



**Marcelo Pereira da Silva
(Organizador)**

Linguagens e Princípios Teórico-Methodológicos das Ciências da Comunicação

Atena
Editora
Ano 2020

2020 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do Texto © 2020 Os autores

Copyright da Edição © 2020 Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação: Karine de Lima

Edição de Arte: Lorena Prestes

Revisão: Os Autores



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins

Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso

Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais

Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília

Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense

Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa

Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa

Profª Drª Denise Rocha – Universidade Federal do Ceará

Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia

Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá

Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima

Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões

Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná

Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie di Maria Ausiliatrice

Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense

Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso

Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins

Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte

Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Universidade Federal do Maranhão

Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará

Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa

Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa

Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste

Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia

Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador

Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará

Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano

Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás

Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná

Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Fágner Cavalcante Patrocínio dos Santos – Universidade Federal do Ceará
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Profª Drª Lina Raquel Santos Araújo – Universidade Estadual do Ceará
Prof. Dr. Pedro Manuel Villa – Universidade Federal de Viçosa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Profª Drª Talita de Santos Matos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Tiago da Silva Teófilo – Universidade Federal Rural do Semi-Árido
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. André Ribeiro da Silva – Universidade de Brasília
Profª Drª Anelise Levay Murari – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Profª Drª Eleuza Rodrigues Machado – Faculdade Anhanguera de Brasília
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Ferlando Lima Santos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Igor Luiz Vieira de Lima Santos – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Mylena Andréa Oliveira Torres – Universidade Ceuma
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federaci do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Paulo Inada – Universidade Estadual de Maringá
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Alexandre Leite dos Santos Silva – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Eduardo Sanches de Andrade – Universidade Federal de Goiás
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcelo Marques – Universidade Estadual de Maringá
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Msc. Adalberto Zorzo – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
Prof. Dr. Adailson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Profª Msc. Bianca Camargo Martins – UniCesumar
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Msc. Cláudia de Araújo Marques – Faculdade de Música do Espírito Santo
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Profª Msc. Dayane de Melo Barros – Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Edwaldo Costa – Marinha do Brasil
 Prof. Msc. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita
 Prof. Msc. Gevair Campos – Instituto Mineiro de Agropecuária
 Prof. Msc. Guilherme Renato Gomes – Universidade Norte do Paraná
 Prof^a Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
 Prof. Msc. José Messias Ribeiro Júnior – Instituto Federal de Educação Tecnológica de Pernambuco
 Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
 Prof^a Msc. Lilian Coelho de Freitas – Instituto Federal do Pará
 Prof^a Msc. Liliani Aparecida Sereno Fontes de Medeiros – Consórcio CEDERJ
 Prof^a Dr^a Lívia do Carmo Silva – Universidade Federal de Goiás
 Prof. Msc. Luis Henrique Almeida Castro – Universidade Federal da Grande Dourados
 Prof. Msc. Luan Vinicius Bernardelli – Universidade Estadual de Maringá
 Prof. Msc. Rafael Henrique Silva – Hospital Universitário da Universidade Federal da Grande Dourados
 Prof^a Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
 Prof^a Msc. Solange Aparecida de Souza Monteiro – Instituto Federal de São Paulo
 Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
L755	<p>Linguagens e princípios teóricos metodológicos das ciências da comunicação [recurso eletrônico] / Organizador Marcelo Pereira da Silva. – Ponta Grossa, PR: Atena, 2020.</p> <p>Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-65-81740-11-5 DOI 10.22533/at.ed.115201902</p> <p>1. Comunicação – Pesquisa – Brasil. 2. Comunicação – Metodologia. I. Silva, Marcelo Pereira da.</p> <p style="text-align: right;">CDD 303.4833</p>
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

Atena Editora
 Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

O e-book “Linguagens e Princípios Teórico-Metodológicos das Ciências da Comunicação” comunga artigos de pesquisadores de diferentes regiões do Brasil que aprofundam, analisam e problematizam temáticas umbilicalmente ligadas à Comunicação, abarcando teorias, metodologias, empirias, análises e linguagens da sociedade pós-moderna, entrecortadas pelo processo de midiatização e pela cultura do consumo.

Os artigos que aqui reunidos são cruciais para a compreensão da realidade social, econômica, política, cultural e educacional do Brasil, visto que abarcam fenômenos próprios deste tempo e apresentam oportunidades, desafios, possibilidades, etc., para a transformação social e a construção de um mundo melhor.

A Comunicação não é a panaceia para os dilemas e enfrentamentos atuais, mas pode, por meio de táticas, estratégias, processos e investigações, colocar na ribalta questões que fundamentam a vida em sociedade e são verdadeiros a espinha dorsal para a melhoria das condições habitativas, relacionais, interativas e humanas em um tempo investido de ambivalência, desgovernabilidade e ausência de sentido.

As imbricações, os diálogos e os duelos entre diferentes teorias, proposições e autores que este e-book aglutina produzem novas e emergentes perspectivas às Ciências da Comunicação: olhares transversos sobre um mesmo objeto são postulados, permitindo reformulações; determinismos são abandonados e relativizações colocadas como premissa, levando em conta que o campo da Comunicação ainda se encontra em construção e mostra-se essencialmente transdisciplinar, intradisciplinar, multidisciplinar e interdisciplinar.

Na construção deste e-book, processos associativos e relacionais foram captados em um sentido produtivo na formação de novas semioses, já que experiência é empreender, colocar à prova, vivenciar. Experiência é experimentação, ensaio, verificação. O valor de um trabalho como este reside no seu processo, nos degraus de passagem de um estágio a outro, na incorporação do conhecimento, concatenação de dados e informações, pois a informação rara e o estranhamento fazem parte do jogo dialético da produção científica.

Os saberes existem no mundo externo, porém apenas se realizam como linguagem e propriedade de Comunicação quando aprendemos e apreendemos os processos de representação ou substituição que os significam. Os conteúdos representados, enunciados e materializados neste e-book fazem parte de práticas de intelecção de seus colaboradores, lançando olhares acerca da problemática e dos (di)lemas das Linguagens e dos Princípios Teórico-Metodológicos das Ciências da Comunicação na contemporaneidade.

Marcelo Pereira da Silva

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
A INCLUSÃO ESCOLAR DOS ALUNOS COM TRANSTORNO DO ESPECTRO AUTISTA E O PAPEL DA FAMÍLIA NO PROCESSO EDUCACIONAL	
Maria da trindade Rodrigues de Sarges	
Oselita de Figueiredo Correa	
João Batista Santos de Sarges	
Eliane Sueli Araújo Nery	
Jhonys Benek Rodrigues de Sarges	
José Francisco da Silva Costa	
DOI 10.22533/at.ed.1152019021	
CAPÍTULO 2	22
A PARTICIPAÇÃO FAMILIAR NA ESCOLA EMEIF CRISTO SALVADOR NA COMUNIDADE MAÚBA-ABAETETUBA-PA	
Fernanda Carvalho de Sarges	
Oselita de Figueiredo Correa	
Édésio da Silva Pinheiro	
Graciélma Mesquita Vasconcelos	
Claudete Rodrigues Lobato	
Poliana Silva Costa	
Sebastião Gomes Silva	
Armando de Nazaré Fayal Barra	
José Francisco da Silva Costa	
DOI 10.22533/at.ed.1152019022	
CAPÍTULO 3	41
A INTERVENÇÃO É A MENSAGEM: MÍDIAS LÚDICAS PARA A CIDADANIA	
Isabela de Mattos Ferreira	
Vera Lúcia Moreira dos Santos Nojima	
DOI 10.22533/at.ed.1152019023	
CAPÍTULO 4	50
AÇÕES SÍGNICAS A PARTIR DE ÍCONES CULTURA ERUDITA	
Gilmar Adolfo Hermes	
DOI 10.22533/at.ed.1152019024	
CAPÍTULO 5	60
ASSESSORIA EM MÍDIAS SOCIAIS: NOVAS TRAJETÓRIAS, OUTRAS FUNÇÕES PARA O JORNALISTA	
Marluce Zacariotti	
Sarah Mary Pires de Souza	
DOI 10.22533/at.ed.1152019025	
CAPÍTULO 6	76
O FEMINISMO DE TERCEIRO MUNDO E AS PERSONAGENS VIÚVA PORCINA E LULU NA TELENOVELA <i>ROQUE SANTEIRO</i>	
Ariane Andrade Fabreti	
DOI 10.22533/at.ed.1152019026	

CAPÍTULO 7	87
LETRAMENTO EM MARKETING E O CONSUMO COMPLEXO	
Jônio Machado Bethônico	
DOI 10.22533/at.ed.1152019027	
CAPÍTULO 8	102
COMUNICAÇÃO, COTIDIANIDADE E SOCIEDADE DE CONSUMO: SENTIDOS DE ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL NO DISCURSO DO <i>MC DONALD'S</i>	
Marcelo Pereira da Silva	
Jéssica de Cássia Rossi	
DOI 10.22533/at.ed.1152019028	
SOBRE O ORGANIZADOR	116
ÍNDICE REMISSIVO	117

AÇÕES SÍGNICAS A PARTIR DE ÍCONES CULTURA ERUDITA

Data de aceite: 11/02/2020

Gilmar Adolfo Hermes

Gilmar Hermes (ghermes@yahoo.com) é professor do curso de Bacharelado em Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas (UFPel). Este trabalho está vinculado ao Grupo de Pesquisa Estudos de Jornalismo Cultural, na linha Estudos Semióticos sobre Jornalismo Cultural. Universidade Federal de Pelotas (UFPel) Pelotas – Rio Grande do Sul <http://lattes.cnpq.br/8599512241342306>

Trabalho apresentado no GP Semiótica da Comunicação, XVI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

RESUMO: O artigo faz uma análise da reportagem “Guia do Renascimento para o Século 21”, publicado na revista brasileira *Bravo!*, em julho de 2013. Observa-se como ocorre a produção de sentidos desde a chamada da reportagem na capa da revista, como assunto principal da edição, e sua constituição como texto verbal e não-verbal, em que os ícones cumprem um papel fundamental, pelo fato do assunto ser uma exposição de pinturas. Nota-se como as semioses dos hipóícones são relacionadas sobretudo aos referenciais

históricos.

PALAVRAS-CHAVE: Arte; semiótica; revista; jornalismo cultural; ícones.

SIGN ACTIONS FROM ERUDITE CULTURE ICONS

ABSTRACT: The article analyzes the article “Guia do Renascimento para o Século 21” (“Guide to the Renaissance for the 21st Century”), published in *Bravo!* Brazilian magazine, in July 2013. The study observes how the production of meanings since the call of the cover story of the magazine, as the main subject of the edition, and its constitution as verbal and nonverbal text, in which icons play a fundamental role, because the subject is an exhibition of paintings. It is noted how the hypoicons semiosis are mainly related to the historical references.

KEYWORDS: Art; semiotics; magazine; cultural journalism; icons.

Este artigo faz parte da pesquisa “A Cobertura Jornalística de Artes Visuais da Revista Bravo”, que se propõe a estudar semioticamente a cobertura da editoria de artes plásticas do periódico publicado pela editora Abril, de São Paulo, no período de janeiro de 2012 a agosto de 2013. Neste texto,

particularmente, é a analisada a reportagem “Guia do Renascimento para o Século 21”, publicada na edição de julho de 2013. Neste exemplar, a editoria estudada teve um destaque especial, pois a reportagem foi o assunto principal da capa, que teve uma das suas imagens como ilustração. Observa-se como os críticos de arte produzem sentido em relação à exposição, analisando o texto de acordo com diferentes concepções de signos, a exemplo do argumento, ícone e hipoícone, classificações semióticas que permitem avaliar como o texto produziu semioses em relação ao evento artístico.

Segundo Paolo Fabbri (2000), o “problema que a semiótica deve estudar são os sistemas e os processos de significação” (FABBRI, 2000, p.36). Desta forma, o intuito desta pesquisa é estudar os possíveis sentidos produzidos pelos textos publicados e os seus significados em relação às práticas profissionais do jornalismo cultural. Assim como o texto revela um possível sentido para o seu objeto dinâmico, neste caso uma exposição no Centro Cultural Banco do Brasil, em São Paulo, ainda revela um sentido em relação às possibilidades do jornalismo cultural e a sua forma de atuação.

O aspecto relacional da semiótica – que também faz parte da definição de signo peirciana – é enfatizado pelo autor Luis Carlos Assis lasbeck (2010), em seu artigo “Método Semiótico”:

[Nada] tem sentido em si mesmo senão na relação que mantém com o outro. A importância desse *outro* não se resume, portanto, a constituir uma contrapartida de algo ou de alguém, mas é determinante para a produção de sentido. No centro dessa formulação está o conceito de alteridade, tão caro às ciências, notadamente àquelas voltadas à subjetividade humana. (IASBECK, 2010, p.200)

Dentro das concepções da semiótica de Charles Sanders Peirce (1839-1914), a mediação sígnica estabelece-se na relação entre um representamen, um objeto e o interpretante.

Um Signo é um Cognoscível que, por um lado, é determinado [...] por algo que não ele mesmo, denominado de seu Objeto, enquanto, por outro lado, determina alguma Mente concreta ou potencial, determinação esta que denomino de Interpretante criado pelo Signo, de tal forma que essa Mente Interpretante é assim determinada mediatamente pelo Objeto. (PEIRCE, 2000, p. 160.)

Nas semioses, as ações dos signos, há dois tipos de objetos. Trata-se como objeto dinâmico quando corresponde ao “ser” presente no contexto exterior ao signo, o qual tentamos conhecer, compreender, relacionar, etc, através do signo. O objeto vai ser chamado de imediato, de acordo com a forma como aparecer no interior do signo, já que o representamen intermedia o objeto sob algum aspecto, que pode aparecer através de semelhanças (ícone/primeiridade), vínculos físicos (índice/secundidade) ou conceitos (símbolos/terceiridade).

O representamen é o elemento de mediação. Fora dele está o objeto dinâmico. No seu interior está o objeto imediato. Tem como efeito o interpretante, que vem a ser

um novo signo ou representamen, que se sucede numa outra mente, criando uma nova relação com o objeto dinâmico a partir do objeto imediato intermediado pelo signo.

Peirce (2000) elucidou uma variedade de semioses produzidas de acordo com as relações estabelecidas entre representamen, objeto e interpretante. A maior dificuldade existente no uso dos conceitos semióticos é fazer justiça ao propósito peirceano, que foi o de perceber a produção de sentido na ordem da lógica (aspecto intelectual) e na ordem da materialidade, ou seja, dos seres e das possíveis relações semióticas entre eles.

O percurso semiótico ao analisarmos a reportagem “Guia do Renascimento para o século 21” começa justamente pela materialidade, por um ícone, a imagem da capa, um signo que estabelece relações de semelhança qualitativa com seu objeto. Apesar de ser uma representação de figuras, a materialidade da imagem pode evocar um objeto, a própria pintura reproduzida. Dependendo do efeito colateral sobre uma determinada mente, o interpretante pode ser simplesmente o de uma “pintura antiga”, mas de acordo com o conhecimento ou a experiência que tenha o leitor ou observador da capa na banca de revista, pode ser localizada como representativa de um momento da história da arte. Para um observador totalmente alheio à experiência artística, pode ser o signo de uma mulher nua, ou quem sabe ser relacionado às pinturas antigas que também aparecem nas igrejas, embora neste caso com o ruído da nudez. No âmbito das metáforas são possíveis muitas leituras.

A produção de sentido depende da experiência colateral. Os interpretantes podem estar ligados a uma relação anterior entre interpretante, signo e objeto, na mente dos intérpretes. Quando analisamos um signo ou um texto, sem que seja possível prever a quais mentes irá afetar, identificamos as possíveis determinações, através do seu objeto imediato. Pelo fato da revista “Bravo!” ser um símbolo de jornalismo cultural no Brasil, podemos identificar o seu público pela ideia geral das “pessoas interessadas em arte” e podemos, daqui para adiante, avaliar as possíveis semioses como aqueles sentidos que os signos produzem em relação a essas possíveis mentes interpretantes.

Mesmo que o leitor não tenha um amplo conhecimento, provavelmente associará o ícone à ideia geral de arte, o que também contribui para a marca *Bravo!* O ícone ou legissigno icônico está acompanhado por palavras impressas, ou seja, legissignos simbólicos. O conjunto forma um texto icônico e simbólico. As imagens com maior destaque no conjunto que constitui a capa são o logotipo da revista e a pintura.

Na era da “reproduzibilidade técnica” da arte, conforme conceituou Walter Benjamin (1994) em seu texto clássico, a pintura torna-se acessível a qualquer um que passe diante de uma banca de revista. Ao mesmo tempo, torna-se associada à marca *Bravo!*, sendo destituída de seu valor aurático, correspondente ao original, ora por tornar-se acessível a qualquer um que possa ver a capa ou comprar a revista, ora por que é vulgarizada ao ser associada a uma marca comercial. A composição da pintura foi articulada pelo design gráfico com as palavras e elementos de identificação da

publicação. A excelente composição que se dá através do desenho, dos movimentos das figuras e dos olhares entre elas, representa iconicamente o conteúdo da revista, signo que pode ter como interpretante uma ideia geral de “arte”, de “alta cultura” ou de “passado artístico”

O título “Guia do Renascimento para o Século 21” está grafado todo em letras maiúsculas, sendo o principal destaque da página. Os símbolos ganham materialidade nos signos gráficos em destaque, desta forma, com uma visualidade que se sobressai. Atualizam-se de forma associada no mesmo contexto os legissignos “Guia”, “Renascimento” e “Para o Século 21”. Três generalizações lógicas perdem toda a sua amplitude para produzirem um sentido específico, mais reduzidas, como réplicas, sinsignos simbólicos. Todos os sentidos da palavra “guia” são reduzidos à possibilidade de associação com “renascimento” e “para o século 21”.

Guia do Renascimento para o século 21? A pergunta “por que seria necessário um guia para do Renascimento para o século 21” pode ser o interpretante gerado por este texto/signo. Também a expectativa de “um guia para o Renascimento” é um interpretante possível.

O título já evoca duas características do jornalismo cultural. A primeira seria o seu sentido crítico, que é o de questionar o legado cultural e a produção artística. De certa forma, o título afirma que é necessário, no século em que vivemos, uma outra concepção do período da história da arte conhecido como “Renascimento”. A segunda, a de tornar mais acessível o legado da alta cultura, que pode ser compreendida como o repertório da tradição da cultura ocidental, representado pelas artes. Essas concepções do jornalismo cultural são compartilhadas por Daniel Piza (2003), que, em seu livro “Jornalismo Cultural”. O autor afirma que uma das principais funções dessa especialidade jornalística é a de estabelecer patamares críticos sobre a produção artística. Ao mesmo tempo, ele apresenta um leque variado de referências que corresponderiam à expressão da alta cultura, sobretudo no âmbito da crítica literária.

A chamada da reportagem na capa da revista *Bravo!*, logo acima do título, afirma o seguinte:

Num ensaio exclusivo, o filósofo Lorenzo Mammi explica por que o período cunhou a ideia da arte que temos hoje. Maior exposição do gênero já montada no país reúne, em São Paulo, 57 trabalhos de mestres da época, como Rafael, Tintoretto e Botticelli. (MAMMI e MACHADO, 2013)

Como é próprio da linguagem jornalística, já fica evidente qual é objeto dinâmico do conjunto constituído pela imagem, título e chamada. Trata-se de uma reportagem sobre uma exposição. Ao percorrer as páginas da revista, até chegar às folhas identificadas por um retângulo da cor magenta no canto superior esquerdo, o leitor identifica a reportagem, marcada especialmente por reproduções das obras presentes na exposição. O retângulo trata-se de um hipoícone do tipo imagem.

A autora Lucia Santaella (2000), no seu livro *A Teoria Geral dos Signos*, elucida a

concepção de “ícone”, que se torna muito importante na análise de produtos gráficos. “[Um] signo é um ícone se ele se assemelhar ao seu objeto e se a qualidade ou caráter, no qual essa semelhança está fundada, pertencer ao próprio signo” (SANTAELLA, 2000, p,110) Pelo fato de que as qualidades – a característica da categoria fenomenológica da primeiridade¹ - sejam semioticamente inapreensíveis, a não ser que corporificadas em um objeto, os signos marcados pelo aspectos qualitativo são sin-signos² icônicos (ou hipoícones).

De acordo com a análise da autora, os níveis de iconicidade “vão do ícone puro, passando pelo ícone atual até o signo icônico”:

O ícone puro diz respeito ao ícone como mônada indivisível e sem partes e, como tal, trata-se de algo mental. O ícone puro é uma *cosa mentale*, meramente possível, imaginante, indiscernível sentimento da forma ou forma de sentimento, ainda não relativa a nenhum objeto e, conseqüentemente, anterior à geração de qualquer interpretante. O ícone atual diz respeito à função desempenhada pelo ícone nos processos perceptivos e, como tal, é relativo ao aspecto obsistencial (diádico) do ícone, tendo, por isso mesmo, duas faces:

- 1) Qualidade de sentimento, na identidade formal e material entre signo e objeto.
- 2) Possíveis associações de semelhança.” (SANTAELLA, 2000, p,110-111)

Pelo fato de apenas ser um espaço retangular de cor, o signo gráfico que identifica a editoria de artes visuais pode ser compreendido como um hipoícone do tipo imagem:

[A] imagem se reduz ao nível da mera aparência, desconsiderando-se tudo aquilo que possa estar além ou aquém do modo como algo se apresenta aos sentidos. São qualidades, tal como aparecem, nas sugestões de similaridades que despertam. (SANTAELLA, 2000, p.120)

Além da “imagem”, um hipoícone pode ser um diagrama ou uma metáfora. O termo diagrama lembra a noção de “diagramação”, muito cara ao jornalismo antes da atual predominância do termo “design gráfico”.

Os diagramas, por sua vez, representam por similaridade nas relações internas entre signo e objeto. Não são mais as aparências que estão em jogo aqui, mas as relações internas de algo que se assemelha às relações internas de uma outra coisa. Todos os tipos de gráficos de quaisquer espécies são exemplos de diagramas. (SANTAELLA, 2000, p,120)

1 “Um dos aspectos mais interessantes, que percebo na teoria peirceana, é a relação existente entre as categorias da primeiridade, secundidade e terceiridade, que podem se configurar em processos. As questões estéticas, voltadas para a sensibilidade, relacionam-se a atividades humanas que tentam se definir no plano da primeiridade, embora essa seja sobretudo a ordem do impossível, pois os aspectos qualitativos, à medida em que são notados como existentes, passam para a ordem da secundidade. E quando se articulam, mesmo de uma maneira muito marcada pela ordem do sensível, com algum tipo de conceito, de generalização lógica, esses aspectos passam a configurar mediações na ordem da terceiridade. Quando olho para qualquer coisa no mundo, enxergo definições, classes de objetos, que se manifestam através de réplicas. Isso impede que os perceba no plano da primeiridade, dando atenção aos seus aspectos qualitativos, o que pode estar, de fato, numa ordem impalpável do sentimento.” (HERMES, 2013, p.48)

2 Sin-signos podem ser compreendidos como objetos singulares da experiência, ou seja, ocorrências.

A reportagem em questão traz 12 páginas ricamente ilustradas, caracterizadas pela concepção editorial da revista, que constitui um signo icônico, com imagens ocupando páginas inteiras, amplos espaços brancos que arejam o visual, textos organizados em legendas e blocos com alinhamento justificado. O formato gráfico constitui um signo hipoícone diagrama, que produz a identidade do produto midiático impresso.

A terceira concepção de hipoícone é a que mais corresponde à ideia de representação. Consiste na metáfora, tipo de semiose que as artes sem dúvida desenvolvem ricamente. Elas consistem no “caráter representativo de um signo e traçam um paralelismo com algo diverso” (SANTAELLA, 2000, p,120). Levando em conta o título que se repete entre a capa e a reportagem todos os ícones que aqui aparecem podem ser tomados como signos do “Renascimento”, sendo assim, hipoícones do tipo metáfora.

O texto principal é escrito pelo professor de Filosofia da Universidade de São Paulo e crítico de arte Lorenzo Mammì. As legendas constituem a redação do crítico de arte, todas associadas aos ícones artísticos, reproduções que se assemelham às obras originais, do tradutor e editor Álvaro Machado, que fez uma apreciação dos destaques da mostra. Os autores são dois signos alçados ao caráter simbólico do “crítico de arte” e não de “jornalistas”, desta forma representam o campo específico da “crítica de arte”, que não é necessariamente jornalística, uma atividade de comunicação social, estando mais associados à expressão da alta cultura. O sentido de “comunicação” é produzido, no entanto, pelo fato de os signos constituírem parte de uma publicação jornalística e estarem atualizados no formato de uma reportagem, com títulos, legendas, texto principal e dados tipicamente informacionais, como o quadro que aparece ao final do texto, que situa objetivamente o objeto dinâmico, a exposição no Centro Cultural Banco do Brasil, em São Paulo. No âmbito deste artigo, podemos compreender como “alta cultura” todos os saberes que cercam as artes eruditas, seja do ponto de vista de sua produção, seja do ponto de vista da sua apreciação crítica.

A imagem da capa volta a aparecer no interior da revista, mais próxima do que seria a sua visualidade no interior de um museu. Com palavras destacadas graficamente com a cor magenta, a mesma do hipoícone que identifica a editoria, aparece o título da pintura “Leda e o Cisne” e o seu autor, Leonardo da Vinci. A pintura é um sinsigno icônico da obra de Leonardo da Vinci, que por sua vez é um signo do tipo simbólico do Renascimento, já que é convencionalmente aceito que este artista é um dos signos deste período artístico. Para aqueles leitores que ainda não tinham visto esta obra do pintor italiano, fica aqui evidente a semiose que se tentou produzir ao inserir a imagem na capa da revista.

A reportagem inicia com a reprodução de um detalhe de uma pintura sangrando a composição das páginas, ou seja, com seus limites ultrapassando as dimensões do espaço gráfico, embora haja uma faixa branca na lateral direita. Vemos uma cena

religiosa cristã concebida ao modo do Renascimento italiano, com os olhares das figuras sagradas direcionadas ao menino Jesus, que compartilha o espaço com o texto e outros elementos gráficos e um dos anjos olhando diretamente ao leitor, que originalmente seria aquele que tivesse a oportunidade de ver a pintura. Os olhares estabelecem diagramas, linhas imaginárias, signos que correspondem à experiência semiótica da visão humana.

O título da reportagem é o mesmo que aparece na capa, também em letras maiúsculas: “Guia do Renascimento para o Século 21”. Os textos são impressos com letras brancas sobre a imagem, o que prejudicou a legibilidade, apesar da excelente visualidade. A chamada constitui o que tecnicamente no jornalismo se identifica como lide, ou seja, o parágrafo com as informações principais. Aparecem o local de exposição, o número de obras e os argumentos “megaexposição” e “[mais] importante do que definir suas características é saber que foi ali, na Itália dos séculos 15 e 16, que um grupo de homens inventou a ideia de arte tal como a conhecemos hoje”, seguidos pela assinatura do crítico Lorenzo Mammi. São interpretantes que constituem tipos de signo definidos por Peirce como “argumentos”. O signo “megaexposição” relaciona o evento com todas as demais exposições possíveis de serem noticiadas no contexto editorial da revista e inclui o objeto dinâmico dentro de uma generalidade específica que estabelece distinção, possível de ser avaliada somente por quem conhece todos os acontecimentos semelhantes neste contexto. O segundo argumento constitui uma generalidade lógica possível de ser avaliada por quem detenha algum tipo de conhecimento sobre a arte do passado e sobre a arte que se faz hoje, constituindo assim o “signo” do crítico, o da autoridade que pode determinar crenças sobre as semioses quanto à arte.

Os símbolos dicentes chamam “a atenção para uma ideia geral, de fato conectada com o objeto existente” (HERMES, 2013, p.55). No caso, tratam-se das experiências intelectuais do crítico relativas à história da arte. O autor problematiza a definição do Renascimento. Para produzir a sua argumentação, cita as obras de Jules Michelet (1855), Johan Huizinga (1919), Erwin Panofsky (1957), e do século XV, época do Renascimento na Itália, Leon Battista Alberti e Antonio Manetti. Enfatiza o aspecto intelectual que o trabalho de arquitetos, pintores e escultores adquiriu no período, que seria a própria invenção da arte, pelo menos da forma como a entendemos hoje.

Como podemos observar, o texto principal é constituído sobretudo por ocorrências (símbolos dicentes) que sustentam um argumento sobre o Renascimento, de forma a compreender a sua importância para a atualidade. A crítica permite situar a importância de uma exposição sobre o Renascimento para a atualidade, tratando-a como o embrião da concepção moderna da arte.

No caso das legendas, elas antecipam a experiência de visitar a exposição, como se estivéssemos na companhia do crítico de arte, que faz observações sobre os destaques da mostra. Pela excelente reprodução técnica da revista, de certa forma, o leitor tem ali a possibilidade de vivenciar uma experiência semelhante à visita e, ainda,

com a companhia de um crítico.

Os interpretantes do tipo argumento produzidos pelo crítico estão intimamente associados aos hipoícones, que podem ser vistos como imagens, diagramas ou metáforas. Quanto ao detalhe da obra “Adoração dos Pastores”, reproduzida de forma a ocupar quase a totalidade das duas páginas que abrem a reportagem, a legenda trata o ícone como uma metáfora ao afirmar que “o tema e a composição representam o classicismo”, mas salienta o caráter diagramático ao descrever que “o gestual das figuras, sobretudo das mãos, denota o maneirismo característico do 16”. A leitura como imagem está na afirmação “em suas exuberantes cores”. Apesar de ser uma generalização, isso leva o leitor a contemplar a combinação cromática de tons azuis, amarelos e ocres.

Desta forma, a análise semiótica permite observar procedimentos de linguagem produzidos ao mesmo tempo pelos textos e pela composição gráfica. No entanto, vale ressaltar que há aspectos icônicos para os quais o texto verbal não estabelece redundância ou não faz ver, como é o caso do signo hipoícone do tipo diagrama que se estabelece através do olhar do querubim com o leitor, que também é uma experiência própria da observação da pintura original.

Na página seguinte, a legenda da reprodução da pintura “Assassinato de Abel”, de Tintoretto, afirma o aspecto diagramático ao mencionar “a relação com a luz e o espaço”. O aspecto metafórico é colocado de forma evidente: “representa o momento em que Caim mata Abel”. Seu caráter de imagem é dado ao enfatizar a forma de representação da figura humana: “ressaltou a musculatura masculina sob tensão, seguindo uma pintura de Ticiano com o mesmo tema”.

Ao descrever a pintura “Retrato de Elisabetta Gonzaga”, de Rafael, o autor afirma sobretudo o caráter de sinsigno icônico, ao identificar quem é a personagem retratada e sua biografia. Neste caso, a descrição parece enfatizar o objeto artístico como um artefato histórico, relacionado a importantes personalidades do Renascimento.

Ao comentar a pintura “Anunciação”, a ênfase do autor das legendas é dada ao pintor conhecido como Botticelli, um dos grandes nomes do Renascimento italiano, com as informações relativas ao artista. A leitura de caráter iconográfico trata o hipoícone sobretudo como uma metáfora, especialmente pelo caráter religioso do tema da Anunciação.

Para a pintura “São Jerônimo” de Il Bassano, foi escrita a seguinte legenda:

Jacopo da Ponte (c.1510-1592), conhecido pelo nome da cidade onde nasceu, Bassano del Grappa, na região do Vêneto, frequentou o ateliê de Ticiano em Veneza, mestre do qual assimilou, sobretudo, as técnicas do claro-escuro e a paleta de cores. Mas, pelo período de sua melhor produção e pelo característico movimento de suas figuras, entre outros motivos, o artista poderia ser identificado à escola maneirista de pintura, que sucedeu o Renascimento e precedeu o estilo barroco. A representação de São Jerônimo, o erudito compilador da Bíblia, tão frequente entre os grandes mestres, comparece aqui com o simbolismo do estudioso eremita, em isolamento numa caverna. Il Bassano deixou quatro filhos pintores, incluindo Jerônimo da Ponte, o caçula, tão bom copista do pai que as atribuições de autoria

Neste trecho, é possível verificar vários sinais que correspondem principalmente à biografia do artista. O caráter do ícone metafórico se dá através da seguinte descrição: “representação de São Jerônimo, o erudito compilador da Bíblia, tão frequente entre os grandes mestres, comparece aqui com o simbolismo do estudioso eremita, em isolamento numa caverna”. O caráter de ícone diagramático é dado de maneira muito generalizada, através das expressões “técnica do claro-escuro e a paleta de cores”, sem conduzir o olhar do leitor por entre os detalhes da pintura.

Na análise desta reportagem, percebe-se a importância dos referenciais históricos, especialmente para este tipo de objeto dinâmico, que são obras de arte do passado. O autor Lorenzo Mammi preocupa-se em evidenciar o vínculo dos objetos artísticos do passado com a nossa realidade, produzindo um interpretante do tipo argumento a partir de vários referenciais bibliográficos, históricos e artísticos. Já o autor Álvaro Machado vale-se da reprodução das imagens da própria exposição, de certa maneira ressaltando o seu caráter aurático ao enfatizar não tanto as características das imagens como ícones, mas como objetos relacionados a sinais que não estão necessariamente presentes nas obras, mas que essas teriam o poder de atualizar a partir de sua existência.

Especialmente no jornalismo cultural, torna-se importante como são produzidas mensagens. Sem dúvida, no caso desta reportagem da revista Bravo!, os diferenciais foram as reproduções das imagens das reproduções, que estabelecem uma relação sensível com o leitor próxima a da exposição. Os textos verbais contribuem com a erudição que situa as obras em uma perspectiva histórica, no entanto, através de uma reflexão semiótica, é possível pensar novos caminhos para o jornalismo cultural, que valorizem sobretudo a experiência estética, compreensível a partir de uma leitura da produção artística através dos seus atributos icônicos.

REFERÊNCIAS

BENJAMIN, Walter. A Obra de Arte na Era de Sua Reprodutibilidade Técnica. In: **Magia e técnica, arte e política**. São Paulo: Brasiliense, 1994, p.165-196.

FABBRI, Paolo. **El giro semiótico**. Barcelona: Gedisa, 2000.

HERMES, Gilmar. **Teorias semióticas em uma perspectiva estética**. Curitiba: CRV, 2013.

IASBECK, Luiz Carlos Assis. Método semiótico. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2010.

MAMMI, Lorenzo; MACHADO, Álvaro. Guia do Renascimento para o Século 21. **Bravo!**: música, cinema, literatura, artes visuais, teatro, dança. São Paulo: Abril, ano 15, n 191, jun. 2013, p. 14-25.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2000.

PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. São Paulo: Contexto, 2003.

SANTAELLA, Lucia. **A Teoria Geral dos Signos**: Como as linguagens significam as coisas. São Paulo: Pioneira, 2000.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Ação discursiva 87
Alimentação saudável 102, 114
Antropologia do Consumo 87, 100
Arte 42, 50, 51, 52, 53, 55, 56, 58, 93, 102
Assessoria de comunicação 60, 62, 65, 67
Assessoria de imprensa 60, 62, 67
Audiovisual 76
Autismo 1, 2, 3, 6, 7, 8, 9, 10, 15, 16, 17, 18, 19, 20

B

Basurama 41, 43, 44, 45, 47, 48
Bravo! 50, 52, 53, 58, 117

C

Carnavalização 76, 77
Cidadania 41, 42, 44, 46, 47, 49, 93, 114
Comunicação Integrada 60, 67, 68, 73, 74, 106, 114
Comunicação organizacional 61, 67, 74, 102, 103, 106, 108, 114, 116
Consumo consciente 87
Cotidianidade 102, 103, 104, 108, 109, 113
Cristo Salvador 22, 23, 24, 29, 30, 31

D

Design 41, 42, 43, 45, 48, 49, 52, 54

E

Educação do consumidor 87
Educandos 5, 22, 23, 27, 28, 32, 35, 37, 38, 40
Ensino e aprendizagem 10, 19, 20, 23, 24, 26, 32, 35
Escola 1, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 29, 30, 31, 32, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 57, 88
Estudo de caso 1, 61, 62, 68, 73
Estudos da linguagem 102

F

Família 1, 3, 4, 5, 9, 10, 12, 14, 16, 18, 19, 20, 22, 23, 24, 25, 26, 31, 32, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 82, 90, 97
Fast Food 102, 104, 106, 109, 110, 111, 112, 113, 114
Feminismo 76, 79, 81, 82, 83
Formação de consumidores 100

H

Hipoícones 50, 54, 55, 57, 58

I

Ícones 50, 55

Inclusão 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 14, 16, 17, 19, 20, 91, 97

Intervenção urbana 41, 44, 45

J

Jornalismo Cultural 50, 51, 52, 53, 58, 59

L

Letramento em Marketing 87, 88, 89, 100

Linguagem híbrida 41

Ludicidade 41

M

Maúba 22, 23

Mercado jornalístico 60

Mídias sociais 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 71, 72, 73, 74

P

Pará 1, 22, 30

Parcerias 22

Participação familiar 22, 23, 25

Pesquisa bibliográfica 1

Pós-modernidade 87, 90, 100

R

Revista 14, 15, 49, 50, 52, 53, 55, 56, 58, 75, 114

Roque Santeiro 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86

S

Semiótica 49, 50, 51, 56, 57, 58, 59

Sensibilização 87, 89

Sociedade de consumo 44, 102, 103, 104, 105, 108, 109, 114

Sustentável 41

T

Telenovela 76, 77, 78, 80, 83, 84, 85, 86

Terceiro mundo 76, 78, 79, 81, 82, 83, 84, 85, 86

Transformação social 41, 44

 **Atena**
Editora

2 0 2 0