agrò (Universidade de Roma *La Sapienza* -Itália); Ismail Xavier (USP); Izabel Morgato (PUC-Rio); Maria Clara Bingemer (PUC-Rio); Marília da Silva Franco (USP); Otávio Velho (UFRJ); Philippe Waniez (Universidade de Bordeaux - França); Ricardo A. Benzaquen de Araújo (PUC-Rio); Roberto DaMatta (PUC-Rio); Silviano Santiago (UFF); Wander Melo Miranda (UFMG).

### Redação e administração

Departamento de Comunicação Social  
Rua Marquês de São Vicente, 225 – Ala Kennedy – 6º andar  
CEP: 22453-900 – Gávea – Rio de Janeiro – RJ  
Tels.: (021) 3527-1144 – 3527-1145 – 3527-1146  
revistas@com.puc-rio.br

### Indexadores

Diadorim  
EBSCO  
Latindex  
Portal de Periódicos da Capes

Todos os números da **Alceu** podem ser acessados gratuitamente em:  
Alceu on-line – <http://www.publique.rdc.puc-rio.br/revistaalceu>

### Impressão

Editora Vozes

---

ALCEU: Revista de Comunicação, Cultura e Política.  
v.16 -, n.32 -, jan./jun. 2016 -. Rio de Janeiro :  
PUC, Dep. de Comunicação Social.

O título da publicação é uma homenagem a Alceu  
Amoroso Lima.  
1. Comunicação de massa.

ISSN 1518-8728

CDD: 302.23

---

## Editorial

**A**lceu 32 abre com um conjunto de três artigos sobre comunicação e futebol. O primeiro, assinado por Ronaldo Helal e Fábio Aguiar Lisboa, dedica-se a analisar a atuação da memória em narrativas jornalísticas, mais particularmente as que tratam da derrota de 7 a 1 da seleção brasileira para a Alemanha, em partida válida pela semifinal da Copa de 2014. Paula Regina Puhl e Nelson Todt apresentam texto que tem como objetivo analisar reportagens publicadas *on-line* por países estrangeiros, no dia 12 de junho de 2014, a respeito da cerimônia de abertura da Copa do Mundo da FIFA realizada no Brasil no mesmo ano. Já o texto de Alexandre Carauta reflete sobre os efeitos das práticas interativas recentemente incorporadas ao acompanhamento de futebol na TV e no estádio, e de como as novas tecnologias de comunicação estão criando a figura do *web* torcedor.

Em seguida, apresentamos outro bloco de três artigos dedicados a refletir sobre o jornalismo em seus diferentes aspectos. O ensaio de Veridiana Pivetta de Mello analisa a programação informativa no contexto do capitalismo global e o rádio como indústria cultural, por meio dos pressupostos da economia política da comunicação. O objetivo central do artigo assinado por Maximiliano Martin Vicente e Augusto Junior da Silva Santos é descrever e analisar como se dá a construção da notícia na redação da Deutsche Welle Brasil, emissora multimídia pública internacional da Alemanha. Francisco de Assis discute o significado de autoria na prática do chamado jornalismo diversional, ou seja, como o jornalista/autor pode desenvolver um estilo próprio sem deixar de atender às exigências fundamentais da atividade.

Juventude, publicidade, música e cinema são os temas dominantes nos próximos cinco artigos. Cláudia Pereira e Eduardo Jardim Sena assinam texto que estuda a juventude como fenômeno social e procura refletir sobre as representações do jovem e de suas subculturas em nossa sociedade. Para isso usa as representações sociais do *hipster*, em contraposição ao movimento *punk* na publicidade. O ensaio de autoria de Manoel Silvestre Friques propõe uma reflexão a respeito de algumas criações contemporâneas rotuladas de *Sound Art* e criadas por artistas tão díspares

como Christian Marclay, Anri Sala, Aki Onda e Anders Lauge Meldgaard. Recupera particularmente as propostas formuladas pelo compositor, poeta e filósofo John Cage. Paulo Gajanigo apresenta ensaio, agora no campo da música popular brasileira, em que destaca a influência da obra da banda Los Hermanos na configuração de uma estrutura de sentimentos que teria fundamentado uma ética da delicadeza. O texto de Piotr Kilanowski nos leva da música para o cinema. A vida e a obra do diretor polonês Lech Majewski, em especial o seu filme *Angelus*, em que Majewski inventa a Silésia, sua terra natal, é o tema central do seu ensaio. Continuamos com a sétima arte com o artigo de Luiz Vadico, que trata dos filmes das vidas dos santos cristãos e procura demonstrar que uma hagiografia fílmica não é uma biografia ou cinebiografia, mas um dos gêneros que compõe o campo do filme religioso.

Redes sociais, discursos de rua, interesse público, propaganda política e abstenção eleitoral são os temas dos nossos próximos artigos. Pedro Miguel Alves Ribeiro Correia e Maria Faia Rafael Moreira assinam texto em que refletem sobre o conceito de *site* de rede social, explorando-o enquanto caso particular dos novos *media* a serviço das redes sociais. Saraí Schmidt e Carolina Rigo utilizam o conceito de cidadania brasileira em DaMatta, o de homem cordial em Buarque de Holanda e a proposta de homem público de Sennett, para discutir a possível emergência de novas práticas de cidadania no Brasil e que se caracterizam pela ambivalência de movimentos que se caracterizam por misturar o público e o privado. O artigo de Rudimar Baldissera, Basilio Sartor e Jean Rossato tem como objetivo identificar que variáveis relacionadas à articulação “iniciativa privada – poder público – comunidade” interferem no interesse público, considerando-se os processos de comunicação pública implicados nessa triangulação. Já Sérgio Roberto Trein desenvolve pesquisa sobre a publicidade externa usada pelos candidatos nas eleições de 2014 e indaga se o uso exagerado de cavaletes criaria uma sensação de atração ou de distração em relação às propagandas políticas dos candidatos. Fechamos esse número 32 da revista **Alceu** com o artigo, assinado por Héctor Renán Soto Caballero e Fernando Giraldo García, sobre abstenção decisional. Este conceito pode ser definido como um indicador de ausência de decisão eleitoral e que se propõe medir a porcentagem de não utilização da totalidade do voto dos cidadãos que participam de um determinado processo eleitoral.

Boa leitura e boas ideias.

Fernando Sá