

# eikon 14

Journal on  
Semiotics and Culture

2023 / 1<sup>st</sup> edition



eikon

14

**Journal on  
Semiotics and Culture**

2023 / 1<sup>st</sup> edition

# Credits

## eikon

journal on semiotics  
and culture

### Editors-in-Chief

Anabela Gradim  
anabela.gradim@labcom.ubi.pt

Catarina G. Moura  
cmoura@ubi.pt

### Design

Catarina G. Moura  
Thais Longaray

### Web Support

Miguel Manteigueiro

### URL

www.eikon.ubi.pt

### ISSN

2183-6426

### DOI

10.25768/eikon



# International Scientific Board

**Anastasia Christodoulou** Aristotle University of Thessaloniki, Grécia

**Ana Oliveira** Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil

**Ana Catarina Pereira** Universidade da Beira Interior, Portugal

**Anabela Gradim** Universidade da Beira Interior, Portugal

**Ângela Nobre** Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal

**António Fidalgo** Universidade da Beira Interior, Portugal

**António Machuco Rosa** Universidade do Porto, Portugal

**Arthur Asa Berger** San Francisco State University, EUA

**Catarina G. Moura** Universidade da Beira Interior, Portugal

**Catarina Rodrigues** Universidade da Beira Interior, Portugal

**Francisco Tiago Paiva** Universidade da Beira Interior, Portugal

**Göran Sonesson** Lund University, Suécia

**Heitor Rocha** Universidade Federal de Pernambuco, Brasil

**Herlander Elias** Universidade da Beira Interior, Portugal

**Hermenegildo Ferreira Borges** Universidade Nova de Lisboa, Portugal

**Ivone Ferreira** Universidade Nova de Lisboa, Portugal

**Jaime Nubiola** Universidad de Navarra, Espanha

**Jean-Marie Klinkenberg** Université de Liège, Bélgica

**João Carlos Correia** Universidade da Beira Interior

**José Bragança de Miranda** Universidade Nova de Lisboa, Portugal

**José Enrique Finol** Universidad del Zulia, Venezuela

**Kalevi Kull** Tartu University, Estónia

**Lúcia Santaella Braga** Universidade de São Paulo, Brasil

**Madalena Oliveira** Portugal

**Marcos Palácios** Universidade Federal da Bahia, Brasil

**Maria Augusta Babo** Universidade Nova de Lisboa, Portugal

**María del Valle Ledesma** Universidad de Buenos Aires, Argentina

**Maria Teresa Cruz** Universidade Nova de Lisboa, Portugal

**Moisés Lemos Martins** Universidade do Minho, Portugal

**Morten Tønnessen** Stavanger University, Noruega

**Paolo Maria Fabbri** IULM Milano / LUISS Roma, Itália

**Paulo Serra** Universidade da Beira Interior, Portugal

**Rocco Mangieri** Universidad de los Andes, Venezuela

**Silvana Mota Ribeiro** Universidade do Minho, Portugal

**Tito Cardoso e Cunha** Universidade da Beira Interior, Portugal

**Tiziana Maria Migliore** Università Iuav di Venezia, Itália

**Vincent Colapietro** Pennsylvania State University, EUA

**Winfried Nöth** Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil

**Zara Pinto Coelho** Universidade do Minho, Portugal

# Presentation

**eikon** is an Open Access journal on Semiotics and Visual Culture edited with a continuous publishing flow, supporting both thematic and general calls for papers, that accepts articles written in Portuguese, English, Spanish and French. A call for reviewers is permanently open.

Receptive to a broad range of theoretical and methodological approaches, eikon welcomes original research articles in the field of semiotics, understood as the systematic study of signifiers, meanings, and its effects. This study can take up many forms and objects: the significance constructions at the individual subject level; the outside world objects; and the inter-subjective relationship with others. In the first case it intersects with logic and theory of knowledge. In the second, taking care of physicalities, sensitive objects, touches both discourse analysis, and image scrutiny, in the various languages that the two comprise: literature, narrative, media text and framing, photography, film, advertising, art, and forms of expression emerging in these and other languages. Semiotics dealing with intersubjectivity is mainly concerned with the pragmatic dimensions of the production of meaning, and in this sense, it crosses paths with rhetoric and discourse ethics, advertising and political communication.

eikon interprets the growth of globalized Western culture as a gradual transition from a logocentric world - focused on the rational use of the word as it emerged in Greece in centuries VI and V b.C - to an increasingly visual culture builded around image and its use, so well expressed today in the diversity and ubiquity of screens. This passage from a logocentric world to a visual universe represents also a movement from logos towards pathos, speech towards impulse and action. The transition from discourse (symbol) to imagery (icon), tends today to be perceived as a section, a real epistemological cut that would mark the shift between paradigms. Instead, eikon chooses to emphasize the continuities and dependencies of the coexistence between the two regimes, and the intimate link on which both depend.

eikon is interested in semiotics and its objects, starting with man's most basic question about meaning: "What does all this mean?". *Id est*, it is interested in "how" and "why" things mean, and in "what do

certain things mean", how do they bespeak those who used them to mean something. These issues are terribly old, and sparkingly new: they have been changing and evolving as new and different media are becoming available for man to signify.

All eikon's content is freely available without charge to the user or his institution. Users are allowed to read, download, copy, distribute, print, search, or link to the full texts of the articles in this journal without asking prior permission from the publisher or the author.

eikon, by LabCom, is licensed under a Creative Commons Atribuição 3.0 Unported License. By submitting your work to the journal, you confirm you are the author and own the copyright, that the content is original and previously unpublished, and that you agree to the licensing terms. eikon only publishes original content, and authors are responsible for verifying the inexistence of plagiarism, including self-plagiarism and previous publication.

By submitting your work, you also agree on the standards of expected ethical behavior, which follow the COPE's - Committee on Publication Ethics - Best Practice Guidelines, and the International Standard Guidelines for authors.



# Index

07

## **Apresentação**

Claudia Irene de Quadros

Kati Caetano

Tattiana Teixeira

09 \_ 18

## **Crise do jornalismo, transparência e fixação da crença em ambiente de negacionismo e desinformação**

Felipe Moura de Oliveira

Carolina Monego Lins Pastl

19 \_ 26

## **Nomear o desconhecido e fazer visível o invisível. Uma abordagem semiótica da discursivização científica do SARS-CoV-2**

Sebastián Moreno

27 \_ 36

## **A Divulgação Científica na perspectiva da Sociosemiótica: o audiovisual no meio digital**

Manuella Reale

37 \_ 48

## **A apropriação de saberes científicos pelo discurso publicitário em campanhas de prevenção às drogas**

Júlio César Rigoni Filho

49 \_ 62

## **Semiótica e Psicologia nas interfaces do amor**

Valdenildo dos Santos (*in memoriam*)

63 \_ 71

## **Contribuição da semiótica na construção de uma dimensão sensível no contexto comunicacional**

Ricardo Uhry



# Apresentação

**Claudia Irene de Quadros<sup>1</sup>**

**Kati Caetano<sup>2</sup>**

**Tattiana Teixeira<sup>3</sup>**

Em uma sociedade onde o negacionismo e a desinformação são ameaças constantes - cenário que ficou mais evidente durante a pandemia de Covid-19 - comunicar a ciência para públicos diversos passa a ser imperativo na agenda de cientistas de todo o mundo.

Afinal, os resultados das pesquisas precisam chegar, de forma cada vez mais rápida, a diferentes camadas da população e tal compartilhamento torna-se fundamental. Não por acaso, a comunicação da ciência também é, ela mesma, tema e objeto de pesquisas. Neste dossiê, reunimos quatro artigos que acionam a semiótica para pensar a comunicação da ciência na contemporaneidade, nos oferecendo perspectivas instigantes.

Felipe Moura de Oliveira e Carolina Monego Lins Pastl fazem uso da Teoria Geral dos Signos para discutir a transparência do projeto Credibilidade, divisão brasileira do The Trust Project - um consórcio internacional liderado pela jornalista Sally Lerhman e, no Brasil, coordenado por Francisco Belda e Angela Pimenta. À luz dos ensinamentos de Peirce, Oliveira e Pastl apontam alguns limites desse projeto ao verificar os conteúdos sobre a ineficácia da hidroxiquina no tratamento da covid-19 publicados em veículos que participam deste consórcio. Apesar disso, para os autores, tal iniciativa pode ser compreendida como um amadurecimento da crise que vive o jornalismo num ambiente de negacionismo e desinformação.

Uma abordagem semiótico-discursiva é realizada por Sebastian Moreno Barrenche para analisar as imagens utilizadas tanto por cientistas, quanto por instituições para informar e orientar o público sobre o SARS-CoV-2. Para Barrenche, os textos, normalmente, estão sustentados em estratégias discursivas para produzir uma ilusão de referencialidade. As imagens destinadas às crianças, por exemplo, quase sempre representam o vírus como um monstro maligno. Na discursividade científica, o autor percebe o uso de duas categorias centrais da semiótica: a narratividade e o afeto.

Manuella Realle, a partir da perspectiva da sociosemiótica, analisa as estratégias enunciativas, regimes de sentido e interação em vídeos de divulgação científica no Youtube. A autora procura compreender a credibilidade e a presença do destinador nessa plataforma, com foco nos vídeos do Canal Pirulla, da rede Science Vlogs Brasil. Criado pelo biólogo Paulo Miranda Nascimento, que tem doutorado em zoologia, o canal não trata apenas de ciência, mas também de política e religião. O biólogo não se preocupa muito com a iluminação e recursos técnicos, procura falar de maneira informal, utiliza gírias para dialogar com os jovens que seguem o seu canal e interage muito nos comentários. Há base científica no conteúdo produzido e as estratégias utilizadas por Paulo Miranda Nascimento, com o seu estilo coloquial, aproximam a ciência do cotidiano das pessoas. Na trilha da semiótica dos estudos de Greimas da semiótica discursiva, Julio Rigoni Filho discute estereótipos e formas de vida nas figuras do corpo do usuário de drogas em campanhas de prevenção. O autor destaca que a publicidade utiliza recursos para simular a realidade, evidenciando estereótipos para que o público possa se identificar e interpretar de forma mais rápida. De tom intimidatório, os anúncios usam a persuasão para mostrar as consequências das drogas. Para Rigoni Filho, os discursos dessas campanhas cumprem com uma dinâmica de segregação e discriminação.

Os artigos selecionados para esse dossiê consideram a divulgação da ciência tanto nas editoriais específicas para esse fim, quanto em discursos que estão fora do epicentro dos textos de divulgação científica, tendo em vista que muitas informações são realizadas sob a forma de publicações ou afetações sensíveis que podem ser confundidas com uma verdade científica.

Ainda que não tratem diretamente da Comunicação Pública da Ciência e Tecnologia (CPCT), os artigos, de certo modo, mostram a necessidade de dialogar com o público, considerando contextos contemporâneos para pensar estratégias que levem informação de qualidade ao cidadão. Aqui destacamos algumas reflexões da semiótica e como elas podem ajudar na comunicação da ciência.

Desejamos uma boa leitura.

1 Universidade Federal do Paraná, UFPR, Brasil.  
Mail: clauquadros@gmail.com.

2 Universidade Tuiuti do Paraná, UTP, Brasil.  
Mail: katicaetano@hotmail.com.

3 Universidade Federal de Santa Catarina, UFSC, Brasil.  
Mail: tattianat@gmail.com.



**Felipe Moura de Oliveira**  
**Carolina Monego Lins Pastl**

Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Brasil

## Journalism crisis, transparency and fixation of belief in an environment of denialism and misinformation

The article proposes reflections on the journalism crisis, understood as qualified mediation in the face of the chaotic reality of events and their consequences in the digital environment. Backed by a brief analysis of content produced by vehicles that make up the Projeto Credibilidade on the ineffectiveness of hydroxychloroquine in the treatment of covid-19, it is postulated that by adopting credibility indicators they promote transparency in the journalistic method. The discussion is illuminated by Peirce's General Theory of Signs, from which derives the hypothesis, under construction, that transparency, constituted as a legisign in the "semiosis of news", can legitimize the journalistic method through a movement that transits between the forms of fixation of belief. Preliminarily, it is possible to infer the heuristic pertinence of the proposal, from its theoretical-methodological arrangement, but when it is facing to the Projeto Credibilidade denotes limits to its realization in initiatives of this type.

## Crise do jornalismo, transparência e fixação da crença em ambiente de negacionismo e desinformação

**O artigo propõe reflexões sobre a crise do jornalismo, entendido como mediação qualificada frente à realidade caótica dos acontecimentos e seus desdobramentos no ambiente digital. Com lastro em breve análise de conteúdos produzidos por veículos que compõem o Projeto Credibilidade sobre a ineficácia da hidroxicloroquina no tratamento da covid-19, postula-se que ao adotar indicadores de credibilidade eles promovam transparência no método jornalístico. A discussão é iluminada, em especial, pela Teoria Geral dos Signos, de Peirce, da qual decorre a hipótese, em construção, de que a transparência, constituída como legi-signo na "semiose da notícia", pode legitimar o método jornalístico por meio de um movimento que transita entre as formas de fixação da crença. Preliminarmente, é possível inferir a pertinência heurística da proposta, a partir do seu arranjo teórico-metodológico, mas seu cotejamento com o Projeto Credibilidade denota limites para sua realização em iniciativas dessa natureza.**

### Keywords

Covid-19 pandemic. Qualified mediation. Semiosis of news.

### Palavras-chave

Pandemia de covid-19. Mediação qualificada. Semiose da notícia.

## Introdução

Junho de 2013. No jornal *Folha de S. Paulo* (Brasil), profissional que ocupava posto de direção na redação admite, durante reunião de pauta, em meio a mobilizações pelo país: “Tá [sic] na cara que a força e a rapidez de mobilização tá [sic] calcada nisso [redes sociais]. A maioria fica sabendo por ali [dos protestos], não tá nem aí para o que gente diz. *O efeito disso temos que discutir*” (Oliveira, 2018, p. 16, grifo nosso). Embora instintiva, uma reação às milhões de pessoas nas ruas, com demandas difusas, contraditórias, metabolizadas no ambiente digital, que denotava uma percepção ainda inicial sobre uma crise inédita no jornalismo: pela primeira vez era descentralizado o poder de intermediação que ostenta na esfera pública.

Uma década depois, o caos informativo que leva à “infodemia” constatada pela OPAS (Organização Pan-americana da Saúde), em meio à chegada da pandemia de covid-19, torna imperativo um investimento nos estudos de jornalismo sobre os diferentes aspectos da crise (tomada como causa e consequência do cenário de desinformação, nos termos de Wardle e Derakhshan, 2017). A proposta, aqui, é pensá-la – tentando evitar qualquer pretensão demasiada – a partir da face que implica a credibilidade do campo, em discussão de natureza preponderantemente ensaística e circunscrita à semiótica como lugar epistemológico, chamando ao diálogo a Teoria Geral dos Signos, de Charles Sanders Peirce (2002) e com referência ainda ao contrato de comunicação em Charaudeau (2006) – essa mais recente, ainda experimental no arranjo teórico em construção, com apoio na introdução ao conceito que faz Benetti (2008) para o estudo de processos jornalísticos.

Peirce oferece aporte teórico-metodológico para a reflexão, em especial neste trabalho, quando propõe as formas de fixação da crença (1877) com base em quatro diferentes métodos: da *tenacidade*; da *autoridade*; *a priori*; e da *ciência*. Mais do que apostar neste ou naquele como alternativa para o enfrentamento da crise, o intento é produzir subsídios a esse propósito a partir da transparência do método jornalístico como forma de legitimá-lo. Trata-se de um movimento que reitera, finalmente, a proposta de uma filosofia do jornalismo que o toma como mediação qualificada – perspectiva que tem sido testada em diferentes fóruns (Oliveira, 2015; 2018; 2021; Oliveira et al., 2022; Oliveira et al., 2020; Oliveira & Garcia, 2022).

Como aporte empírico para a materialização do debate recorre-se ao Projeto Credibilidade<sup>1</sup>, divisão brasileira do *The Trust Project*, criado em 2017, com base em análise empreendida em pesquisa anterior (Pastl, 2022). No Brasil, a iniciativa chega em 2019, com o intuito de desenvolver padrões de transparência a serem utilizados por veículos jornalísticos, por meio de um manual. Os indicadores, evocados no processo de produção, garantiriam a transparência do método e, potencialmente, promoveriam credibilidade frente ao público.

É analisada, ainda de forma incipiente, a incidência dos indicadores em representações da controvérsia inicial e, sobretudo, da ineficácia da hidroxicloroquina no tratamento da covid-19 – significando o negacionismo como acontecimento – feitas por três veículos que os adotam:

*Agência Lupa*<sup>2</sup>, *Folha de S. Paulo*<sup>3</sup> e *Nexo Jornal*<sup>4</sup>. Mobiliza-se para tanto a concepção peirceana de produção de sentido sobre os objetos da realidade (inapreensível ao ser humano senão pela linguagem), expressa na “semiose da notícia” (Henn, 1996; Oliveira, 2018).

A síntese ora estimulada é representada pela hipótese de que, ao adotar a transparência no método jornalístico, constituída como *legi-signo* (Peirce, 2002) na “semiose da notícia”, o campo estaria legitimando tal método por meio de um movimento que transita entre as quatro formas de fixação da crença. Isso permitiria, potencialmente, um ganho sensível de credibilidade; um investimento no aperfeiçoamento do processo para, então, incidir sobre o produto, tão fragilizado quando fruto de uma semiose pretensamente linear ante o ambiente digital. Em outras palavras, uma revisão do contrato de comunicação entre jornalismo e público, segundo a metáfora, consagrando a transparência como “cláusula”.

A perspectiva teórico-metodológica que inspira a reflexão, com ênfase na centralidade da linguagem para a epistemologia do jornalismo, abre o artigo. Em seguida, é oferecida uma delimitação da crise e do cenário de desinformação do qual a covid-19 passou a fazer parte, para, na seção subsequente, ensaiar a pertinência das formas de fixação da crença (Peirce, 1877) na reflexão sobre a transparência do método nas práticas jornalísticas. A análise descritiva dos conteúdos produzidos no âmbito do Projeto Credibilidade é o que segue e, por fim, destaca-se as principais inferências nas considerações finais.

Preliminarmente, é preciso ponderar pelo menos dois limites que restam da tentativa de realização da elaboração teórico-conceitual em desenvolvimento nas iniciativas do Projeto Credibilidade. O primeiro, interno a ele próprio, e mais técnico, por assim dizer, refere-se à pertinência dos indicadores de transparência adotados: em alguns casos, têm pouco efeito pragmático; em outros, são pouco exequíveis quando projetada uma universalização, como apontam Träsel et al. (2019). Na base desse limite, o segundo, de natureza mais filosófica: alguns indicadores ainda preservam práticas que recorrem aos métodos da tenacidade e da autoridade – com resquícios do método *a priori* – em detrimento de uma inspiração muito tênue no método da ciência – que não deve ser confundido com o método jornalístico.

São limitações que determinam uma contribuição ainda efêmera ao favorecimento do exercício da mediação qualificada – em que pese se possa vislumbrá-la em parte do material analisado – e ao enfrentamento estrutural da crise do jornalismo. Por outro lado, merece registro o avanço da percepção das redações sobre as tensões geradas sobre si por processos sociais típicos do ambiente digital: de um nível meramente instintivo ao esforço do desenvolvimento de alternativas mais reflexivas (Oliveira, 2021), como se atendendo ao apelo que fizera o jornalista do jornal *Folha de S. Paulo*, há 10 anos, quando chamava os colegas a discutir o efeito da perda do poder de intermediação.

2 Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/>. Acesso: 20 mar 2023.

3 Disponível em: <https://www.folha.uol.com.br/>. Acesso: 20 mar 2023.

4 Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/>. Acesso: 20 mar 2023.

1 Disponível em: <https://www.credibilidade.org/>. Acesso: 20 mar 2023.

## Semiose da notícia

Pensar a prática jornalística como uma semiose implica em considerá-la um exercício de produção de signos, que se expressam na notícia<sup>5</sup> publicada pelo jornal. É especialmente a partir da Teoria Geral dos Signos, de C. S. Peirce, que se pretende lançar luz à reflexão sobre a crise do jornalismo – aqui, no contexto da pandemia de covid-19 e a partir de experiências do Projeto Credibilidade. Antes, porém, cumpre realçar – brevemente, tentando evitar contornos pernósticos – as referências teórico-conceituais que a iluminam.

O projeto filosófico de Peirce, antes de qualquer relação específica com determinada ciência, propunha a compreensão dos fundamentos do conhecimento, argumentando que todo o pensamento humano é processado por signos. Fruto dessa premissa, convencionou tratar a semiótica como a “ciência das ciências”, pelo que colheu acusações de ser ambicioso em demasia (Oehler, 1987, p. 3). Ele debate com a filosofia idealista de Kant a primazia de um pragmatismo capaz de explicar como o conhecimento se estabelece e avança. A percepção da mente humana sobre o mundo se sobrepõe à abstração – ainda que, paradoxalmente, seja pela abstração que a mente humana acessa a realidade. A concepção de mente é o que muda em relação aos idealistas, porque o pensamento só é possível em signos que emergem em processo eminentemente fenomenológico de afetação da mente (Oliveira, 2018).

Na relação com o jornalismo, uma premissa básica se impõe. Compreende-se que é na linguagem que reside a materialidade da atividade, sobretudo no que se defende ser sua principal função: ocupar um lugar de mediação qualificada na esfera pública, como campo capaz de produzir certo tipo de conhecimento específico (Meditisch, 1998) entre a realidade caótica dos acontecimentos e a sociedade. É na linguagem, então, que se discute o estatuto epistemológico do campo.

O conceito de esfera pública é proposto à reflexão, em Habermas (2003), na relação com Peirce. Quando Oehler (1987) retoma o percurso histórico da semiótica peirceana, aponta uma preocupação teleológica com o *consenso* (nos termos técnicos com os quais o semiótico trabalha) como conceito capaz de elevá-la a uma dimensão pragmática; da síntese transcendental kantiana à síntese semiótica da interpretação. Em Habermas, a ação comunicativa na direção do bem-comum estaria balizada em quatro premissas: *compreensibilidade* na expressão; *verdade* na mensagem; *veracidade* na enunciação; *exatidão* no discurso. Em Peirce (2002), uma representação da realidade capaz de produzir algum nível de *consenso* é calcada na escolha, pelo método adequado, dos signos mais precisos para representar os objetos.

A semiótica peirceana oferece, finalmente, uma relação lógica que tenta evitar o idealismo, privilegiando a fenomenologia típica do pragmatismo. Eco (1976, p. 317) corrobora com essa leitura ao advogar que pode permitir a percepção da intersubjetividade quando reconhece os sujeitos numa dada situação de comunicação “apenas enquanto eles se manifestam através de funções sgnicas,

5 A noção de notícia adotada neste trabalho a toma, no geral, como produto da produção jornalística. Não faz, necessariamente, referência ao gênero notícia em detrimento dos demais gêneros jornalísticos.

desempenhando funções [...], criticando [...] funções [...], e reestruturando as funções [...] preexistentes. Aceitando esses limites, a semiótica evita totalmente qualquer risco de idealismo”.

O breve panorama da base teórica serve à introdução do conceito de “semiose da notícia”, advindo de pesquisas anteriores; processos pensados desde a pauta, como etapa inicial do fluxo da notícia (Henn, 1996), até a sua atualização em meio ao ambiente digital e processos sociais difusos nele metabolizados (Oliveira, 2018). Em Peirce, semiose é uma ação envolvendo a cooperação de três sujeitos – um signo, seu objeto e seu interpretante. É dessa definição que decorre a constituição do esquema lógico na “semiose da notícia” que tem: *objeto/acontecimento – mente interpretante/jornalismo – signo/notícia*. Os três sujeitos (objeto, signo, interpretante) são entidades semióticas abstratas; não necessariamente sujeitos humanos. Quando o jornalismo é posto na condição de interpretante, trata-se de um lugar transitório.

Ao encontro da proposta de Henn (1996), a “semiose da notícia” é investigada em pesquisa anterior (Oliveira, 2012) ainda com uma configuração baseada em percurso mais linear, que não era atravessado por semioses difusas e antagônicas que atualmente se concretizam nas redes sociais digitais. Nesse contexto, numa tentativa de materializá-la em sentido didático, começa pelo acontecimento, que transita ao acontecimento jornalístico (Benetti, 2010), quando ascende à condição de pauta nas redações e acabará representado pelo signo-notícia.

Tem-se, então, um fluxo de semiose submetido às etapas históricas do processo de produção da notícia. Nesse percurso, uma série de “guias de sentido” atuam sobre a significação do acontecimento, determinando uma representação cerceadora da potência que ele tem para revelar campos problemáticos numa dada esfera pública a partir do que Quéré (2005) chamou de “poder hermenêutico” de que é dotado.

É na terceira dimensão do signo que se manifestam o que aqui chamamos de “guias de sentido”, cuja designação técnica Peirce atribuiu o nome *legi-signos* (2002): signos que representam seu objeto por força de lei; convenção social<sup>6</sup>. E justamente pelo que tem de convenção, o *legi-signo* é capaz de representar objetos exclusivamente abstratos, sem materialidade concreta. Uma ideia. Um valor. Não representa o singular; mas o geral: “[...] o objeto de uma palavra não é alguma coisa existente, mas uma ideia abstrata, lei armazenada na programação linguística de nossos cérebros”, ensina Santaella (1983, p. 14).

No processo de significação agem e interagem sistemas de produção de sentido, como o próprio jornalismo, e discursos que se valem de diferentes sistemas no espaço simbólico que Lotman (1996) denominou *semiosfera*<sup>7</sup> – a Igreja, o

6 Na complexa trama triádica que sustenta a semiótica de Peirce (2002), quando classifica os signos em relação aos fenômenos da ordem da realidade, tomados como objetos, ele faz uma classificação, também triádica, do signo em relação à sua própria natureza: *quali-signo*, quando o objeto é representado pelas suas qualidades; *sin-signo*, quando é representado por uma conexão indicial; e *legi-signo* – aqui em destaque –, quando o objeto é representado por força de lei, convenção social e outras formas simbólicas.

7 Em analogia à biosfera, o semiótico a define como o espaço não físico em que a vida ganha sentido; em que se constituem as condições para a significação humana sobre o mundo, com ênfase na cultura.

Estado, a Escola... A ciência. Para Hartley (1991), é preciso considerar o encontro entre sistemas que compõem um discurso para entendê-lo: circunstâncias históricas, culturais, produção e condições de consumo.

A produção da notícia, pois, configura-se numa rede de mediações, uma semiose complexa, que sofre intervenções de várias ordens, com início na pauta, entregue ao repórter – e que já se constitui como o primeiro signo que gerará um interpretante antes mesmo do contato com o fenômeno que se prestará a objeto do signo/notícia (Henn, 1996). Signo/notícia que passa, antes, por várias etapas na direção da codificação à linguagem que a redação julga necessária, evocando princípios da linha editorial do jornal, manuais de redação etc.

As práticas jornalísticas são entendidas, então, como legi-signos na “semiose da notícia”<sup>8</sup>. Golding e Philip Elliott (1979), em Wolf (1995, p. 175-176), afirmam que os valores-notícia, por exemplo, “constituem referências, claras e disponíveis, a conhecimentos partilhados sobre a natureza e os objectos das notícias, referências essas que podem ser utilizadas para facilitar a complexa e rápida elaboração dos noticiários”. Berger (1998, p. 127) contribui quando reflete sobre a relação conflituosa entre o texto e o contexto no discurso, sublinhando o discurso jornalístico, no qual, segundo a autora, o “sujeito jornalista convive em tensão com suas fontes, com a empresa jornalística e com os leitores, confirmando que as condições incluem a produção, a circulação e o reconhecimento e que, estas, formatam e moldam o modo de dizer as coisas do mundo”.

Com lastro nesse suporte teórico-conceitual é oferecida ao debate a proposta, ensaística, de inserção da transparência do método como legi-signo na “semiose da notícia”, visando à revisão do contrato de comunicação com o público. Ao acolhê-la, a suspeita é que o jornalismo enfrentaria um dos catalisadores da crise atual: a perda de credibilidade. Quando considerado o contexto de caos informativo, agudizado pela crise sanitária instaurada pela pandemia de covid-19, sublinha-se a necessidade de debatê-la.

### Quando uma crise encontra outra

Não seria exagero prever que uma “semiose da notícia” de lógica pretensamente linear tem seus dias contados. Não no que tange à representação de conflitos sociais como objetos de signos/notícia. E sobre o jornalismo, como campo social e profissional, tem se abatido consequências substantivas de novas formas de intervenção na esfera pública, com as redes sociais digitais como espaço alternativo de articulação e significação dos acontecimentos e efeitos localizados sobre a sua credibilidade.

A chegada da internet é mais ou menos o gene da crise atual, asseverada mais recentemente, com a consolidação das redes sociais digitais. Segundo dados do Instituto Verificador de Comunicação (IVC), do Brasil, divulgados pelo

site *Poder360*<sup>9</sup>, o número de exemplares (digitais e impressos) de nove grandes jornais em dezembro de 2014 era de 1.712.424. Em dezembro de 2019, caiu para 1.476.303, uma redução de 13,8%.

A crise atual, contudo, não se restringe a uma evolução, como fora no caso de tecnologias anteriores, como o rádio sobre a imprensa ou a televisão sobre o rádio, por exemplo. É uma crise com potencial para abalar a estrutura do jornalismo como sistema de produção de sentido. Para além da digitalização dos meios e a decorrente insustentabilidade do negócio, novas fontes, acesso facilitado a elas, e a possibilidade de produção de conteúdo por qualquer um levaram a uma quebra do monopólio territorial da circulação de informações. O posicionamento crítico do leitor foi reforçado pela maior possibilidade de acesso a todo tipo de informação, na avaliação de Lima (2020).

É por isso que Christofolletti (2019, não paginado) argumenta que “a crise é financeira, mas também é política e existencial, de ética e credibilidade, de governança e gestão”. No caso da crise sob o aspecto da credibilidade, é possível entender, a partir da perspectiva dos sistemas abertos de Lotman (1996), que o jornalismo é afetado pelas redes sociais digitais justamente na fronteira entre esses dois sistemas de produção de sentido. Porque a informação de um sistema, quando traduzida por outro, pode gerar crises, já que cada um codifica os acontecimentos à sua maneira, com códigos próprios.

Na semiótica peirceana o que ocorre é que, nessa tradução do acontecimento jornalístico nas redes sociais digitais, o público percebe, concretamente, que o signo é incapaz de ocupar o lugar do objeto. Em outras palavras, que a representação que o jornalismo faz do acontecimento não o desvenda completamente, não o transmite tal como ele é, como a perspectiva epistemológica majoritária no jornalismo defendera pelo menos até o início do Século 21, sob o paradigma clássico da objetividade.

Essa percepção é possível graças ao que Santaella (2008) chamou de “sobras” que resultam de qualquer semiose. Ou seja, considerando a realidade inapreensível, senão pela linguagem, é o signo que representa os objetos, mas jamais em sua totalidade – porque isso corresponderia à apreensão do próprio objeto e, assim, da realidade ela mesma, como se sem mediação. Cada semiose, em particular, se processa a partir de escolhas sígnicas que se dão no âmbito do interpretante. Ao passo em que o jornalismo significa os acontecimentos numa semiose orientada pelos legi-signos que o compõem, nas redes sociais outras semioses se desenrolam, configurando uma disputa de sentidos (ou disputa de signos) sobre a realidade na semiosfera contemporânea.

Lisboa e Benetti (2017) contribuem para a compreensão dos efeitos da crise sobre a credibilidade. No ambiente digital, a *credibilidade constituída* e a *percebida* entram em dissonância. O que ocorre é que a autoridade do jornalismo como detentor da verdade (aqui entendida como credibilidade constituída pelo jornalismo) é posta em xeque com a possibilidade do público confrontar as informações noticiadas com um número cada vez mais expandido de fontes (aqui entendida como credibilidade percebida pelo público). “Ao demonstrar incapacidade frequente de cumprir o

<sup>8</sup> Ao investigar as fronteiras entre o jornalismo e a arte na produção de ilustrações de jornais diários, Hermes (2005) identificou legi-signos que tendem a constituir a forma como os profissionais pensam o seu trabalho e, conseqüentemente, agem como uma espécie de parâmetro na produção de sentido.

<sup>9</sup> Disponível em: <https://bitly.com/6kyFPS>. Acesso: 20 mar 2023.

contrato com o público, a empresa – seus veículos e profissionais – são questionados em sua credibilidade também”, afirma Christofolletti (2019, não paginado). A percepção da credibilidade, portanto, é uma constante negociação.

Nesse contexto, a desinformação, que acirra a crise, pode ser entendida como um conjunto de informações distorcidas, manipuladas ou inteiramente falsas que são criadas intencionalmente com a função de enganar para gerar algum tipo de ganho político (Benkler et al., 2018); ou, ainda, excesso de informação, falsa ou verdadeira. E a desinformação engana o público, quase sempre, pela imitação de notícias, tanto na linguagem, quanto na forma de apresentação (Tandoc Jr et al., 2017). Em relação à credibilidade, então, pode-se entender que o ambiente de desinformação contribui para uma confusão dos usuários sobre o que é e o que não é informação jornalística. Conforme Brenol (2020), uma das causas é a dificuldade de identificação da origem da informação. O leitor não necessariamente acessa o jornal para ler a notícia, ele é alcançado por informações dispersas nas redes sociais digitais.

Além de impactar diretamente a crise de credibilidade do jornalismo, o espalhamento de desinformação tem sido um problema de saúde pública, sobretudo em países com a conformação socioeconômica e cultural do Brasil; problema evidenciado pela pandemia de covid-19. E a hidroxicloroquina, mais do que como medicamento em si, como signo, é um dos vários catalisadores. Usualmente prescrita para tratamento de lúpus e artrite reumatoide, a droga passou a ser apresentada como a “cura” para a covid-19, embora as evidências científicas nunca tenham confirmado sua eficácia e boa parte do conteúdo relacionado ao assunto tenha sido desmentido por veículos de checagem de fatos (Recuero et al., 2020).

O suposto potencial da hidroxicloroquina contra a doença que assolou o mundo repentinamente começou a ser explorado a partir de um pequeno trabalho publicado na China. GANHOU as manchetes dos jornais com a publicação de um estudo feito pelo médico francês Didier Raoult, em março de 2020, quando afirmou que o medicamento era capaz de diminuir a carga do novo coronavírus (como era conhecido à época). Apesar da esperança inicial, cientistas começaram a notar erros metodológicos e, em setembro do mesmo ano, Raoult foi denunciado pela Sociedade de Patologia Infecciosa de Língua Francesa (SPILF) por promoção indevida da droga. Em janeiro de 2021, admitiu erros como a exclusão de voluntários do resultado.

Mesmo com essas suspeitas iniciais e as correções posteriores, a desinformação já havia se espalhado. No Brasil, o então presidente, Jair Bolsonaro, fez ampla defesa do uso da hidroxicloroquina. De acordo com o Digital News Report (Reuters, 2021), checadores de fatos identificaram quase 900 declarações falsas ou imprecisas sobre o assunto proferidas por ele somente durante o ano de 2020. Até então restrito a pacientes graves e hospitalizados, devido ao risco de provocar arritmia cardíaca, o Ministério da Saúde, sob Bolsonaro, autorizou, em 20 de maio daquele ano, o uso do remédio para casos leves. A venda passou a prescindir de prescrição médica e houve desabastecimento. No início de 2021, passou-se a noticiar casos de hepatite medicamentosa, o que levou pacientes à fila por transplante de fígado em razão da ingestão descontrolada desse e outros remédios, na combinação que ficou conhecida como “kit covid”.

## Da crença no método à mediação qualificada

É nesse ruidoso cenário de crises e instabilidade dos conceitos de verdade e credibilidade que o jornalismo se vê desafiado a repactuar o contrato de comunicação que estabeleceu com o público em democracias liberais ocidentais ao longo do Século 20 (Charaudeau, 2006; Benetti, 2008). De um ponto de vista epistemológico, a proposta é tomá-lo como mediação qualificada (Oliveira, 2018), pela qual passa, antes, a revisão do seu estatuto, onde se localiza a discussão da transparência do método como espécie de nova “cláusula”.

Quando Peirce escreveu seu breve ensaio “A fixação da verdade” (1877) não poderia advogar sua pertinência ante a consolidação do ambiente digital, mais de 100 anos depois. Impressiona, contudo, sua atualidade quando em suspeição está o ambiente de desinformação e tensão sobre as instituições ocidentais da modernidade, sobretudo com a consolidação da agência de algoritmos sobre os processos sociais. Os acontecimentos de 2016, conformados pelas chamadas *fake news*, contribuem para esse entendimento: a eleição de Donald Trump, nos EUA, e a decisão pela saída do Reino Unido da União Europeia – seguidos de desdobramentos na eleição de Jair Bolsonaro, no Brasil, em 2018, e cujo ápice se dá em meio à pandemia de covid-19.

A fenomenologia e o falibilismo, fundamentos do pragmatismo, são base para a discussão acerca do papel da crença como elemento que promove conforto e esperança ante a realidade caótica dos acontecimentos. É do que decorre a criação de grandes sistemas de compreensão do mundo, boa parte inspirados pela filosofia idealista e a metafísica, alvos de ponderações. Peirce (1877, p. 4) alerta: “Onde a esperança não é confrontada com qualquer experiência, é provável que o nosso optimismo seja extravagante”. Haveria, aí, uma tendência à crença em detrimento da dúvida, sempre amparada em hábitos de interpretação dos fenômenos mais ou menos lógicos, a partir dos quais emergiriam inferências sobre o seu funcionamento.

“O hábito específico da mente que governa esta ou aquela inferência pode ser formulado numa proposição cuja verdade depende da validade das inferências que o hábito determina; e tal fórmula é chamada *princípio condutor da inferência*”, explica Peirce (1877, p. 5, grifo nosso), exemplificando:

Suponhamos, por exemplo, que observamos que um disco de cobre em rotação rapidamente fica em estado de repouso quando colocado entre os pólos de um magneto, e inferimos que isto sucederá com todo o disco de cobre. O princípio condutor aqui é que o que é verdadeiro para um pedaço de cobre é verdadeiro para outro. Tal princípio condutor a respeito do cobre seria muito mais seguro do que em relação a muitas outras substâncias.

É um raciocínio que leva a uma associação quase mecânica com o debate acerca da (in)eficácia da hidroxicloroquina para o tratamento da covid-19. Fruto de uma premissa falsa, amparada por essa ou aquela experiência individual de “cura” da doença, a inferência lógica é a universalização do uso do medicamento. Trata-se, então, de um movimento de significação da realidade caótica que a pandemia inaugura, como acontecimento, que garante um certo nível de conforto e esperança ante as incertezas que a acompanhavam.

Nessa perspectiva, Peirce define as quatro formas de fixação da crença, com ênfase, inicialmente, nas três primeiras. Os métodos da *tenacidade*, da *autoridade* e a *a priori* sustentam-se, basicamente, no mesmo princípio. Na tenacidade, o protagonismo é atribuído a hábitos historicamente convencionados, preservados pelo senso comum; à autoridade, uma dinâmica a partir da qual a crença é fixada por uma força social, normalmente institucional e coercitiva; e, por fim, o método *a priori* é definido como aquele cuja crença se dá pela ação de um sistema filosófico – uma ideologia específica, uma religião, por exemplo (Peirce, 1877).

Majoritariamente com base nesses três métodos é que o jornalismo se constituiu na modernidade como instituição social outorgada para definir o que é atual e relevante no presente (Franciscato, 2005). Uma outorga obtida não por um estatuto socialmente legitimado a partir de teoria e métodos próprios (como os campos do direito ou da medicina, como exemplos), mas pela atribuição dessa tarefa a partir de uma autoridade institucional reconhecida pelo conjunto de agentes que compõem uma dada esfera pública. Nesse arranjo, os métodos da tenacidade e *a priori* cumprem papel determinante: o primeiro, ao perpetuar, pelo hábito, a autoridade obtida pela outorga conferida por outros campos; o segundo, na ideologia jornalística, que confere ao campo a condição de “quarto poder” em democracias liberais ocidentais.

No cenário em que a representação que o jornalismo faz dos acontecimentos, na condição de objeto semiótico, é questionada, quando não refutada, por sentidos que ele não considerou no signo/notícia – as “sobras” de que fala Santaella (2008) –, sua autoridade (independentemente de por quem lhe tenha sido atribuída) é estruturalmente abalada, do que decorre a dúvida sobre a crença; sua credibilidade é afetada também no âmbito da tenacidade e do *a priori*. Resta, então, a aposta no *método da ciência* – não como prática, importante reiterar, mas como forma de revisar a fixação da crença sobre o campo e, conseqüentemente, promover sua credibilidade.

Ao método da ciência, pois, Peirce (1877, p. 17) atribui a seguinte hipótese fundamental, definindo-a em linguagem que chama de “familiar”:

existem coisas reais, cujas características são inteiramente independentes das nossas opiniões acerca delas; estas realidades afectam os nossos sentidos de acordo com leis regulares, e embora as nossas sensações sejam tão diferentes como o são as nossas relações aos objectos, contudo, tirando proveito das leis da percepção, podemos descobrir, através do raciocínio como as coisas realmente são.

Vislumbra-se, aí, a possibilidade de enfrentamento da crise atual do jornalismo não por meio da reiteração da sua autoridade na forma como fora constituída, assentada no discurso de “verdade não mediada”, e, sim, pela transparência do método por meio do qual representa a realidade dos fatos, em busca da verdade verificável (Lisboa & Benetti, 2017). Assim, importaria menos uma noção de totalidade da representação que o signo/notícia é capaz de representar; importaria mais a credibilidade da representação que faz, independentemente da sua eventual parcialidade em relação ao todo do acontecimento ou, ainda, das minhas – ou das suas – crenças em relação ao contexto de sentido

em que aconteceu. Em Peirce (1877, p. 18), “O teste para saber se sigo verdadeiramente o método não é um apelo imediato aos meus sentimentos e objectivos, mas, pelo contrário, envolve ele próprio a aplicação do método”.

Seria um investimento na operacionalização de um chamado renitente à revisão do estatuto do campo (Oliveira, 2015; 2018; Oliveira et al. 2022; Oliveira et al., 2020; Oliveira, 2021), transitando de uma dimensão filosófica a uma dimensão mais conceitual e com vistas ao desenvolvimento de práticas. Dialogando novamente com Habermas (2003), o jornalismo tratar-se-ia de uma atividade de mediação em busca do melhor argumento. Caberia a ele, portanto, não apenas circular discursos que compõem uma dada esfera pública, mas também escrutiná-los – fazendo-o no contexto da mediação qualificada, por meio de teoria e métodos próprios.

Historicamente, o que o jornalismo fez foi arguir técnicas de linguagem como a objetividade e a imparcialidade, por exemplo, como constituintes da sua existência, reforçando a crença em si por meio, sobretudo, dos métodos da autoridade e da tenacidade, e reificando essa crença pelo método *a priori*; um plano de princípios éticos e deontológicos que assegurava o contrato de comunicação.

No movimento de revisão proposto, imparcialidade e objetividade saem da dimensão da ontologia e passam a ser tratadas, a partir de uma construção epistemológica, como parte da metodologia jornalística. Um reposicionamento inspirado em Ward (2010, p. 138-139), que separa a objetividade em três diferentes sentidos: “ontológico, epistemológico e processual”. O fenômeno em si é da ordem da objetividade ontológica; a tentativa de apreendê-lo passa pela construção epistemológica de métodos de investigação e verificação; métodos que dão forma à objetividade processual, na dimensão metodológica do estatuto do jornalismo (Oliveira, 2018).

Em meio à profusão de sentidos na esfera pública conformada pelo ambiente digital, o jornalismo seria o sistema capaz de conferir inteligibilidade à realidade caótica dos acontecimentos por meio do exercício de uma mediação qualificada. É uma proposta ousada – e incipiente, é preciso admitir –, na medida em que poderia resultar, se acolhida e bem-sucedida, na constituição do campo também como espécie de “guardião da semiodiversidade”, ao representar experiências na relação com o mundo para além daquelas que a minha própria existência é capaz de alcançar, estimulando a dúvida sobre a crença. Peirce (1877, p. 10) contribui para a defesa dessa proposta a partir da sua experiência pessoal: “Lembro-me de uma vez me terem pedido que não lesse certo jornal, com receio de que poderia mudar a minha opinião sobre o livre comércio”.

E a suspeita – fruto do cotejamento dessa elaboração teórico conceitual à investigação mais ampla (Pastl, 2022) cujos resultados principais são compartilhados a seguir – é que iniciativas como o Projeto Credibilidade podem, ao inserir a transparência no conjunto de práticas jornalísticas, entendidas como *legi-signo* na “semiose da notícia”, promover credibilidade pela crença no método.

### Projeto Credibilidade

A iniciativa de colaboração internacional chamada de *The Trust Project* foi criada pela jornalista estadunidense Sally Lehrman e hoje conta com mais de 200 veículos, de 13 países. No Brasil, chega como Projeto Credibilidade, parceria

entre o Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor)<sup>10</sup> e o Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia da Universidade Estadual Paulista (Unesp)<sup>11</sup>. Tem a adesão dos brasileiros *A Gazeta*, *Agência Lupa*, *Agência Mural de Jornalismo das Periferias*, *Amazônia Real*, *Folha de S. Paulo*, *GZH*, *Jornal do Comercio*, *Nexo Jornal*, *O Povo*, *Poder360* e *Ponte Jornalismo*.

Um manual com oito indicadores (Figura 1) que orienta a produção e distribuição de conteúdo pelos veículos participantes: melhores práticas (indicar quem financia o veículo, por exemplo); jornalista (oferecer detalhes sobre quem produziu o conteúdo); tipo de conteúdo; citações e referências; métodos; apuração local (permitir que as pessoas saibam quando o conteúdo tem origem ou expertise local); diversidade de vozes; e feedback acionável. A estimativa dos mantenedores é que 327 milhões de pessoas por mês em todo o mundo recebam conteúdo com esses indicadores.

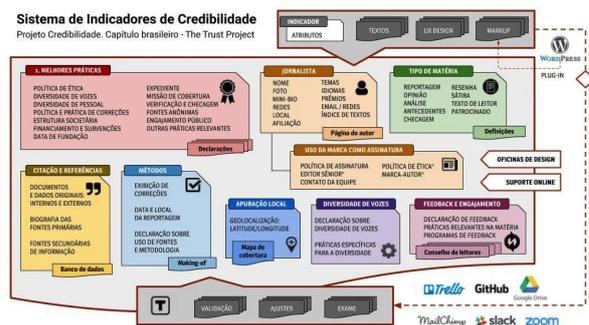


Figura 1: Indicadores do Projeto Credibilidade. Fonte: Projeto Credibilidade<sup>12</sup>.

Com vistas à reflexão aqui proposta, a opção foi por trazer resultados de pesquisa anterior (Pastl, 2022) localizados em conteúdos cujo propósito é explicar a ineficácia da hidroxyclorequina contra a covid-19 produzidos por três veículos (em razão dos limites do artigo) – *Agência Lupa*, *Folha de S. Paulo* e *Nexo Jornal* – que conformam um corpus relativamente diverso: um especializado em checagem de fatos; outro legado, considerado de referência, com ênfase em *hard news*; e o terceiro nativo digital, com linha editorial voltada ao aprofundamento e contextualização dos acontecimentos.

Uma segunda decisão foi quanto ao período de análise, entendido como o mais promissor para compreender o cenário desinformativo: o auge da polêmica da hidroxyclorequina, quando, em 20 de maio de 2020, o Ministério da Saúde do Governo Bolsonaro, no Brasil, recomenda o uso do medicamento desde o primeiro dia dos sintomas. Buscou-se nos três sites os conteúdos que continham os termos “hidroxyclorequina” e “clorequina”, com o filtro temporal de sete dias corridos desde o início do período.

Na *Agência Lupa*, o conteúdo ora oferecido à reflexão tem como título “#Verificamos: É falso que médicos de 30 países confirmam a eficácia da clorequina”<sup>13</sup>, publicado no dia 16 de abril de 2020. A etiqueta que o veículo atribuiu ao conteúdo é “falso”, com base no resultado de diversas pesquisas científicas sobre a ineficácia. No jornal *Folha de S. Paulo*, o conteúdo tem como título “OMS desiste de testar clorequina em tratamento de covid-19”<sup>14</sup>, publicada em 27 de maio: a OMS retirara o medicamento da lista de testes do programa internacional *Solidariety* após resultados de trabalhos que mostraram maior mortalidade – o contrário do que se esperava. E no *Nexo Jornal*, considerou-se conteúdo sob o título “O estudo global que reafirma a ineficácia da clorequina contra o coronavírus”<sup>15</sup>, publicado em 22 de maio: uma explicação sobre o motivo pelo qual uma pesquisa apontou que o medicamento poderia aumentar o risco de morte e de arritmia grave.

A breve descrição dos materiais produzidos pelos três veículos circunscritos ao Projeto Credibilidade permite algumas considerações, no esteio do conjunto teórico-metodológico adotado, sobre a forma como os oito indicadores foram, de fato, incorporados nos conteúdos e pelos veículos jornalísticos nos seus sites. A classificação foi feita em quatro categorias: se o veículo cumpriu o indicador; se cumpriu parcialmente; se não cumpriu; e se o indicador não se aplica.

No caso da *Agência Lupa*, a checagem cumpre totalmente quatro indicadores (jornalista, tipo de conteúdo, diversidade de vozes e feedback acionável), parcialmente três (melhores práticas, citações e referências e métodos) e um não se aplica (apuração local). Em relação à *Folha de S. Paulo*, três foram totalmente cumpridos (jornalista, diversidade de vozes e feedback acionável), dois parcialmente (melhores práticas e citações e referências), dois não cumpridos (tipo de conteúdo e métodos) e um não se aplica (apuração local). Já no *Nexo Jornal*, três foram cumpridos totalmente (melhores práticas, diversidade de vozes e feedback acionável), um parcialmente (citações e referências), três não foram cumpridos (jornalista, tipo de conteúdo e métodos) e um não se aplica (apuração local).

Ainda que o material empírico trazido ao debate aqui seja insuficiente para que se universalize inferências, é possível perceber indícios da constituição da transparência como legi-signo na “semiose da notícia”.

O indicador “melhores práticas”, por exemplo, intenta revelar para o leitor quem é o veículo jornalístico que está sendo lido, seja por meio da sua missão, seu tipo de financiamento, seus proprietários. A lógica é a de que o leitor possa conhecer quem produz o conteúdo para, então, decidir se vale a pena continuar a consumi-lo. Já o indicador “jornalista” afunila, de algum modo, essas melhores práticas. A ideia é que o leitor tenha mais acesso a informações sobre o profissional que escreveu o conteúdo. Pode-se entender que funcionaria de modo a reafirmar o jornalismo enquanto uma forma de conhecimento específica, com técnicas próprias, já que os veículos indicam a trajetória profissional desses jornalistas, de modo a produzir sobre o leitor a crença de que eles dominam o método. Já o indica-

10 Disponível: <https://www.projor.org.br/>. Acesso: 20 mar 2023.

11 Disponível: <https://bityli.com/Ny5obF>. Acesso: 20 mar 2023.

12 Disponível: <https://www.credibilidade.org/indicadores>. Acesso: 20 mar 2023.

13 Disponível: <https://bityli.com/w8hguU>. Acesso: 20 mar 2023.

14 Disponível: <https://bityli.com/2T76Ek>. Acesso: 20 mar 2023.

15 Disponível: <https://bityli.com/z0fzZi>. Acesso: 20 mar 2023.

dor “tipo de conteúdo” funciona para alertar o leitor sobre o gênero do conteúdo – se opinião ou notícia ou reportagem, por exemplo. O indicador “citações e referências” talvez seja o que mais segue a lógica do conceito de transparência *stricto sensu*. Basicamente, a ideia é mostrar ao leitor de onde foram retiradas tais informações para provar que elas são verdadeiras.

O indicador “métodos”, não por acaso, tem importância genuína na proposta em curso. Funciona, mais uma vez, como forma de argumentar o jornalismo como uma forma de conhecimento específico, produzido a partir de metodologia própria. Informações de como foi produzido o conteúdo, de modo que o leitor entenda os processos adotados e, dessa forma, desenvolva ou reitere a crença no método. O indicador “apuração local” segue a mesma lógica, nesse caso, mostrando o quão próximo o jornalista está ou não do acontecimento representado e de seu contexto.

No caso do indicador “diversidade de vozes”, a transparência funciona no sentido da percepção sobre uma busca por fontes de diferentes lados ideológicos de um mesmo acontecimento; diferentes visões. A ideia aqui é que, seguindo esse indicador, se alcançaria um maior entendimento sobre o acontecimento, mais complexo. E o indicador “feedback acionável” funciona como uma maneira de oferecer transparência à relação com o público, reconhecendo seu lugar dialógico na “semiose da notícia”.

Embora não fosse o objetivo da análise aferir quantitativamente a incidência dos indicadores no material empírico analisado, uma breve contagem sobre a totalidade do corpus da pesquisa (aqui resumida de forma parcial) revelou que menos de 50% dos indicadores foram cumpridos (Pastl, 2022). Entende-se que, ainda que os indicadores sigam valores de transparência, carecem de aperfeiçoamento. Além de uma certa fragilidade técnica, apontada por Träsel et al. (2019), uma das suspeitas é que, além da transparência como *legi-signo*, atuam na “semiose da notícia” outros valores, ainda muito marcados, no arcabouço teórico aqui acionado, pelos métodos da autoridade, da tenacidade e a priori.

A maioria dos veículos que compõem a iniciativa, por exemplo, não informa quem os financia – uma recomendação no indicador “melhores práticas”. O uso de hiperlinks (indicador “citações e referências”), indicando de onde tal informação foi retirada, ainda é usado com moderação pelas empresas jornalísticas. O mesmo comportamento se vê no indicador “métodos”. Nenhum dos veículos explicou detalhadamente como foram produzidos os conteúdos. Nota-se um receio, aparentemente sustentado pelo método a priori, de divulgar todas as técnicas utilizadas em razão das afetações no contrato de comunicação também a partir da sua sustentação pelos métodos da tenacidade e da autoridade.

Ainda em relação ao indicador “métodos”, por outro lado, há também outros *legi-signos* que influenciam o não cumprimento pleno da recomendação contida no indicador. É o caso da velocidade. As exigências do mercado de trabalho no ambiente digital implicam numa decifração rápida do acontecimento e numa menor contextualização, o que pode impedir o repórter de cumprir esse ou aquele indicador.

## Considerações finais

Mais de 30 anos depois do surgimento da internet comercial, cuja relação histórica com a evolução de técnicas e práticas jornalísticas é investigada por Mielnickzuk (2003) e Barbosa (2007), intuitivamente seria de se supor que houve evolução também na compreensão do jornalismo sobre a necessidade de repactuar o contrato de comunicação com o público. Quando são evocados estratos empíricos do fenômeno, contudo, os indícios não permitem, por enquanto, tal assertividade.

Por outro lado, postula-se que iniciativas como o Projeto Credibilidade denotam amadurecimento na percepção da crise. Contribuem, assim, para a constituição de uma segunda fase de reação – identificada em outro trabalho (Oliveira, 2021) –, mais reflexiva, menos instintiva. Um movimento que aqui se poderia inferir ser manifestação da compreensão dos limites dos métodos da tenacidade, da autoridade e a priori para conferir legitimidade ao campo na esfera pública contemporânea, embora eles ainda operem sentidos consistentes no contrato de comunicação entre jornalismo e público (Benetti, 2008).

Também é possível inferir, quando considerado o arranjo teórico-conceitual oferecido ao debate na reflexão que provisoriamente se encerra, um campo vasto para a experimentação da hipótese de que ao adotar a transparência no método, constituída como *legi-signo* (Peirce, 2002) na “semiose da notícia”, o jornalismo estaria legitimando tal método, com referência nas quatro formas de fixação da crença. É uma hipótese muito inicial, por outro lado, o que demanda ainda testes a partir de outras iniciativas de veículos jornalísticos e, sobretudo, de uma investigação mais aprofundada – além do diálogo com outras perspectivas teóricas.

A *credibilidade constituída*, nos termos de Lisboa e Benetti (2017), por sua vez, ganharia a transparência como elemento no processo de constituição. No raciocínio proposto pelas autoras, porém, ainda é preciso um empreendimento sobre as percepções do público para a análise das afetações da proposta sobre a *credibilidade percebida*, seja por meio de uma Análise de Discurso com esse propósito, seja pelos Estudos de Recepção, como exemplos de possibilidades.

O caminho ainda é longo e tortuoso, mas advoga-se, finalmente, que num ambiente de redes sociais digitais, em que a esfera pública é composta por processos de interpretação do mundo amplamente difusos, é possível vislumbrar o jornalismo como agente dotado tanto das premissas habermasianas (*compreensibilidade* na expressão; *verdade* na mensagem; *veracidade* na enunciação; *exatidão* no discurso) quanto do método adequado, em Peirce, para o exercício de uma mediação qualificada. Um passo ao encontro de Berger (2010, p. 24-25), que convida a um diálogo menos dissonante entre saber e fazer, prática e conhecimento, “na esperança de que o jornalismo possa, ao informar sobre a realidade, contribuir para o esclarecimento do mundo”.

## Referências bibliográficas

- Barbosa, Suzana. (2007). *Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD) – um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos*. (Tese de Doutorado). PósCOM/UFBA, Bahia.
- Benetti, Marcia. (2008). O jornalismo como gênero discursivo. *Galáxia* (PUCSP), v. 15, p. 13-28.
- Benetti, Marcia. (2010). O jornalismo como acontecimento. In: Benetti, Marcia; Fonseca, Virginia Pradelina da Silveira. (Org.). *Jornalismo e acontecimento: mapeamentos críticos*. 1ed. Florianópolis: Insular, v. 1, p. 143-164.
- Benkler, Y., Faris, R. & Roberts, H. (2018) *Network propaganda: Manipulation, disinformation, and radicalization in American politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Berger, Christa. (1998). *Campos em confronto: a terra e o texto*. Porto Alegre: UFRGS.
- Berger, Christa. (2010). O conhecimento do jornalismo no círculo hermenêutico. *Brazilian Journalism Research*, Brasília, v. 6, n. 2, p. 17-25.
- Brenol, Marlise V. (2020). A transparência como conduta para o jornalista. *Movendo ideias*. V. 25, N. 2, JUL./DEZ. ISSN: 2675-3162.
- Charaudeau, Patrick. (2006). *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto.
- Eco, Umberto. (1976). *A Theory of Semiotics*. Bloomington: Indiana University Press.
- Franciscato, C. (2005). *A fabricação do presente: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais*. São Cristóvão: UFS/Fundação Oviedo Teixeira.
- Golding, Peter & Elliott, Philip. (1979). *Making the news*. Londres: Longman.
- Habermas, J. (2003). Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. 2. ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- Hartley, J. (1991). *Understanding News*. Londres: Routledge.
- Henn, R. C. (1996). *Pauta e notícia*. Canoas: Ulbra.
- Lisboa, Silvia & Benetti, Marcia (2017). Credibilidade no jornalismo: uma nova abordagem. *Estudos de Jornalismo e Mídia*, v. 14, p. 51-62.
- Lotman, Iuri. (1996). *La semiosfera*. Madri: Catedra.
- Meditsch, E. (1998). Jornalismo como Forma de Conhecimento. *Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. São Paulo, v. 21, n. 1, p. 25-38.
- Mielniczuk, L. (2003). *Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual*. 2003. 246f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura). Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador.
- Oehler, K. (1987). *An Outline of Peirce's Semiotics*. New York: Plenum Press.
- Oliveira, Felipe Moura (2012). Produção da notícia e movimentos sociais: processos de produção no Jornalismo. 2012. 286f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), São Leopoldo, RS.
- Oliveira, Felipe Moura de (2015). Do acontecimento à mediação: reflexões sobre a crise do jornalismo. In: 24º Encontro Nacional da Compós, 2015, Brasília. Anais do 24º Encontro Nacional da Compós.
- Oliveira, Felipe Moura de (2018). La semiosis de la noticia: Movimientos sociales en red y crisis del periodismo. Barcelona: Editorial UOC.
- Oliveira, Felipe Moura de (2021). Da crise à mediação qualificada: apontamentos a partir da #VazaJato como ciberacontecimento jornalístico. PAUTA GERAL, ESTUDOS EM JORNALISMO, Volumen 8, 1-19, Ponta Grossa (PR).
- Oliveira, Felipe Moura de & Garcia, I. (2022). Zap Matinal: mediação e curadoria como enfrentamento ao caos informativo na pandemia de covid-19. In: 20º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2022, Fortaleza (CE). Anais do 20º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo.
- Oliveira, Felipe Moura, Nickel, Barbara & Kalsing, Janaína (2020). A notícia contada, explicada e conversada: colaboração e mediação no jornalismo praticado em podcast no Brasil. *FRONTEIRAS*, Volume 22, 148-160. DOI: 10.4013/fem.2020.223.12, São Leopoldo (RS).
- Oliveira, Felipe Moura de, Henn, Ronaldo & Osório, Moreno (2022). Agir cartográfico. *ALCEU* (ONLINE), v. 22, p. 44-65.
- Pastl, C. M. L (2022). A INEFICÁCIA DA (HIDROXI) CLO-ROQUINA CONTRA A COVID-19 NO JORNALISMO. Trabalho de conclusão de curso (Graduação) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de Jornalismo, Porto Alegre.
- Peirce, C. S. (2002). *The Collected Papers of Charles Sanders Peirce*. Past Masters, CD-ROM. EUA, IntelLex Corporation.
- Peirce, C.S. (1887). A fixação da crença. Tradução: Anabela Gradim. In: *Popular sci*. Monthly 12.
- Quérel, L. (2005). Entre facto e sentido: a dualidade do acontecimento. *Trajectos - Revista de Comunicação, Cultura e Educação*, n. 6, p. 59-76.

Recuero, Raquel, Soares, Felipe & Zago, Gabriela. (2020). Polarização, hiperpartidarismo e câmaras de eco: como circula a Desinformação sobre COVID-19 no Twitter. *Contracampo*, Niterói, v. 40, n. 1.

Reuters Institute. (2021). *Digital News Report*. Londres: Oxford University, 2021. Disponível em: [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital\\_News\\_Report\\_2021\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf). Acesso em: 27 out. 2023.

Santaella, L. (2008) *A Teoria Geral dos Signos: como as linguagens significam as coisas*. São Paulo: Cengage Learning.

Santaella, L. (1983). *O que é Semiótica*. São Paulo: Brasiliense.

Tandoc Jr., e., Lim, Z.W. & Ling, R. (2017). Defining “Fake News”: A Typology of Scholarly Definitions. In: *Digital Journalism*, London, 6(2):1-17.

Träsel, Marcelo, Lisboa, Sílvia & Vinciprova, Giulia Reis. (2019). Post-truth and trust in journalism: an analysis of credibility indicators in Brazilian venues. *BRAZILIAN JOURNALISM RESEARCH* v. 15, p. 452-473.

Ward, S. (2010). Inventing Objectivity: New Philosophical Foundations. In: MEYERS, C. (Org). *Journalism Ethics: A Philosophical Approach*. New York: Oxford University Press, p. 137-152.

Wardle, Claire & Derakhshan, Hossein. (2017). *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Strasbourg: Council of Europe.

Wolf, M. (1995). *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Presença.

## Naming the Unknown and Rendering Visible the Invisible. A Semiotic Approach to the Scientific Discursivization of SARS-CoV-2

Since March 2020, dozens of images depicting both the SARS-CoV-2 virus and its relationship with humanity have been created by various communicators and circulated through different channels. This article adopts a semiotic-discursive perspective to address the scientific discourse on the coronavirus, with particular attention to the name of the new viral entity and the images associated with it in the context of the Covid-19 pandemic. The main objective of this article is to reflect on some of the textual production mechanisms involved in the work that scientists undertook to identify a new virus and make it understandable to the general public, both in terms of its name and composition.

### Keywords

Coronavirus, Covid-19, pandemic, cultural semiotics, scientific discourse.

## Nomear o desconhecido e fazer visível o invisível. Uma abordagem semiótica da discursivização científica do SARS-CoV-2

**Desde março de 2020, dezenas de imagens tanto do vírus SARS-CoV-2 como da sua relação com a humanidade foram criadas por diferentes enunciadore e circularam em diferentes canais. Este artigo utiliza uma perspectiva semiótico-discursiva para abordar a discursividade científica sobre o coronavírus, com particular atenção ao nome da nova entidade viral e as imagens sobre ela no contexto da pandemia de Covid-19. O objetivo principal deste artigo é refletir sobre alguns dos mecanismos de produção textual envolvidos no trabalho que os cientistas realizaram para identificar um novo vírus e torná-lo compreensível para o público em geral, tanto em termos do seu nome como da sua composição.**

### Palavras-chave

**Coronavírus, Covid-19, pandemia, semiótica da cultura, discurso científico.**

## 1. Introdução

Desde que o SARS-CoV-2 irrompeu nas nossas vidas nos últimos dias de dezembro de 2019, como uma entidade biológica que representava uma ameaça à saúde e ao bem-estar humanos, dezenas de imagens referentes tanto ao vírus como à sua relação com a humanidade foram criadas por diferentes enunciadores e circularam em diferentes canais. Muitas dessas imagens - talvez as mais interessantes para a semiótica sociocultural - não eram neutras, mas carregadas de valores - uma axiologia, em termos semióticos - e moldadas por discursos e imaginários sociais pré-existentes. Exemplos desse tipo de produção textual são as imagens que apresentam o coronavírus como um ser maligno e malicioso, inimigo da humanidade, até mesmo um monstro, com o qual estamos em guerra, pois sua missão seria nos aniquilar, como nas Figuras 1 e 2.

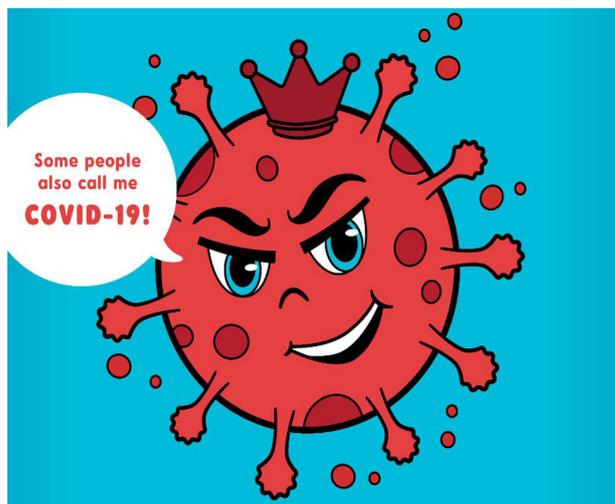


Figura 1. Fonte: Foster (2020).

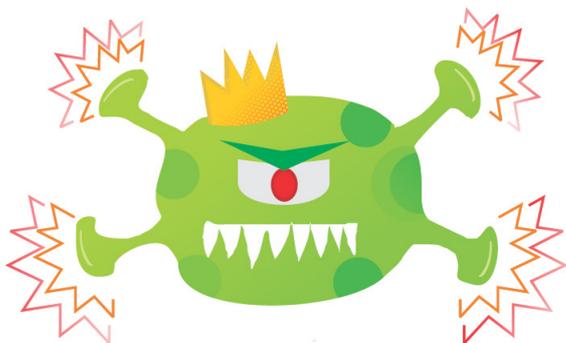


Figura 2. Fonte: <https://www.paho.org/es/documentos/virus-malvado-ninos-poderosos>

Imagens como estas circularam globalmente desde os primeiros meses de 2020 e nos anos seguintes. Devido à sua forte componente valorativa (o vírus é um agente mau) e ao seu consequente impacto ao nível afetivo (devemos ter medo dele), estas imagens são muito relevantes para uma semiótica sociocultural interessada na discursividade social (Verón, 1988). O seu estudo pode esclarecer os mecanismos produtivos que as sociedades utilizam para dar sentido à realidade, incluindo a realidade biológica (Moreno, 2020).

Porém, outros tipos de imagens, diferentes destas, povoaram a semiosfera global desde os primeiros meses de 2020. Estas imagens foram normalmente produzidas no âmbito do discurso científico e, por isso, apoiam-se numa intencionalidade científica e referencial, ou seja, numa estratégia de enunciação baseada na objetividade, na neutralidade e na procura da maior fidelidade possível do discurso visual em relação à realidade extradiscursiva, como se o primeiro fosse um espelho da segunda. Dado que este tipo de imagens foram as primeiras imagens do coronavírus a circular desde o início da emergência sanitária, elas foram muito relevantes para o modo como os seres humanos lhe atribuíram sentido, bem como a base para o tipo de construção discursiva axiologizada, como a das Figuras 1 e 2.

A partir de uma perspectiva semiótico-discursiva, este artigo aborda o discurso científico sobre o coronavírus no contexto da pandemia de Covid-19. O seu objetivo é refletir sobre alguns dos mecanismos de produção envolvidos no trabalho que os cientistas realizaram para identificar um novo vírus e torná-lo compreensível para o público em geral, tanto em termos do seu nome como da sua composição. A primeira parte do artigo apresenta brevemente a semiótica sociocultural como disciplina e em que consiste uma abordagem semiótico-discursiva. Em seguida, numa segunda seção, abordaremos a prática científica da atribuição do nome ao novo vírus e, por último, analisaremos a criação de imagens científicas, mas, também, no contexto jornalístico, para tornar visível o invisível.

## 2. A semiótica sociocultural e discursiva

A semiótica é a disciplina que se interessa pelo estudo do sentido e da significação (Marrone, 2001; Landowski, 2014; Verón, 1988). Por isso, a sua esfera de ação pode abranger desde fenómenos e objectos de natureza biológica (no ramo designado por 'biossemiótica') até outros de natureza sociocultural, ou seja, fortemente enraizados e moldados pelo discurso. A semiótica sociocultural, que é a perspectiva que utilizaremos neste artigo, centra-se nas dimensões sociais e culturais da experiência humana e, como tal, recorre a diferentes fontes (Traini, 2006).

Uma primeira fonte é o trabalho do linguista Ferdinand de Saussure, que, no seu *Curso de Linguística Geral*, propôs que a linguística, enquanto ciência do signo linguístico, fizesse parte de uma outra disciplina, a semiologia, ainda por criar, interessada em estudar a vida dos signos na vida social. A semiologia seria, assim, uma disciplina centrada na experiência humana. Ao longo dos anos, as ideias de Saussure foram desenvolvidas, nomeadamente pelo linguista dinamarquês Louis Hjelmslev, que reformulou a distinção de Saussure entre um significado e um significante como uma relação entre um plano de conteúdo e um plano de expressão, respetivamente. Esta distinção tornou-se uma marca da semiótica estrutural e, depois de Algirdas J. Greimas, da semiótica generativa, interessada no estudo do discurso. A categoria analítica de discurso é central para a semiótica sociocultural. Embora o discurso não seja um objeto de interesse exclusivo dos semioticistas, estes têm demonstrado um interesse particular em abordar a semiose e a significação com um enfoque no discurso, e não apenas nos sistemas de signos. Gianfranco Marrone define o discurso como

o conjunto de restrições socioculturais que [...] actuam sobre a linguagem, a permeiam e a reconstituem, com todo o peso das entidades consolidadas por usos semióticos partilhados e repetidos, dos estereótipos que remodelam os códigos linguísticos e que limitam a liberdade expressiva do indivíduo (Marrone, 2001: XXV, minha tradução).

Segundo esta perspectiva, o discurso é uma força social que subjaz à criação de textos, moldando-os. Na década de 1980, Eliseo Verón delineou uma semiótica social centrada no estudo dos discursos sociais e da discursividade social. Para Verón (1988: 124-133), os investigadores podem ter acesso ao discurso através do estudo de conglomerados significantes materiais que são empiricamente perceptíveis e que funcionam como as suas cristalizações.

Os semioticistas abordam esses conglomerados significantes como textos, pois são sistemas que normalmente apresentam um grau de unidade e coesão. Para Marrone (2001: XXVIII, minha tradução), “o texto é uma realidade social e cultural; a cultura é um entrelaçamento de textos; [e] a sociedade é o lugar de fluxos discursivos de diversas realidades textuais e culturais.” Esta abordagem coincide com a semiótica cultural desenvolvida por académicos como o antropólogo Clifford Geertz (1973) e, no âmbito da semiótica, Jurij Lotman (2005), para quem a cultura é um sistema semiótico que condiciona a produção e a circulação de sentido e significado.

Para aceder a esse sistema semiótico subjacente, os semioticistas têm de analisar textos e estabelecer relações entre eles. É através do estudo de textos específicos que podemos ter acesso aos códigos que moldam o discurso hegemónico numa dada semiosfera e num dado momento. A seguir, examinaremos uma seleção de textos sobre o SARS-CoV-2 criados no domínio do discurso científico. Ao fazê-lo, teremos acesso a uma parte do discurso social sobre o vírus que surgiu no âmbito da pandemia.

### 3. O batismo do vírus

Quando confrontado com uma nova entidade, o ser humano tenta fazer sentido do que é essa entidade com o objetivo cognitivo de a integrar à sua enciclopédia como conhecimento do mundo. Quando ouvimos pela primeira vez uma das palavras existentes em algumas línguas que são alegadamente impossíveis de traduzir, como *saudade* e *cafuné*, em português, tentamos compreender o seu significado para a podermos colocar na rede de conceitos que possuímos graças à nossa experiência como seres sociais e culturais.

No livro *Kant e o ornitorrinco*, Umberto Eco (1999) conta a história do primeiro encontro de Marco Polo com um rinoceronte na ilha de Java. Como Polo não sabia o que era um rinoceronte, recorreu aos seus conhecimentos enciclopédicos para dar sentido ao animal com que se confrontou. O animal tinha um corno, pelo que Polo pensou que poderia ser um unicórnio, embora ele provavelmente soubesse que os unicórnios eram criaturas mitológicas e, portanto, impossíveis de encontrar no mundo. Como Eco (1999: 57, minha tradução) argumenta, “muitas vezes, quando confrontados com um fenómeno desconhecido, reagimos por aproximação: procuramos aquele fragmento de conteúdo, já presente na nossa enciclopédia, que, para o bem ou para o mal, parece dar conta do novo facto”.

A forma como a humanidade deu sentido ao coronavírus desde os primeiros dias de 2020 reflecte esta lógica. Contudo, há uma diferença substancial entre um rinoceronte e um vírus: enquanto o primeiro pode ser diretamente percebido através dos sentidos - podemos vê-lo, tocá-lo, cheirá-lo e ouvi-lo, e até saboreá-lo -, um vírus é uma entidade invisível ao olho humano sem a ajuda de artefactos tecnológicos, como um microscópio, que nos permitem ter acesso visual a ele (Manchia, 2020). Além disso, devido à sua composição, não podemos ouvir, tocar, cheirar ou saborear um vírus. De facto, a única forma de nos apercebermos do vírus através de uma experiência direta é associando sintomas específicos a uma doença causada por ele.

A identificação de uma nova entidade como o SARS-CoV-2 - e a sua incorporação na enciclopédia como uma segmentação do domínio biológico - requer a intervenção humana. Em particular, requer o trabalho de expertos e especialistas como os cientistas, que possuem uma competência específica que pode ajudar os humanos a desenvolver a sua própria competência. Em primeiro lugar, os médicos devem ler os sintomas dos seus pacientes e ser capazes de os relacionar com algumas causas. Uma nova doença apresenta um desafio a esta tarefa baseada no reconhecimento de um código que correlaciona uma doença a alguns sintomas. A partir do momento em que os médicos identificam num doente sintomas que parecem ser causados por tal ou tal doença, propõem um tratamento para combater a doença que supõem estar a causar esses sintomas. No entanto, quando os tratamentos convencionais prescritos para a doença não funcionam, inicia-se um percurso interessante.

Esse percurso começa com uma missão cognitiva para identificar a origem da doença. Isto pode levar à identificação de um novo vírus, seguindo este princípio: “existe um novo vírus, diferente dos vírus que já conhecemos e que fazem parte do nosso conhecimento enciclopédico, e que tem tais e tais efeitos na saúde humana”. Os cientistas começam a trabalhar em conjunto com o objetivo de compreender melhor a natureza, a composição, a origem e a cura do novo vírus. Uma vez identificadas algumas das suas características definidoras, dão-lhe um nome, num ato consensual de batismo científico: “esta nova entidade viral, com tais e tais propriedades, chamar-se-á X”.

Por se basear num ato *científico* de batismo, e não numa seleção aleatória de um nome com base em preferências pessoais - como quando os pais escolhem o nome do seu bebé -, o nome que o novo vírus recebeu em 2020 não foi totalmente arbitrário, mas de alguma forma motivado. O nome escolhido para o novo vírus, “SARS-CoV-2”, baseia-se não só em algumas das suas características definidoras, mas também na história da produção e acumulação de conhecimento da humanidade, bem como nos efeitos que tem na saúde humana. Como causa uma síndrome respiratória aguda grave (*Severe Acute Respiratory Syndrom*, em inglês), os cientistas optaram por usar a sigla ‘SARS’; como é um tipo de coronavírus, escolheram a sigla ‘CoV’; e como não é o primeiro tipo de coronavírus que causa uma síndrome respiratória aguda grave que a comunidade científica conhece, usaram o número 2, como é comum nos nomes de reis e papas. Esta estratégia de nomeação também colocou o novo vírus numa série, como um novo elemento de uma coleção que já é conhecida pelos cientistas: a série de vírus SARS.

Como se pode ver, já a prática básica de nomear um novo vírus dentro do discurso científico é fortemente informada, mediada e moldada pela cultura e, com ela, pelo discurso, pois o seu nome tem origem num código que o gera com base na acumulação de conhecimento científico. Podemos ver que, embora a nomeação desta nova porção do reino biológico seja arbitrária por natureza - ou seja, a ligação entre o nome escolhido e o vírus não é necessária -, há esforços para fundamentar a nomeação em factos e mecanismos específicos que tornam essa escolha arbitrária menos aleatória, mas informada por uma lógica. Isto torna-se evidente quando se olha para a história da forma como a comunidade científica se referiu ao vírus desde a sua identificação: primeiro, era uma “pneumonia de origem não identificada”, depois “novo coronavírus”, depois “coronavírus 2” e, finalmente, “SARS-CoV-2” (Ali & Davies-Rogers, 2022).

Com o passar do tempo, os vírus tendem a mutar e a desenvolver novas cepas. A comunidade científica tem o desafio de integrar estas mutações na enciclopédia científica, incluindo a sua designação como subespécies do vírus principal. No caso do SARS-CoV-2, assistimos ao aparecimento das variedades “Delta” e “Omicron”, entre outras. Para as nomear, em maio de 2021, a OMS recorreu a letras pertencentes ao alfabeto grego como estratégia de nomeação arbitrária. A razão foi estratégica: evitar alimentar estereótipos ligados a espaços específicos onde as variantes foram detetadas, como, por exemplo, “o SARS-CoV-2 brasileiro” ou “o coronavírus africano”.

Esta estratégia de nomeação esteve atenta à questão do signifiante, como os efeitos que as letras do alfabeto poderiam ter: “de acordo com as melhores práticas da OMS para nomear novas doenças, algumas letras podem não ser usadas se causarem confusão nas principais línguas ou estigmatizarem certos grupos” (OMS, 2021, minha tradução). Manar Hammad (2021: 68) propõe que, em consequência, a identidade do vírus se alterou, pois passou a ser referido com o nome da variante como forma de o segmentar. Assim, a complexidade do vírus enquanto agente coletivo passou a ser mais visível do que quando era referido no singular: “o vírus”.

Estes primeiros esforços cognitivos para dar sentido ao novo vírus foram conduzidos pela comunidade científica. No entanto, desenvolveram-se concomitantemente fenómenos interessantes fora deste domínio discursivo, que obedece a certas regras baseadas nos efeitos de verdade que o discurso científico pretende produzir (Latour & Fabri, 1977; Bastide, 2001). Na vida quotidiana, poucos se referiam ao vírus usando o seu nome formal e científico, ‘SARS-CoV-2’, e era habitual chamarem-lhe *coronavírus* ou simplesmente *corona*, e até *coronabug*, em inglês, ou *coronabicho* ou *covicho*, em espanhol, entre outras denominações menos científicas que, no entanto, eram usadas para dar sentido a esta nova entidade, nomeando-a.

De uma perspetiva cognitiva, a segmentação do *continuum* biológico em unidades mais pequenas com base em características diferenciais e a nomeação dessas unidades mais pequenas são dois mecanismos básicos para lidar com novos agentes patogénicos como o SARS-CoV-2. Estas são, de facto, duas práticas habituais no contexto do trabalho científico e da vida laboratorial. Juntamente com eles, um terceiro mecanismo científico de interesse para os semioticistas está relacionado com o aspeto do vírus ao olho humano (Alessi, 2023; Zimmer, 2020), como veremos na próxima secção.

#### 4. As primeiras imagens do vírus

Em semiótica, ‘figurativização’ é um termo técnico utilizado na semiótica estrutural para designar o ato de tornar o discurso concreto, tangível e reconhecível (Greimas e Courtés, 2008: 185-187). Tendo em conta este critério, uma imagem pode ser figurativa ou abstracta. No segundo caso, não podemos reconhecer facilmente o que estamos a ver, como no caso das obras de arte abstractas, em que vemos linhas, formas e figuras que não podemos relacionar facilmente com nada que conheçamos do mundo. Neste sentido, Greimas e Courtés (2008) afirmam que a característica definidora da figurativização consiste em articular a dimensão da expressão de uma forma que o destinatário possa reconhecer como contendo figuras específicas.

Devido à sua natureza e finalidade, as imagens científicas estão ancoradas no lado figurativo da distinção figurativo-abstrato, pois tentam captar a realidade o mais fielmente possível, como se essas imagens fossem fotografias. Mas o discurso científico é um tipo de discurso e, por isso, implica um procedimento de apreensão da realidade em que intervêm a percepção humana e os signos. Assim, estas imagens não são cópias da realidade, mas têm uma natureza icónica, ou seja, visam produzir uma “ilusão referencial” baseada na estratégia da *iconicidade* (Greimas e Courtés, 2008: 222-223).

‘Iconismo’ é um conceito semiótico útil para abordar as imagens científicas. Charles S. Peirce propôs uma distinção entre ícones, índices e símbolos como três tipos diferentes de signos, dependendo da forma como se relacionam com o que representam. Greimas argumenta que os sistemas icónicos são normalmente descritos como diferentes dos outros sistemas de signos “porque a relação reconhecível que estabelecem entre os dois modos de ‘realidade’ não é arbitrária, mas ‘motivada’, porque pressupõem uma certa identidade, total ou parcial, entre as características e figuras do representado e do representante” (Greimas, 1989: 631, minha tradução). Esta definição implica, seguindo Theo van Leeuwen (2005: 49, minha tradução), que o signifiante “se parece em algum aspeto ou em algum grau com o significado, da mesma forma que uma fotografia de uma árvore se parece com uma árvore”.

Semioticistas, entre os quais Greimas (Greimas e Courtés, 2008) e Eco (1976), criticaram a possibilidade ou a relevância semiótica dos signos icónicos. Evitaremos a complexa discussão sobre o modo específico de produção de signos envolvido no iconismo e usaremos o termo para nos referirmos a uma estratégia de produção de imagens baseada num efeito de realidade fundado numa relação reconhecível entre o conteúdo e a expressão, tal como acontece habitualmente nas representações que procuram produzir conhecimento objetivo sobre o mundo natural e que, por isso, tendem a ser tão exactas e precisas quanto possível.

O primeiro passo necessário para dar vida ao coronavírus em imagens que possam circular na sociedade consistiu em dar-lhe uma ancoragem ou configuração material, ou seja, em torná-lo visível e reconhecível como uma entidade distinta. Dado que os seres humanos não o podem fazer sem a ajuda da tecnologia, o ponto de partida para atingir este objetivo consistiu em examinar o vírus através do microscópio. As figuras 3, 4, 5 e 6, que mostram imagens que contêm células do SARS-CoV-2 quando observadas ao microscópio, constituem um primeiro tipo de textos visuais do coronavírus como uma entidade natural distinta.

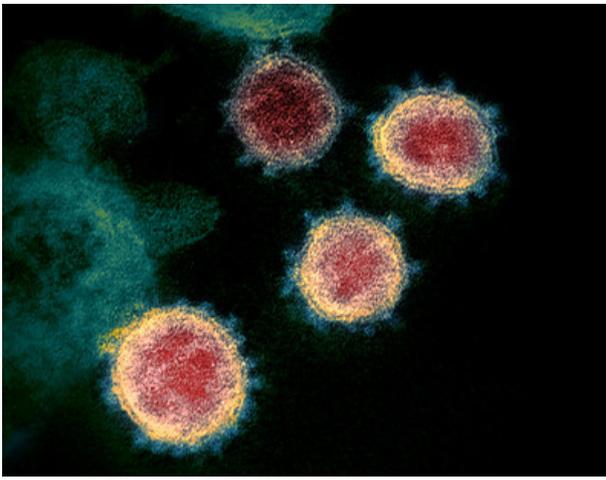


Figura 3. Fonte: US National Institute of Allergy and Infectious Diseases (NIAD), em Openverse.org

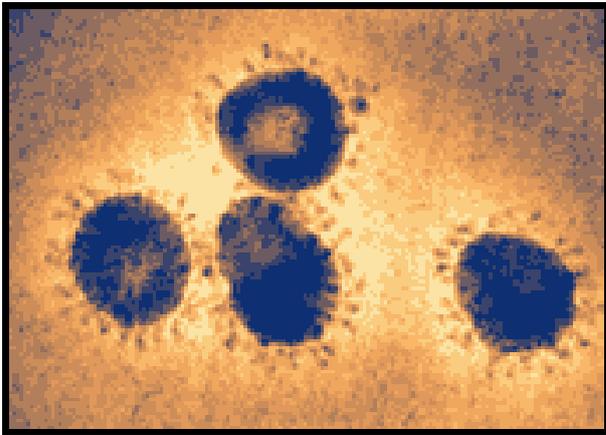


Figura 4. Fonte: <https://www.cdc.gov/sars/lab/images/coronavirus.png>

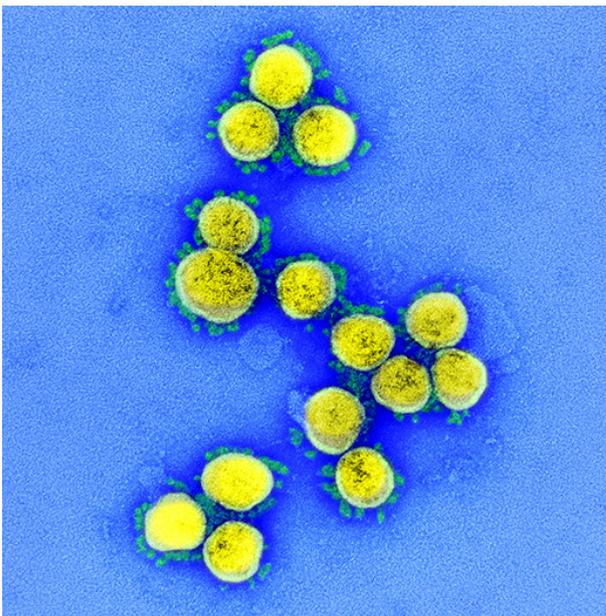


Figura 5. Fonte: <https://www.microscopeworld.com/p-4317-covid-19-under-the-microscope.aspx>

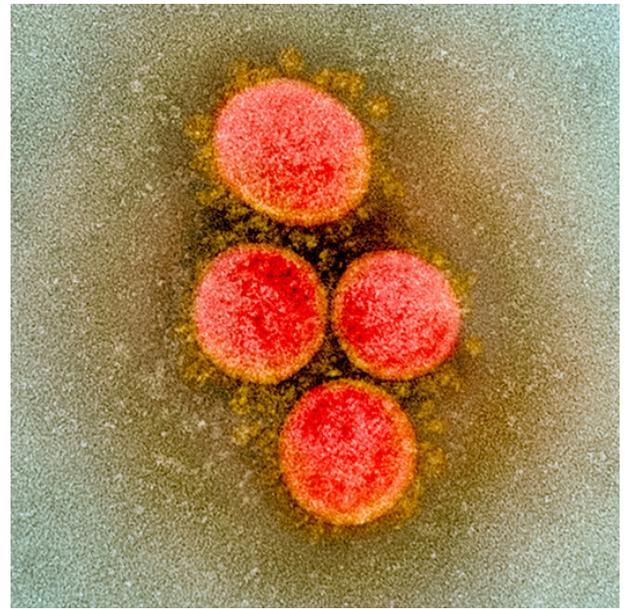


Figura 6. Fonte: <https://www.microscopeworld.com/p-4317-covid-19-under-the-microscope.aspx>

Como é visível, as quatro imagens diferem em termos de tamanho, cor, resolução e quantidade de células presentes, o que permanece inalterado é a forma das unidades presentes na imagem. Esta forma é um ponto de ancoragem crucial para a apreensão humana do vírus, pois foi precisamente com base na forma que os cientistas identificaram o vírus como um *coronavírus* e o batizaram em conformidade. A utilização do prefixo *corona*, no nome, resulta da tradução para a linguagem verbal de uma propriedade pertencente ao domínio topológico, ou seja, uma forma. Poderíamos argumentar que, se há algo que orienta a interpretação de um observador de uma determinada imagem como sendo do SARS-CoV-2, esse algo é precisamente a sua forma. Assim, um traço diferencial situado no domínio topológico - o domínio das formas - serve de ancoragem para a identificação do SARS-CoV-2 como tal. É por isso que este traço se tornou um traço definidor em representações visuais fora do domínio científico e criadas com outro alvo, como as representadas nas Figuras 1 e 2, que são fortemente axiológicas por estarem dirigidas a crianças, mas também em imagens mais neutras utilizadas para referir à pandemia de Covid-19, como as Figuras 7 e 8.



Figura 7. Logótipo criado pelo Ministério da Saúde Pública do Uruguai para identificar o seu plano nacional contra a propagação do coronavírus. Fonte: <https://www.gub.uy/ministerio-salud-publica/coronavirus>

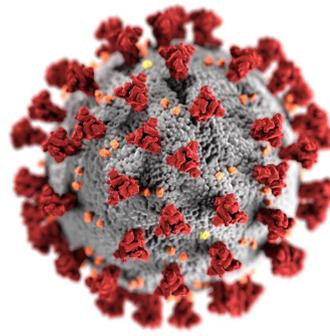


**Figura 8.** Logótipo criado pelas Nações Unidas para identificar a resposta global à COVID-19. Fonte: <https://www.un.org/en/coronavirus>

Estas imagens veiculam a unidade cultural “coronavírus” que os cientistas segmentaram do *continuum* natural através de uma inclusão no plano da expressão da sua forma - um círculo com “coroas” ou picos à sua volta - como o signo que expressa esse conteúdo. A Figura 7 é o logótipo que o Ministério da Saúde Pública do Uruguai criou para marcar o seu Plano Nacional para lidar com a pandemia. Aqui, a presença da unidade cultural “coronavírus” ocorre através da utilização de um traço que imita a sua forma, embora apenas vejamos metade da forma circular padrão com “coroas” ou picos à sua volta. No entanto, podemos interpretar essa forma como um sinal que remete para a forma do coronavírus, em parte graças ao nome do Plano, para o qual a forma funciona como uma isotopia, ou seja, uma repetição da mesma unidade semântica para reforçar o seu significado (Greimas e Courtés, 2008: 245-248). A Figura 8 é o logótipo que a Organização das Nações Unidas criou para identificar a sua resposta global coordenada à pandemia. Aqui, identificamos uma forma circular minimalista que, no entanto, se assemelha à representação icónica do vírus (um círculo com picos à sua volta), mas que inclui um mapa-mundo no centro, para acrescentar o elemento semântico ligado ao âmbito global das Nações Unidas.

Embora cada uma destas duas imagens tenha uma identidade específica que a diferencia de outros textos visuais referentes ao coronavírus, todas elas assentam num princípio de semelhança entre o texto visual e a forma real do vírus, de acordo com o modo como este pode ser visto através do microscópio. Aqui, o mundo natural, mediado pela percepção humana através de um dispositivo tecnológico, funciona como o fundamento da dimensão discursiva, com a qual se relaciona de uma forma icónica. Graças às imagens microscópicas que os cientistas produziram, surgiram alguns signos partilhados e culturalmente moldados e, com eles, imagens mentais que se tornaram a norma ou o padrão em relação ao aspeto do coronavírus. Estes signos e imagens mentais servem de ponto de referência para a criação de textos visuais de natureza diversa, como os logótipos que acabámos de analisar.

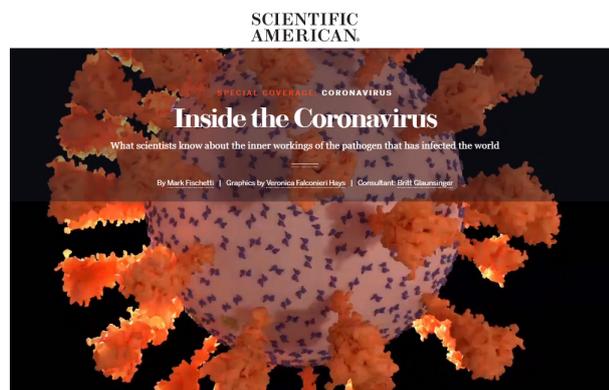
Desde os primeiros meses de 2020, os cientistas produziram muitas imagens do SARS-CoV-2. Porém, de todas as imagens icónicas existentes, se há uma que se tornou central no discurso pandémico, essa seria a criada em janeiro de 2020, antes de a pandemia de Covid-19 ser designada como pandemia, por Allisa Eckert, uma ilustradora médica do Centro de Controlo e Prevenção de Doenças (CDC) dos Estados Unidos (Figura 9).



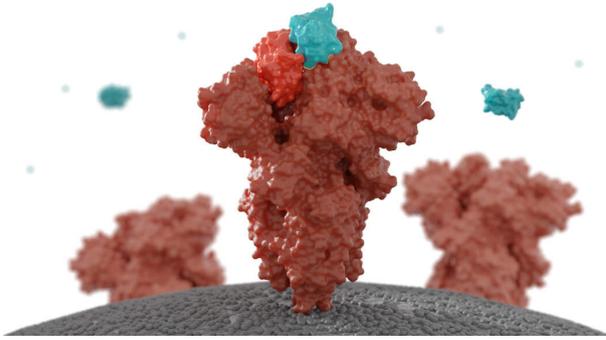
**Figura 9.** Representação visual do SARS-CoV-2 do CDC. Fonte: CDC, <https://phil.cdc.gov/details.aspx?pid=23312>

Em resposta a um pedido de criação de “uma identidade” para o vírus, Eckert e a sua equipa conceberam a conhecida imagem 3D (Giaimo, 2020), um exemplo prototípico de visualizações científicas (Homer & Plass, 2009), isso é, representações visuais que têm um valor científico e que, como tal, pretendem refletir a realidade da forma mais fiel e precisa possível, visto que o objetivo comunicativo da criação textual é construir um tipo de discurso científico. Este é o caso mesmo que estas imagens tendam a simplificar uma realidade biológica complexa.

Ao lidar com este tipo de representação de vírus, os designers técnicos podem proceder de diferentes formas. Uma opção consistiria em concentrar-se nos vectores do vírus, como fez a equipa de Eckert quando lhe pediram para dar vida ao vírus Zika, em que o foco foi posto no mosquito. Outra opção consistiria em concentrar-se nos sintomas da doença, como fez o CDC ao criar uma visualização científica do Ébola. Vírus, bactérias e outras entidades biológicas que são invisíveis ao olho humano podem ser trazidas à vida no discurso visual de diferentes formas, mesmo no domínio de um tipo de produção textual científica. Estas diferentes formas são actos de criação textual e, por isso, pressupõem uma relação entre o plano da expressão e o plano do conteúdo. Representações deste tipo circularam também nos meios de comunicação social, dado que eles também tiveram um papel importante na compreensão da natureza do vírus. Assim, imagens como as das Figuras 10 e 11 circularam nos media durante a pandemia. Trata-se de modelos que servem um objetivo cognitivo e pedagógico, informados pela ciência, mas não destinados aos cientistas. Em alguns casos, o enfoque na criação da imagem foi colocado na totalidade do vírus, como na Figura 10, enquanto noutros, foi colocado em algumas das suas características ou elementos, como na Figura 11.



**Figura 10.** Fonte: <https://www.scientificamerican.com/interactive/inside-the-coronavirus/>



**Figura 11.** Fonte: <https://www.nytimes.com/interactive/2020/health/coronavirus-unveiled.html>

Em síntese, há um interesse especial da semiótica em estudar os mecanismos utilizados para construir o coronavírus no discurso como uma entidade distinta do mundo natural. Como foi argumentado neste artigo, devido à natureza do discurso científico, estas construções textuais tendem a funcionar com base numa estratégia de iconicidade. Este tipo icônico de construção textual tem um impacto, tanto cognitivo como afetivo, na forma como percebemos o SARS-CoV-2 como parte do nosso entorno. Neste sentido, se estivéssemos a jogar um jogo como o Pictionary e tivéssemos a tarefa de desenhar o coronavírus para que os outros jogadores adivinhassem o que estamos a desenhar (sem utilizar qualquer tipo de linguagem natural, nem falada nem escrita), muito provavelmente desenhá-lo-íamos seguindo a forma de um círculo com picos à sua volta, que se tornou a representação padrão do vírus.

## 5. Conclusões

Este artigo estudou o discurso científico através de uma seleção de textos sobre o SARS-CoV-2 que cientistas e instituições científicas criaram para fins científicos e pedagógicos. Como vimos, estes textos estiveram normalmente sustentados em estratégias discursivas que produzem uma ilusão de referencialidade, com base naquilo que a semiótica estrutural chama 'estratégia de iconicidade'. Este tipo de construção discursiva é relevante para os semióticos interessados no funcionamento da ciência enquanto campo discursivo, um campo que ganha a sua especificidade e faz sentido graças à oposição com outros tipos de discursos, como os que estiveram na base de imagens destinadas a crianças que fizeram do vírus um monstro maligno, como foi assinalado na introdução. Podemos ver como diferentes tipos de discursividade social produzem diferentes tipos de textos, reconhecíveis nos traços diferenciais que os caracterizam.

Embora a dimensão cognitiva ligada de modo diferencial à ciência e as tarefas de compreender a natureza do vírus e brindar informações sobre ele sejam claramente visíveis na discursividade científica, a narratividade e o afeto, duas categorias centrais na semiótica contemporânea, também estiveram envolvidos na forma como as sociedades deram sentido ao SARS-CoV-2 no discurso. Num contexto onde as sensações de perigo e medo estiveram muito estendidas e presentes, o afeto desempenhou um papel de mediação muito importante na articulação e criação discursiva. Assim, desde março de 2020, vários textos (imagens, cartoons, murais, memes, etc.) foram criados em todo o mundo

com o SARS-CoV-2 como objeto de referência, muitos dos quais foram além do tipo de construção textual estudado neste artigo, e aproveitaram discursos sociais pré-existent, como os do inimigo, a guerra, as invasões e a figura do monstro, para moldar as representações. Embora estes textos não pertençam ao campo discursivo científico, circulem na semiosfera e têm um impacto nas nossas visões do mundo. Por isso, a sua análise permite-nos ver o funcionamento da cultura e do discurso em ação, mesmo num domínio fortemente informado pelo discurso científico.

## Referências bibliográficas

- Alessi, Flavio Valerio (2023). "La fabbricazione semiotica del Sars-CoV-2: il caso del criomicroscopio elettrico". *E|C*, 37: 202-219.
- Ali, Inayat & Davis-Floyd, Robbie (Eds.) (2022). *Negotiating the pandemic. Cultural, national, and individual constructions of Covid-19*. Oxon/Nova Iorque: Routledge.
- Bastide, Françoise (2001). *Una notte con Saturno. Scritti semiotici sul discorso scientifico*. Roma: Meltemi.
- Eco, Umberto (1976). *Trattato di semiótica generale*. Milão: Bompiani.
- Eco, Umberto (1997). *Kant e l'ornitorrinco*. Milão: Bompiani.
- Falconieri Hays, Veronica (2020). "How I Built a 3-D Model of the Coronavirus for *Scientific American*." *Scientific American*, 25/06/2020. Recuperado de <https://www.scientificamerican.com/article/how-i-built-a-3-d-model-of-the-coronavirus-for-scientific-american/>
- Forster, Victoria (2020). "There Is A Coronavirus Coloring Book Designed To Help Children Cope With The Pandemic". *Forbes*, 20/04/2020. Recuperado de <https://www.forbes.com/sites/victoriaforster/there-is-a-coronavirus-coloringbook-designed-to-help-children-cope-with-the-pandemic/#2d1676333ca5>
- Geertz, Clifford (1973). *The Interpretation of Cultures*. Nova Iorque: Basic Books.
- Giaimo, Cara. (2020). "The Spiky Blob Seen Around the World". *The New York Times*, 01/04/2020. Recuperado de <https://www.nytimes.com/2020/04/01/health/coronavirus-illustration-cdc.html>
- Greimas, Algirdas J. e Courtés, Joseph (2008). *Dicionário de semiótica*. São Paulo: Cultrix.
- Hammad, Mannar (2021). "La pandémie est une affaire d'espace". *E|C*, 31: 66-73.
- Homer, B. D. e Plass, J. L. (2009). "Expertise reversal for iconic representations in science visualizations". *Instructional Science*, 38: 256-276.
- Landowski, Eric (2014). "Sociosemiótica: uma teoria geral do sentido". *Galáxia*, 27: 10-20.
- Latour, Bruno e Fabbri, Paolo (1977). "La rhétorique de la science. Pouvoir et devoir dans un article de science exacte". *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 13: 81-95.
- Lotman, Jurij (2005). "On the Semiosphere". *Sign System Studies*, 33(1): 205-229.
- Manchia, Valentina (2020). "Mappare il virus. Strategie e pratiche di visualizzazione dei dati legate al fenomeno COVID-19". *Ocula*, 21: 1-20.
- Marrone, Gianfranco (2001). *Corpi sociali*. Turim: Einaudi.
- Moreno, Sebastián (2020). "From a Biological Entity to a Social Monster. A Semiotic Construction of the Coronavirus during the COVID-19 Pandemic". *Fuori Luogo*, 7(1): 105-115.
- OMS (2021). "Coronavirus disease (COVID-19): Variants of SARS-COV-2", 4/12/2021. Recuperado de [https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/coronavirus-disease-%28covid-19%29-variants-of-sars-cov-2?gclid=CjwKCAjw6eWnBhAKEiwADpnw-9sAabtZBsluLu6ZxI91A2-26ecgHnaZy9uoj--lrruzUdL-YAGMKRexoCPoEQAvD\\_BwE](https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/coronavirus-disease-%28covid-19%29-variants-of-sars-cov-2?gclid=CjwKCAjw6eWnBhAKEiwADpnw-9sAabtZBsluLu6ZxI91A2-26ecgHnaZy9uoj--lrruzUdL-YAGMKRexoCPoEQAvD_BwE)
- Talbot, Nicki (2020). "Corona Diaries: Branding the Spiky Blob". 10/04/2020. *Medium.com*. Recuperado de <https://medium.com/@niccitalbot/corona-diaries-branding-the-spiky-blob-b2942df2906b>
- Traini, Stefano (2006). *Le due vie della semiotica*. Milão: Bompiani.
- van Leeuwen, Theo (2005). *Introducing Social Semiotics*. Londres: Routledge.
- Verón, Eliseo (1988). *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa.
- Zimmer, Karl (2020). "The Coronavirus Unveiled". *The New York Times*, 9/10/2020. Recuperado de <https://www.nytimes.com/interactive/2020/health/coronavirus-unveiled.html>

## **Manuella Reale**

Universidade Federal de São Carlos (UFSCar)  
Brasil

# Science Communication from a Socio-Semiotic Perspective: audiovisual in the digital environment

This research explores enunciative strategies, regimes of meaning and interaction present in science communication videos on YouTube. The aim is to understand the meanings constructed and the presence of the destinator in this digital environment, examining enunciation marks shaped by the platform. It also discusses the credibility of statements and the intersection between science and common sense in science communication (Bueno, 2010; Vogt, 2012; Lewestein, 2003). The object under investigation is the Pirulla Channel, whose creator has an academic degree in zoology and no professional training in video production. The French semiotic approach (Greimas, 2002; Landowski, 2014) is used for regimes of meaning and interaction. This study looks at how the destinator uses strategies to drive the construction of meaning in order to accentuate a taste for science as an object of value.

### **Keywords**

Science Communication; Audiovisual; Meaning and Interaction Regimes; Socio-Semiotic; YouTube.

# A Divulgação Científica na perspectiva da Sociosemiótica: o audiovisual no meio digital

**Nesta pesquisa, são exploradas as estratégias enunciativas, regimes de sentido e interação presentes em vídeos de divulgação científica no YouTube. O objetivo é entender os sentidos construídos e a presença do destinator nesse ambiente digital, examinando marcas de enunciação moldadas pela plataforma. Além disso, discute-se a credibilidade dos enunciados e a interseção entre a ciência e o senso comum na divulgação científica (Bueno, 2010; Vogt, 2012; Lewestein, 2003). O objeto investigado são os vídeos do Canal do Pirulla, cujo destinator possui formação acadêmica em zoologia e não possui treinamento profissional em produção de vídeos. A abordagem da semiótica francesa (Greimas, 2002; Landowski, 2014) é trabalhada para regimes de sentido e interação. Este estudo verifica como o destinator lança mão de estratégias para impelir a construção de sentido a fim de acentuar o gosto pela ciência enquanto objeto de valor.**

### **Palavras-chave**

**Divulgação Científica; Audiovisual; Regimes de Sentido e de Interação; Sociosemiótica; YouTube.**

## A Divulgação Científica pelo viés da interação Sócio-semiótica

Observar a divulgação científica pelo viés da interação permite encarar o processo de comunicação da ciência com a sociedade como facilitador de uma percepção complexa da ciência – com foco em procedimentos, métodos e (não apenas) resultados, possibilitando espaço até para a contradição. Interagir com o campo científico é importante para o cidadão, para que este possa ter criticidade sobre as diversas informações circulantes na esfera pública.

A carga simbólica e semântica do termo interação não pode ser levada simploriamente. O paradigma da comunicação interacional foi desenvolvido na década de 1950 por Bateson, Hall, Goffman, Watzlawick, entre outros (França & Simões, 2014). Ao lançar mão da noção de *feedback* (ou retroação) para superar o estudo apenas dos efeitos sobre o receptor, e voltar-se para a reação que o receptor produz sobre o emissor, abarcando o modelo circular da comunicação em um sistema interacional. Nesse prisma, a comunicação é um processo de interação no qual significados são produzidos e compartilhados pelos interlocutores em um contexto.

A interação é um processo comunicacional entre interlocutores configurado como uma possibilidade de superar a incomunicabilidade do *duplo vínculo* – mensagens paradoxais de duplo sentido – dentro de um contexto para chegar ao comunicativo (Bateson, 1987, p. 276). Tal superação supõe um aprender a aprender. Neste paradigma, há um avanço do receptor passivo da teoria da agulha hipodérmica ao sujeito cognitivamente ativo que interpreta ambiguidades. Para produzir conhecimento, é fundamental a existência da diferença no processo comunicacional em que se percebe uma brecha para um novo aprender, uma nova relação não pensada anteriormente. Ao trabalhar com a passagem de sistema fechado para aberto entrópico, Bateson (1993) traz a contradição para dentro do processo comunicativo. Ele chama atenção para a capacidade de associar significados incomuns, por exemplo, com a utilização de metáforas e outras figuras de linguagem.

Quando há maior troca com o ambiente, a riqueza informacional aumenta, assim como sua instabilidade e complexidade. Tal adaptação ao ambiente amplo, extenso e aberto exige calibragem do indivíduo e interação cognitiva e sensível. O duplo vínculo supõe interação no ambiente, pensar contextualmente para ler nas entrelinhas. Comunicação não depende dos meios tecnológicos, mas das articulações de vida do ambiente, ela exige uma troca intersubjetiva. Exige uma subjetividade comum, já que os sujeitos precisam estar disponíveis a serem afetados. Entramos, enfim, em uma desconfortável areia movediça para ciência: trabalhar na contradição.

Para uma formulação semiótica da interação, partimos da proposta do segundo tomo do Dicionário de Semiótica (Greimas & Courtés, 1991). É reconhecido pelo autor, a priori, que a pragmática norte-americana se preocupa com o fazer do sujeito. A semiótica, todavia, reconhece as condições prévias desse fazer, pois todo ato é antecedido por um querer, poder e/ou saber fazer, considerando a competência cognitiva dos sujeitos. A modalização (muitas vezes desigual) entre o fazer dos sujeitos, “dá lugar a operações cognitivas particulares entre eles e especialmente ao exercício, de ambos os lados, de um *fazer persuasivo* e um *fazer interpretativo*” (Stockinger, 1991, p. 141-142), adentra-se

no regime da manipulação, portanto. Nas manipulações modais e cognitivas os “sujeitos – e modalizados – tratam de persuadir-se e interpretar-se mutuamente” (Stockinger, 1991, p. 142). Visto que:

Toda interação deve ser interpretada como sucessão de desequilíbrios modais, busca de um reequilíbrio modal e retorno ao equilíbrio dos sujeitos participantes. Dito de outra maneira, a interação frente a frente é a transformação mútua e sucessiva (insistimos nesta forma dinâmica de interação) da competência modal e cognitiva dos sujeitos postos (Stockinger, 1991, p. 142-143).

Em avanço à discussão, Landowski (2014) reconhece que a semiótica narrativa tradicional considera a interação enquanto programação (embasada na regularidade) ou manipulação (firmada na intencionalidade). É proposto, em seguida, um desdobramento da semiótica greimasiana rumo a outros regimes de interação a fim de entender a complexidade nas diversas maneiras pelas quais destinador e destinatário criam sentidos, os regimes de ajustamento (pela sensibilidade) e acidente (pela aleatoriedade). Tais maneiras de encarar a interação entre sujeitos “é, antes de mais nada, dar conta da complexidade inerente a nossos objetos, das ambivalências das motivações, da instabilidade das situações e das reviravoltas dos processos” (Landowski, 2016, p. 212). Veja-se a noção de enunciador/enunciário:

O enunciário não é apenas destinatário da comunicação, mas também sujeito produtor do discurso, por ser a “leitura” um ato de linguagem (um ato de significar) da mesma maneira que a produção do discurso propriamente dito. O termo “sujeito da enunciação”, empregado frequentemente como sinônimo de enunciador, cobre de fato as duas posições actanciais de enunciador e de enunciário (Greimas & Courtés, 2008, p. 171).

No regime de programação as posições dos sujeitos são fixas, o discurso é mecanizado e não há construção de novos sentidos. Os principais atributos desse regime são a previsibilidade e a circularidade. O regime de manipulação (ou melhor, estratégia) é guiado pelo destinador a fim de convencer o destinatário a entrar em conjunção ou disjunção com o objeto. Neste fazer entre sujeitos o objeto é um todo de significação, tanto para o destinador quanto para o destinatário, acarretando produção de sentido nos dois polos. Trata-se de uma interação guiada pela capacidade de sedução do primeiro e da cognição do segundo, onde aquele reconhece este enquanto sujeito competente – trazendo uma perspectiva mais equilibrada para a produção do sentido, pois ambos os sujeitos são necessários e têm espaço na construção do sentido. O destinador reconhece que o destinatário é um sujeito volitivo e mede suas ações para tentar fazê-lo querer fazer algo. Sobre o regime da manipulação ou estratégia, Oliveira asserta:

O enunciador guia o enunciário que vai re-operar as indicações a partir de marcas que o primeiro lhe deixa mais ou menos explícitas. O enunciador e o enunciário estão em patamares diferenciados em termos de seu saber e poder decodificar o sentido. Com essa hierarquização, o enunciador comanda a enunciação e faz ser o sentido, cabendo ao enunciário o ato de decodificar as marcas deixadas pelo primeiro no discurso e, correlacionando-as, esse pode reorganizar o sentido que lhe foi mostrado. Observa-se que o fazer do enunciário é determinado por uma série de atos de coerção de sua presença na interação regida pelos atos do enunciador que visa assegurar a produção do sentido dado. (Oliveira, 2013, p. 243)

Apesar de ser mais aberto, ainda há no segundo regime uma discrepância entre um sujeito e outro, o destinatador age sobre o destinatário. No terceiro regime, o ajustamento, ambos os sujeitos atuam juntos, estão em pé de igualdade na interação. Há, assim, uma relação recíproca fomentada pela sensibilidade de sentir junto. Ao sair da dimensão inteligível dos regimes de programação e manipulação nos quais procura-se o “ter sentido”, adentra-se “fazer sentido” sensível. Neste, o sujeito é “ator ao mesmo tempo, esteticamente apto a perceber o mundo e modalmente competente para lhe atribuir sentido” (Landowski, 2014, p. 53). Por fim, a aleatoriedade comanda o regime do acidente e faz o oposto da programação: aqui nada é previsto e o sentido é sempre novo.

Como somos “fadados” ao sentido, qualquer fenômeno pode ser lido e observado enquanto interação — desde a ebulição da água até a conversa de boteco. Apesar de o espaço digital ser programado com botões e áreas para digitação específicas, ao escolher um ambiente midiático no qual qualquer informação é inserida com uma intencionalidade, visivelmente estacionamos mais no regime de manipulação do que qualquer outro. E esse “estacionar” em um regime não é gratuito, já que Landowski (2016) ressalta o quanto um regime está imbricado no outro, como se fossem viadutos interligados. Inclusive o autor defende que mesmo a manipulação ser mais ligada à racionalidade e o ajustamento à sensibilidade, suas definições não podem ser simplificadas. Caso contrário, estaríamos enviesando as análises a fim de enquadrar categorias, ao invés de empregar suas relações complexas. Logo, os regimes são relacionados conforme o agir dos actantes.

Ao propor dar ênfase às interações, pode-se encarar a noção de divulgação científica como parte da:

Abordagem contextual que vê a geração de um novo conhecimento público sobre ciência muito mais como um diálogo em que, enquanto cientistas podem ter os fatos científicos a sua disposição, os membros do público envolvidos têm conhecimento local, e interesse, nos problemas a serem resolvidos (Burns, O’connor & Stocklmayer, 2003, p. 195).<sup>1</sup>

Será necessário pensar contextualmente a relação entre sujeitos. Sem os polos opostos de emissor-receptor, agora fala-se de sujeitos atuantes e não passivos. Acreditamos na comunicação como processo que gera uma cultura, como articulação da alteridade, invocando uma subjetividade social. Hipoteticamente seria formada uma cultura científica na qual há troca constante e conversação, nunca mera transmissão.

Interagir com a ciência é mais do que “comprar” a ciência mercadoria, mas ver como o método científico acontece, como a ciência pensa. Tal interação demanda saber duvidar e questionar criticamente qualquer conhecimento dado, seja ele uma fórmula matemática ou a noção de tempo-espaço. Carl Sagan já nos alarmava “Se comunicarmos apenas as descobertas e os produtos da ciência — por mais úteis e inspiradores que possam ser — sem ensinar o seu método crítico, como a pessoa média poderá distinguir a ciência da pseudociência?” (Sagan, 2006, p. 40).

1 Tradução própria. Texto original: Part of the contextual approach that sees the generation of new public knowledge about science much more (as) a dialogue in which, while scientists may have the scientific facts at their disposal, the members of the public concerned have local knowledge of, and interest in, the problems to be solved.

A ciência complexa está diretamente relacionada à interação fundamentada no intercâmbio para compartilhamento e compreensão. Insistir, portanto, na descontinuidade e nos mal-entendidos (presentificados nas metáforas e analogias), que são, ao mesmo tempo, o símbolo da incomunicação e sinal de busca pela coabitação. Tal processo supera o caráter transmissivo/informativo para o dialógico/interativo.

Edgar Morin diz que “conhecer e pensar não é chegar a uma verdade absolutamente certa, mas dialogar com a incerteza” (Morin, 2003, p. 59). A ciência em interação exige um processo que envolve diferentes grupos e abordagens distintas. Não que tal prática seja a solução para a falta de complexidade indicada pelo autor, mas acreditamos ser um passo válido na aproximação entre os diversos modos de ver, conhecer e entender o mundo. E é com essa noção em mente que iluminamos o corpus, indagando até onde vai tal interação. Os sujeitos tentam estabelecer um terreno comum e equilibrado de interação? Qual noção de ciência é incentivada?

### Procedimento de análise

O escopo teórico da sociosemiótica, por meio do percurso gerativo de sentido, estrutura a construção da significação em níveis a fim de navegar pela construção de sentido na enunciação. O nível discursivo (mais superficial e expressivo) é a concretização da narrativa em discurso por meio das categorias sintáticas de ator, tempo e espaço e articulação semântica por temas e figuras. O programa narrativo, encontrado no nível intermediário, é constituído por pela busca do objeto de valor, na transformação do percurso dos sujeitos. Já o nível mais abstrato e simples, chamado de fundamental, reconhece os valores investidos e os situa em uma posição eufórica ou disfórica.

Deve-se observar a articulação entre o plano do conteúdo — “onde a significação nasce das variações diferenciais graças as quais cada cultura, para pensar o mundo, ordena e encadeia ideias e discurso” (Floch, 2001, p. 9) — e o plano da expressão para rastrear as estratégias enunciativas. A análise sintática considera a posição sintagmática do texto, enquanto a semântica investiga o eixo paradigmático (investimento de valor). A investigação trabalha na apreensão por contraste, ou seja, procura marcadores de usos que geram isotopia (pontos recorrentes no texto).

Tal modelo deve servir não como caixas firmes a serem preenchidas pelo objeto estudado, pelo contrário, deve ser uma lupa que permite simplesmente olhar melhor o objeto para poder descrevê-lo e analisá-lo em seu próprio contexto. Deve ser “uma simples fonte de luz, ou seja, um modelo *stricto sensu*, vazio de conteúdo e sem outra função que a simplesmente heurística (Landowski, 2001, p. 24). Trabalhar em cima deste modelo não é usá-lo como “grade de interpretação” a ser preenchida de acordo com sentidos já fixados, mas sim como “instrumentos heurísticos” a serem utilizados reconhecendo que nenhum objeto tem sentido prévio (Landowski, 2001, p. 23).

Sobretudo, a semiótica tem caráter prospectivo na procura do *devoir do sentido*. Greimas aponta “a abordagem gerativa, o remontar às nascentes do fenômeno, desemboca aqui na decomposição completa do que inicialmente foi percebido como uma totalidade constituída” (Greimas, 2002, p. 51).

Não é possível (nem objetivo do presente trabalho) transcrever todos os elementos dos objetos audiovisuais a serem analisados, portanto, será apresentado um roteiro resumido, com a descrição dos elementos regulares nos diversos vídeos de cada canal, para servir de abertura da análise e também facilitar a compreensão do leitor que não tem conhecimento do vídeo referido. A priori, observaremos o plano da expressão com as linguagens (verbal, visual, sonora e gestual) e seus formantes (eidético, cromático, topológico, cinético, etc). Posteriormente vale notar o plano do conteúdo, a partir da tematização e figurativização. Por fim, tentaremos rastrear os regimes de sentido e de interação.

Distingue-se que a produção audiovisual, por definição, constitui expressão sincrética, ao articular diferentes linguagens (reúnem-se os formantes verbal, visual, gestual, cinético e sonoro) que cooperam na presença junto ao enunciatário. O audiovisual é um texto sincrético por natureza justamente por, em enunciação única, lançar mão de várias linguagens e constituir um todo único de significação. “Essa enunciação constitui uma estratégia global de comunicação, que se vale de diferentes substâncias para manifestar, na textualização, um conteúdo e uma forma da expressão” (Fiorin, 2009, p. 38)

Embora não possam ser consideradas como instâncias codificadas dentro da “gramática” audiovisual (decupagem clássica), as categorias rítmicas produzem efeitos globais de aceleração e desaceleração, tensão e relaxamento, harmonia e desarmonia, entre outros. Incorporados aos demais procedimentos de textualização, tais efeitos participam da construção de uma dimensão mais sensível do sentido. Constroem, sobretudo, sensações que sobredeterminam categorias no plano do conteúdo, contribuindo para nos fazer sentir aquilo que a sintaxe e semântica discursivas, antes de mais nada, nos fazem saber (Fechine, 2009, p. 359).

Como todo texto sincrético, o audiovisual exige a descrição dos elementos que baseiam tal sincretização a partir das linguagens identificadas em cada manifestação. No audiovisual a articulação no plano da expressão acarreta diferentes “sistemas semióticos como o imagético, o verbal, o escrito, o gestual, o videográfico, assim como na substância/matéria da expressão sonora encontramos manifestações como a música, a fala, os ruídos” (MEDOLA, 2009, p. 407). Na análise de textos sincréticos deve-se identificar os elementos que são capazes de convocar simultaneamente ao menos duas ordens sensoriais (visão e audição) (Fechine, 2009, p. 347). Além disso, é proposto um olhar profundo sobre o texto a fim de extrair tal somatização (e por que não complexificação?) no plano do conteúdo.

## O Canal do Pirulla

O Canal do Pirulla foi criado por Paulo Miranda Nascimento, o Pirulla, e trata de diversos assuntos. Ele não se propõe a ser estritamente científico, pelo contrário, trata também sobre política e religião. O canal faz parte da rede *Science Vlogs Brasil* e está na categoria Educação do YouTube Educação.

Paulo é graduado em biologia pela Universidade Presbiteriana Mackenzie, mestre e doutor em Zoologia pela Universidade de São Paulo (USP). Tem foco na área de Zoologia, com ênfase em Répteis, e também nas áreas de Paleontologia e Evolução. Apesar de sua formação cientí-

fica, seus títulos não são comentados nas informações disponíveis do canal. Inclusive, há um vídeo intitulado “Você me conhece?” que elenca as temáticas abordadas no canal, sem citar dados curriculares ou titulações.

Em 2023, contabiliza mais de um milhão de inscritos e 129.880.912 visualizações. Mantém ativas as contas nas redes do Facebook, Twitter e Instagram. Na descrição é possível encontrar: “Canal voltado às coisas que mais me interessam: ciência, religião e evolução.” É possível ver os vídeos divididos por temas nas *playlists*. São elas:

- Ateísmo / Religião
- Ciência / Ceticismo
- Ciência / Divulgação científica / novidades científicas
- CIÊNCIA NO BRASIL
- Collabs
- Criacionismo (#Pirula 19)
- CROCODILOS
- Debates sobre educação e ensino
- Desarmamento (#Pirula 116)
- DINOSSAUROS
- ENTENDA EVOLUÇÃO
- História da Irlanda
- Mente descontínua
- P.C.R.Evo - Principais Confusões com Relação à Evolução (#Pirula 127)
- PALEONTOLOGIA
- PERGUNTE AO ATEU
- Polêmicas ambientais
- Reconstruindo (ou explicando) crânios
- VACINAÇÃO!
- Viagens (#Pirula 51)
- ZIKA

É perceptível uma boa parte das produções com enfoque científico, contudo também são discutidas temáticas políticas e religiosas — ressaltando o caráter pessoal do canal no qual uma pessoa ligada à ciência também expõe suas visões sobre outros campos de interesse. Não indica nenhuma regularidade precisa de postagem.

A maioria dos vídeos é filmada no próprio quarto do autor, com algumas exceções de quadros encenados ou viagens. O enquadramento do vídeo mantém-se o mesmo do início ao fim, quase simulando uma longa conversa por vídeo transmissão. A abertura de todos os vídeos inicia com o bordão “Olá pessoas, esse é mais um vídeo meu aqui na internet”. Desde esse momento a aspectualização, pela proxêmica, verbal e visual, é instalada no *aqui* e *agora*. A fala no presente e o olhar direcionado diretamente para a câmera aproxima o destinatário e acarreta um efeito de proximidade.

Não é possível traçar um formato de roteiro muito específico, apenas se percebe uma estrutura mínima:

- Bordão de abertura
- Introdução do tema
- Vinheta de abertura
- Conteúdo exposto como conversa informal
- Despedida “É isso aí, um abraço e falous [sic]”

Será considerado mais atentamente o vídeo “Dinossauros - o que mudou em 24 anos (#Pirulla 208)”. No tema, há a somatória de dois motes: (a) o *unboxing*<sup>2</sup> de ovo de páscoa contendo como brinde um álbum de figurinhas sobre (b)

<sup>2</sup> *Unboxing* é um tipo de vídeo feito diretamente para abrir e demonstrar produtos novos.

dinossauros em e comparando-os com o mesmo álbum lançado 24 anos antes, sob o ponto de vista das mudanças científicas entre os dois períodos. O próprio autor brinca, ser um “vídeo cheio de jabá (...), mas também um vídeo cheio de dinossauro” já localizando a negatividade acerca da publicidade (aqui versada na sua grafia popular como jabá) e o lado positivo do assunto dos dinossauros, oposição marcada pela conjunção coordenativa adversativa “mas”.

O cenário desfocado é composto pelo próprio quarto do autor, com um exagero de itens ao fundo sem a possibilidade de haver grande respiro visual. Este apresenta uma televisão, um armário e diversos livros empilhados em quase toda superfície disponível do aposento. É possível perceber que a iluminação é feita de maneira natural por uma janela sugerida na exterioridade do plano. A maioria dos vídeos é diurna, com iluminação natural lateral, o que super-expõe parte da face do interlocutor. Como mencionamos, a filmagem é feita sem interrupção e sem mudança de plano — indício do amadorismo do vídeo, ponto também reforçado pela câmera em foco automático e com a exposição automática<sup>3</sup> da luz. Quem filma no modo automático não consegue fazer grandes ajustes para correção de cor. Também não é perceptível a utilização de câmera profissional de alta performance, por haver constantes desfoques. Não é possível saber até que ponto é uma despreocupação com a filmagem, ou uma escolha de filmar caseiramente para (somada ao conteúdo) criar a sensação de proximidade com o universo familiar do destinatário. Durante a explicação da espécie *Baryonyx* nota-se um erro de edição (11:45) na transição entre a imagem em tela cheia do fóssil para a imagem de Paulo onde se percebe um frame de outro vídeo. Outro momento em que demonstra a dificuldade com o manuseio do equipamento de filmagem é durante a tentativa de mostrar a figurinha do *Shonisaurus*. Apesar de afirmar que vai “tentar fazer um foco mais legal pra [sic] vocês verem”, a ilustração permanece desfocada quando a aproxima da câmera.

No enquadramento é possível perceber Pirulla não ter tanto espaço para gesticulação, diferente de uma vídeo-aula que geralmente apresenta um plano aberto enquadrando um professor e um objeto (quadro ou televisão) contendo o material explicativo. O plano fechado provoca a enunciação no *aqui e agora*, com o enunciador olhando diretamente para a câmera (o destinatário) durante todo o vídeo. Sem interrupções, a fala permanece em primeira pessoa, facilitando a conversa mais íntima. Ao sentar-se na mesma posição de quem utiliza o computador, gera o efeito de que enunciador e enunciatário estão em posição de equivalência. Por não estar de pé, nem projetar seu corpo para a frente, ele difere-se gestualmente de um indivíduo autoritário. O enquadramento e os componentes do cenário não remetem diretamente a nenhum tema especificamente científico. Este é o caso em que encontramos a maior similaridade visual com os vídeos pelos quais o YouTube é mais conhecido, os *vlogs*:

*Videoblogging*, ou “*vlogging*”, é uma forma popular do conteúdo criado por usuário e é fundamental para o senso de comunidade do YouTube. Tipicamente é estruturado principalmente em torno de um monólogo dado diretamente para a câmera, *vlogs* são caracteristicamente produzidos com pouco mais do que uma

webcam e alguma edição alegre. O assunto varia de debate político racional para os detalhes mundanos da vida cotidiana e comovidas reclamações sobre o próprio YouTube. O *vlogging* em si não é necessariamente novo ou exclusivo do YouTube, mas é uma forma emblemática da participação do YouTube. A forma tem antecedentes na cultura de webcam, blogs pessoais e a, mais difundida, cultura confessional que caracteriza talk shows televisivos e reality shows focados na observação da vida cotidiana. Em nosso estudo, os *vlogs* dominaram a amostra, compondo 40% dos vídeos Mais discutidos e pouco mais de um quarto dos vídeos Mais Respondidos (BURGESS e GREEN, 2009, p. 94)<sup>4</sup>.

Em relação à sonoridade, é possível distinguir a gravação de som feita por equipamento externo à câmera (possivelmente um gravador) por haver clareza em sua voz e uma boa relação sinal/ruído. Esta escolha indica a atenção com a captação de sua fala. Não é feita a adição de trilha de fundo ou efeitos sonoros, gerando um efeito de sentido de sobriedade e objetividade.

A edição também é rudimentar, pois não faz calibração de luz, áudio ou cor. A pós consiste basicamente em cortar pontos na fala repetitivos ou errados, e adicionar imagens (de fontes externas) em tela cheia para ilustrar algo dito. A edição não foca na estética, leia-se cinematográfica, é norteadada apenas pelo conteúdo verbal. Tanto a filmagem quanto a edição não se fazem esconder, seja pela mudança constante de exposição de luz da câmera (por seu modo automático) quanto pelo corte seco sem qualquer diluição por adição de efeitos de transição. Há falta de especialização na linguagem audiovisual e de rigor de filmagem. O vídeo transmite a sensação de amadorismo, sobrecarregando o foco ao plano do conteúdo. Não se evidencia diferença drástica de aprimoramento da linguagem audiovisual desde o início das postagens.

É possível perceber não haver um roteiro fechado. Infere-se no máximo uma organização prévia sobre os assuntos a serem abordados, mas não há frases exatas — justificando a duração do vídeo. Com a média de 30 minutos, o canal recaiu no rótulo *grande* no gráfico 2 que representa apenas 7% dos canais observados. Isto já posiciona o destinatador no costume de fazer materiais não mastigados; visto que, em uma primeira observação, os vídeos não são rápidos e simplificados, como muitos dos canais observados na fase exploratória desta pesquisa. Não parece haver preocupação quanto ao ritmo do audiovisual para internet ser mais rápido e com mais cortes. Pirulla, inclusive, é conhecido pela extensão de seus vídeos.

Mesmo com o tempo demasiado, é possível notar uma tentativa didática de explicação nos momentos em que são apontadas semelhanças com animais não-extintos a fim de ajudar na compreensão tanto da funcionalidade de certas partes do corpo do dinossauro como para mostrar relações de ancestralidade com esses animais contemporâneos.

4 Tradução própria. Texto original: Videoblogging, or “vlogging,” is a dominant form of user-created content, and it is fundamental to YouTube’s sense of community. Typically structured primarily around a monologue delivered directly to camera, vlogs are characteristically produced with little more than a webcam and some witty editing. The subject matter ranges from reasoned political debate to the mundane details of everyday life and impassioned rants about YouTube itself. Vlogging itself is not necessarily new or unique to YouTube, but it is an emblematic form of YouTube participation. The form has antecedents in webcam culture, personal blogging and the more widespread “confessional culture that characterizes television talk shows and reality television focused on the observation of everyday life. In our study, vlog entries dominated the sample, making up nearly 40 percent of the videos coded Most Discussed and just over a quarter of the videos coded Most Responded.

3 Neste tipo de exposição a entrada de luz é regulada automaticamente para evitar que os brancos estourem e ocorra perda de informação.

É utilizada poucas vezes a estratégia de inserir materiais externos a fim de proporcionar uma mudança no ritmo da narrativa. Brevemente, ao tratar da possível função do crânio espesso de uma espécie de dinossauro (a *Pachycephalosaurius*), insere um vídeo da National Geographic TV de cabritos monteses batendo suas cabeças uma conta a outra como forma de disputa a fim de comparar este animal contemporâneo à espécie. Por não haver muitos materiais extras, a linguagem desenvolvida é mais difícil de ser acompanhada, desenhando um perfil de destinatário mais atento.

Dois indicações são feitas no início do vídeo: para uma marca de camisetas sobre temáticas científicas e para a palestra, já apresentada anteriormente na cidade de São Paulo, “A ciência só está certa quando concorda comigo” a ser realizada em Curitiba. O fato de a palestra haver sido realizada antes já indica a existência de uma sanção positiva dos destinatários. Embora Pirulla seja cientista, ele interage com a ciência não só na prática de vida (pela produção de suas pesquisas), mas também como bem de consumo ao vestir a camiseta e ao consumir o álbum de figurinhas.

Não há nenhuma citação direta de que o destinador possui titulação na área comentada, porém, há diversas estratégias que reiteram seu conhecimento prévio sobre o assunto e familiaridade com o tema. A saber: possuir o álbum anterior, ter visto pessoalmente um dos fósseis do *Protoceratops* no Museu Americano de História Natural, estudar dinossauros há muito tempo, lembrar despretensiosamente o que a ciência dizia na época e, inclusive, ser capaz de comentar as teorias que “pegaram” e as que não (nesse ponto vejamos quando ele aponta um equívoco no livro *Jurassic Park* por conta do autor ter seguido uma hipótese científica da época que posteriormente foi contestada).

É lançada a pergunta central: “Em 24 anos, será que mudou alguma coisa na concepção que a ciência tem dos dinossauros comparado ao que tinha antes?”. O que já indica uma futura debreagem para os paleontólogos de cada período. Aqui, a posição do destinador já vai de encontro com a divulgação científica que só apresenta resultados, e já indica que o vídeo fomentará a percepção crítica da ciência com observação das mudanças entre as épocas. Ele diz que recebeu o ovo de páscoa que é a reedição de uma versão lançada em 1993, cujo exemplar ele conseguiu encontrar em suas coisas.

A escolha por fazer um *unboxing* demonstra que Pirulla tem conhecimento da linguagem da plataforma, pois esse tipo de vídeo é popular em diferentes nichos (eletrônicos, livros, maquiagens, etc). Pode-se apreender que o enunciador trata os vídeos de *unboxing* de forma satírica. No momento em que cita que irá fazer o *unboxing* há uma risada relacionada a esse fato junto ao agradecimento à empresa que enviou o ovo por ter sido lembrado, “afinal de contas, estudei a vida inteira esses bichos aqui”. Aqui encontra-se um movimento de duplo sentido: distanciar-se de canais voltados à abertura de produtos diversos e posicionar-se como perito em dinossauros. Este segundo é evidenciado por toda a narrativa em diferentes formas e, apesar de não mencionar nenhuma titulação, sempre tem várias marcas reiteradoras no enunciado sobre o grau avançado de conhecimento sobre o assunto. Paulo cita outros dinossauros que não estão na coleção e indica erros nas figuras (como a falta de penas em algumas espécies). Ao mesmo tempo em que se responsabiliza em não afirmar categoricamente informações por ele e afirma abertamente quando a ciência não possui um consenso sobre o assunto.

Apresenta uma noção positiva sobre a ciência, mas não ingênua. Defende a capacidade de os cientistas descobrirem novos dados sobre os dinossauros e enfatiza “não se preocupem que uma hora a ciência acha”. Simultaneamente, reconhece teorias uma vez ditas como corretas 24 anos antes, já desbancadas hoje em dia por novas descobertas. Tal reconhecimento é capital para a noção contemporânea de ciência complexa e suas constantes rupturas paradigmáticas — defesa justa de quem está envolvido diretamente com o processo científico. É possível notar sua proximidade com o meio científico, por exemplo, quando ele observa e reconhece quem fez a consultoria para as informações atualizadas sobre dinossauros, a pesquisadora Maria Claudia Malabarba. Inclusive propõe sua contribuição caso precisem de consultoria paleontológica.

Vale ressaltar que os traços distintivos de um especializado no assunto não o põem como destinador autoritário em uma estratégia verticalizada. Pelo contrário, em diversos pontos reconhece irregularidades na competência do seu saber e reforça o desejo de o vídeo poder ser algo interessante a quem o assiste — e não uma transmissão de informação a sujeitos incompetentes.

Ao inserir termos específicos naturalmente em sua fala, o destinador reconhece no destinatário a competência modal cognitiva de poder saber para acompanhar as diversas informações citadas sobre os dinossauros. Evidente durante o comentário sobre o *Shonisaurus* (apesar de pertencer à mesma classe dos dinossauros, é de ordem diferente) ser uma convergência adaptativa com os golfinhos. Neste momento, aproveita para sugerir um aprofundamento no assunto em um vídeo anterior sobre Cladística (Sistemática Filogenética). Do mesmo modo, há outros apontamentos para conteúdos mais específicos, tanto para outros canais no YouTube quanto para outras redes ou publicações, como para um vídeo em que comenta sobre o dinossauro *Protoceratops* no canal *Bláblálogia* ou mesmo para uma foto publicada recentemente em seu perfil do Instagram de um crânio original do *Pachycephalosaurius*.

Percebem-se várias informações na descrição do vídeo: indicações para suas outras redes sociais (Twitter, Facebook e Instagram), um agradecimento à marca que enviou o ovo de páscoa, a loja para compras das camisetas e o site para aquisição do ingresso de sua palestra. Além disso, são sugeridas as fontes científicas acerca das informações apresentados no decorrer do vídeo.

Artigo que revelou novos esqueletos do *Spinosaurus*, e sugeriu que tivessem pernas traseiras curtas (o que eu duvido):

<http://science.sciencemag.org/sci-hub...>

Vídeo do *blablalogia* sobre mitologias:

<https://www.youtube.com/watch?v=jeMIS...>

Estudos sobre a função do crânio grosso de *pachycephalosaurius*:

<http://journals.plos.org/plosone/arti...>

<http://www.sci-news.com/paleontology/...>

<http://www.le-monde-des-dinosaures.ne...>

Meu vídeo sobre cladística:

<https://www.youtube.com/watch?v=SAoFk...>

Sobre o *Cearadactilo*:

[http://brianandres.myweb.usf.edu/The\\_...](http://brianandres.myweb.usf.edu/The_...)

Sobre penas na família do *Oviraptor* (e outras):

<http://vertebrates.si.edu/herps/herps...>

<http://www.nature.com/sci-hub.tw/natu...>

<http://www.nature.com/sci-hub.tw/natu...>

<http://www.nature.com/sci-hub.tw/natu...>

Vê-se tanto a indicação de artigos para fortalecer os argumentos defendidos, como também de artigos criticados no vídeo — mais uma forma de reconhecer a capacidade crítica dos sujeitos de irem à mesma fonte de estudo e tirar suas próprias conclusões. Esse perfil de usuário não vai compartilhar ou crer em qualquer informação, há um critério maior: o valor da criticidade encontra-se no enunciado. No número de argumentos trazidos, é montada a figura da profundidade do conhecimento. Alguns comentários também fazem o sentido inverso: os próprios usuários sugerem artigos sobre o tema.

Consideramos a sugestão de conteúdos adicionais como uma oportunidade para cultivar um apreço subjetivo pela fruição científica. Tal cultivo se dá, cognitivamente, pela sanção positiva dos destinatários. Além disso, também rastreamos a possibilidade de experiência estética (acionada pela memória afetiva) de sentir os efeitos do plano da expressão que fogem à interpretação inteligível por meio da gestualidade corporal. Durante todo o vídeo o ator mantém-se próximo à câmera. Ao final ele experimenta o chocolate, saboreando em tela o “gostinho de infância” de quem assimila o conhecimento científico ao lúdico desde criança. Confere-se nos comentários o compartilhamento do gosto instalado pelo contágio da nostalgia. É dada continuidade ao simulacro de diálogo face a face instalado pela proximidade do enquadramento de câmera e pela mesma posição do usuário de computador.

Em suma: percebe-se nesse canal a estratégia horizontal entre sujeitos tanto em vídeo como nos comentários. Está presente o incentivo pelo gosto do saber e o descaso quanto à realização de propaganda (o ovo de páscoa é exibido depois da Páscoa, por exemplo). Pouca cautela quanto à filmagem, ao mesmo tempo, em que convoca o aprofundamento do conteúdo. É apresentada uma noção mais complexa e sóbria de ciência, sendo o valor principal do enunciado a criticidade em relação à informação.

## Conclusão

Partimos da apreensão de divulgação científica por uma perspectiva interacional, a qual enxerga sujeitos cognitiva e sensivelmente aptos a construir e interpretar sentidos. No Canal observado, nota-se a tendência de vídeos longos e constante reiteração de informações já mencionadas.

Atenta-se ao debate *stricto* nos comentários, com perguntas e comentários complexos, com domínio de linguagem sobre os termos científicos tratados. Observamos a valorização da criticidade por quem dá as fontes diretas e incentivam ser corrigidos quando necessário, dando a ver sua consideração pelo sujeito cognitivamente apto a fazer suas próprias críticas, assim como o aceite do risco dos comentários, enfatizando sua própria segurança enquanto destinador.

O destinador interage bastante nos comentários, e promove o simulacro de face a face. Ele traz conteúdo extra sobre o assunto tratado; tem pouca preocupação com cenário, iluminação e demais recursos técnicos.

Retomando Landowski (2014), a programação é o regime de menor (ou quase nulo) risco, fundada na regularidade. Aqui podemos situar tanto a ciência fundada nas regularidades sociais, por exemplo, a vacinação nos primei-

ros dias de vida; ou mesmo o YouTube na sua interface programada com os lugares possíveis de serem clicados. Não há criação de sentido, apenas circularidade de comportamento repetitivo.

Já a manipulação, regime mais evidente em nosso *corpus*, é de risco limitado. Inferirmos a divulgação científica como um jogo de convencimento e negociação pela provisão de competências modais (próprias de cada enunciado). A divulgação científica no YouTube é uma forma de entrar em contato com a ciência de maneira não necessariamente institucionalizada. Isso instaura a necessidade primeira de constituição do crer, como vimos nos esforços dos canais, em diferentes níveis e modos de enunciar. Os recursos usados para dar a credibilidade são os dados numéricos de visibilidade da plataforma, além das sanções intra e interdiscursivas. Os efeitos de aproximação ou distanciamento, conferem um fazer sensível, que toca a competência estética do sujeito, aumentando a atratividade do canal. Há sempre, para qualquer divulgação científica, o risco de supervalorização, plágio, distorção de dados, mas o incentivo à criticidade desinfla isso. Vimos em nosso *corpus* a importância dada às fontes, o incentivo à continuidade da pesquisa, o valor da criticidade (em relação ao próprio destinador deve ser criticado).

Impulsionado pela aleatoriedade, o acidente é o regime praticamente nulo dentro de nosso objeto. O usuário pode até clicar por acaso ou engano em algum vídeo, mas logo recai na manipulação.

Por fim, existe o ajustamento perceptivo no encontro sensível de dois sujeitos esteticamente competentes. O experimento científico pode vir a se tornar sujeito, similar às expressões artísticas. A complexidade tem projeções para a estesia justamente por seu caráter heurístico, gravado no princípio dialógico que sustenta a dualidade. Também é possível ler um horizonte estético na recursão organizacional na qual as fronteiras de causa/efeito e produtor/produto extinguem-se, muito próximas do encontro estético que permite a união com o objeto-sujeito.

Como falar de ciência é contraintuitivo neste ambiente, não à toa são realizadas estratégias enunciativas de aproximação ao formato popular da plataforma, os vlogs. Percebe-se isto no Canal do Pirulla. O recurso de aproximação pelas gírias e linguagem coloquial delinea o simulacro do destinatário — jovem, informal. Também é positivo manter a continuidade de um apresentador no decorrer dos vídeos, construindo familiaridade e estimula o diálogo constante.

O Canal do Pirulla faz do gosto pela ciência um objeto de valor na aproximação entre conhecimento científico e senso comum em diferentes graus. Visto que a aproximação com o senso comum difere de acordo com cada estratégia enunciativa há uma linguagem coloquial, o uso de itens cotidianos (como o chocolate), os exemplos, a gíria, mas as explicações continuam sobre bases científicas.

Para a ciência, pôr-se no mesmo lugar de troca em que outros conhecimentos são reconhecidos é um risco. Estar no YouTube é configurar-se como objeto de consumo, ao ser próprio desse contexto ser mercadoria, tendo reverberações políticas. Sem embargo, é próprio da ciência complexa pôr-se no risco, na posição instável, visto que assim novos valores são formados: incentivo ao gosto pelo conhecimento; olhar crítico; coragem de duvidar de um dado ou informação mesmo que essa pareça ser verdadeira; incentivo ao diálogo com o diferente.

A divulgação científica pode propulsionar mais buscas, ativar o interesse e fazer o destinatário retornar a uma rede maior de informações. Se considerarmos a importância, para essa divulgação que se alinha ao pensamento complexo, de lançar-se à comunicação imprevisível com o diferente, o risco está em manter-se na programação e não criar novos sentidos.

A divulgação científica não precisa trazer todas as respostas, mas incentivar o gosto pelo questionamento. Talvez o fato de trazer informações científicas para esse ambiente, próprio do senso comum, leve ao aumento da circulação de informação e ao aumento da complexidade na sociedade. Ao adensar-se, a comunicação oferece caminhos para transformar o espaço diferenciado em um espaço comum e diversificado. Saber trabalhar com o diferente é fundamental, pois se ganha em informação mais rica.

## Referências bibliográficas

Bateson, G. (1987). *Steps to an Ecology of Mind*. Northvale: New Jersey.

Bateson, G. (1993). *Una Unidad Sagrada: Pasos Ulteriores hacia una Ecología de la Mente*. Barcelona: Editorial Gedisa

Bueno., W. C. (2014). A Divulgação da Produção Científica no Brasil: A Visibilidade da Pesquisa nos Portais das Universidades Brasileiras. *Revista Ação Midiática – Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura*, v. 7. <https://doi.org/10.5380/am.v1i7.36340>

Bueno., W. C. (2010). Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. *Informação & Informação*. Londrina, v. 15.

Burns, M., & Medvecky, F. (2016). The disengaged in science communication - How not to count audiences and publics. *Public Understanding of Science*.

Burns, T. W., O'connor, D. J., & Stocklmayer, S. M. (2003). Science communication: a contemporary definition. *Public Understanding of Science*, 183–202.

França, V. V. & Simões, P. G. (2014). Escola de Palo Alto. Em Citelli, A. (Org.), *Dicionário de Comunicação: escolas, teorias e autores* (p. 170–178). São Paulo: Contexto.

Fechine, Y. (2009). Contribuições para uma semiotização da montagem. Em Oliveira. A. C., Teixeira, L. (Org.). *Linguagens na comunicação: desenvolvimentos de semiótica sincrética* (p. 323-370). São Paulo: Estação das Letras e Cores.

Fiorin, J. L. (2002). *As astúcias da enunciação: as categorias de pessoa, espaço e tempo*. São Paulo: Ática.

Fiorin, J. L. (2009). Para uma definição das linguagens sincréticas. Em Oliveira. A. C., Teixeira, L. (Org.). *Linguagens na comunicação: desenvolvimentos de semiótica sincrética* (p. 323-370). São Paulo: Estação das Letras e Cores.

Floch, J. M. (2001). Alguns conceitos fundamentais em semiótica geral. *Documentos de estudo do Centro de Pesquisas Sociosemióticas*.

Greimas, A. J. (2002). *Da imperfeição*. São Paulo: Hacker Editores.

Greimas, A. J. & Courtés, J. (2008). *Dicionário de semiótica*. São Paulo: Contexto.

Landowski, E. (2016). Entre comunicação e semiótica, a interação. *Parágrafo*, 4(2), 206-217.

Landowski, E. (2014). *Interações arriscadas*. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora.

Landowski, E. (2001) O olhar comprometido. *Galáxia*, 2, 19-56.

Landowski, E. (2002). *Presenças do outro*. São Paulo: Perspectiva.

Landowski, E. (1992). *Sociedade Refletida: ensaios de sociossemiótica*. São Paulo: EDUC/Pontes.

Landowski, E., & Fiorin, J. L. (Eds.). (1997). *O gosto da gente, o gosto das coisas: abordagem semiótica*. São Paulo: Educ.

Lewenstein, B. V. (2003). Models of public communication of science and technology. *Public Understanding of Science*.

Morin, E. (2003). *A cabeça bem-feita: repensar a reforma, reformar o pensamento*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.

Morin, E. (2005). *Ciência com consciência*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.

Morin, E. (2011). *Introdução ao pensamento complexo*. Porto Alegre: Sulina.

Morin, E. (2002). O problema epistemológico da complexidade. Lisboa: Europa-América

Oliveira, A. C. (2013). *As interações sensíveis: Ensaios de sociossemiótica a partir da obra de Eric Landowski*. São Paulo: Estação das Letras e Cores.

Sagan, C. (2006). *O mundo assombrado pelos demônios: a ciência vista como uma vela no escuro*. Editora Companhia das Letras.

Souza, S. M. (2009). Contribuições para uma semiotização da montagem. Em Oliveira, A. C., Teixeira, L. (Org.). *Linguagens na comunicação: desenvolvimentos de semiótica sincrética* (p. 323-370). São Paulo: Estação das Letras e Cores.

Stockinger, P. (1991). Interacione. Em Greimas, A. J. & Courtés, J. *Semiótica: diccionario razonado de la teoría del lenguaje. dictionnaire raisonné de la théorie du langage* (tome 2). (p. 141-144). Madrid: Gredos

Teixeira, L. (2009). Para uma metodologia de análise de textos verbosuais. Em Oliveira, A. C., Teixeira, L. (Org.). *Linguagens na comunicação: desenvolvimentos de semiótica sincrética* (p. 41-77). São Paulo: Estação das Letras e Cores.

Vogt, C. (2006). *Cultura científica: desafios*. São Paulo: Edusp.

Vogt, C. (2012). The spiral of scientific culture and cultural well-being: Brazil and Ibero-America. *Public Understanding of Science*, 21(1), 4-16.

## Referências videográficas

Nascimento, P. M. (2023). Fóssil revela que o ser humano surgiu na Europa? Cuidado, não é nada disso! (#Pirula 376). *Canal do Pirulla*. YouTube. [https://youtu.be/oLCDFJkoPFo?si=vtZSgY8pqif79M\\_Q](https://youtu.be/oLCDFJkoPFo?si=vtZSgY8pqif79M_Q)

Nascimento, P. M. (2018). A questão Palestina (#Pirula 84.1). *Canal do Pirulla*. YouTube. <https://youtu.be/cemR-4YEhtlY?si=-iAnNkO8rWPGi8rH>

Nascimento, P. M. (2009). Ateísmo - Origem do pensamento religioso (#Pirula 1). *Canal do Pirulla*. YouTube. <https://youtu.be/y4-yCfMuZx0?si=LGg4K5K9zkUzNZuW>

Nascimento, P. M. (2017). Dinossauros: o que mudou em 24 anos? (#Pirula 208). *Canal do Pirulla*. YouTube. <https://youtu.be/dVrr1VXGx6M?si=VLUUd5OM7nwPCE9t>

Nascimento, P. M. (2018). Efeito Placebo (#Pirula 3). *Canal do Pirulla*. YouTube. [https://youtu.be/JIVCY5HfPSo?si=-DoFVr\\_yVxRQ445\\_O](https://youtu.be/JIVCY5HfPSo?si=-DoFVr_yVxRQ445_O)

Nascimento, P. M. (2015). Entre o bullying e a crítica: qual é o limite? (#Pirula 165). *Canal do Pirulla*. YouTube. <https://youtu.be/AhTFIR6TLs8?si=cozZ9rRmqPFFKel>

Nascimento, P. M. (2012). Explicando a corrente (#Pirula 60). *Canal do Pirulla*. YouTube. <https://youtu.be/H34SzxAlwOU?si=g4DzW1s7atWVoPS4>

Nascimento, P. M. (2017). O homem de 300 mil anos (#Pirula 215). *Canal do Pirulla*. YouTube. [https://youtu.be/z\\_GbegA1OIo?si=YTvk12f153w4Fctb](https://youtu.be/z_GbegA1OIo?si=YTvk12f153w4Fctb)

Nascimento, P. M. (2014). O mundo assombrado pelos demônios (#Pirula 99). *Canal do Pirulla*. YouTube. [https://youtu.be/J5ncvehkWMw?si=e1sb\\_mfNVhcR7Nb4](https://youtu.be/J5ncvehkWMw?si=e1sb_mfNVhcR7Nb4)

Nascimento, P. M. (2016). Pesquisa e a verba de Schrödinger: o ministério volta atrás... (#Pirula 195.2). *Canal do Pirulla*. YouTube. <https://youtu.be/05t3REcNeX0?si=YXvnJhpcJGq1dcF>

Science Vlogs Brasil. *Youtube*. <https://www.youtube.com/@ScienceVlogsBrasil>



## The appropriation of scientific knowledge by advertising discourse in drug prevention campaigns

Reviewing the historical construction of scientific knowledge on drugs, the article turns to the use of discourses on the harmful effects of drugs in prevention campaigns. Based on a set of four advertisements, the persuasive discourses of awareness are investigated, recognizing their intimidating dimension and their figurative overlays, in the face of thematic and figurative isotopias. A typology of narrative paths is identified, emphasizing the risks of drug use by asserting a contract of veridiction with the reader. In the wake of Greimasian semiotics, we discuss the figures of the body for Jacques Fontanille; drug use as a way of life for Juan Alonso Aldama; the effect of truth in discourse and gesture in advertising for Diana Luz Pessoa de Barros; and Giovanna Cosenza's observations on stereotypes in the semiotic field. The reductionisms sustained by advertising discourse are demonstrated, which calls for improvements in the ways in which complex social problems are enunciated.

### Keywords

stereotypes; figurativity; forms of life; advertising; drug users.

## A apropriação de saberes científicos pelo discurso publicitário em campanhas de prevenção às drogas

**Revisando construção histórica dos saberes científicos sobre drogas, o artigo volta-se para os empregos dos discursos sobre os efeitos nocivos das drogas em campanhas de prevenção. A partir de um conjunto de quatro anúncios, investigam-se os discursos persuasivos de conscientização, ao reconhecer sua dimensão intimidatória e seus revestimentos figurativos, diante de isotopias temática e figurativa. Identifica-se uma tipologia dos percursos narrativos, com ênfase aos riscos do uso de drogas, ao asseverar um contrato de veridicação com o leitor. Discute-se, na esteira da semiótica greimasiana, as figuras do corpo para Jacques Fontanille; o uso de drogas enquanto formas de vida em Juan Alonso Aldama; o efeito de verdade no discurso e a gestualidade na publicidade para Diana Luz Pessoa de Barros; e as observações de Giovanna Cosenza sobre os estereótipos no campo semiótico. Demontram-se os reducionismos sustentados pelo discurso publicitário, o que exige aprimoramentos nos modos de enunciar problemas sociais complexos.**

### Palavras-chave

estereótipos; figuratividade; formas de vida; publicidade; usuários de drogas.

## Introdução

Este artigo, que faz parte da pesquisa de mestrado do autor (Rigoni Filho, 2023), a qual aborda as formas de se popularizar a complexidade de danos causados pelas drogas, em recursos enunciativos que agenciam as informações e as percepções dos sujeitos, como nas campanhas públicas de prevenção às drogas, hipotetizando-se sobre a existência de valores estereotipados relacionados à axiologia dos consumidores de drogas.

A identificação, categorização e constituição da amostra de campanhas ocorre por meio de mecanismos de busca, como o *Google*, reunindo um total de 1350 campanhas publicitárias de prevenção às drogas. As campanhas de prevenção enquadram-se no que Michel Rinn (2016) compreende como um caso de estratégias discursivas para convencer um destinador sobre os possíveis riscos e consequências advindas do uso de drogas.

Os anúncios identificados foram organizados em uma planilha, na qual anotaram-se as principais características, como título, ano e país das campanhas. Realizaram-se buscas em português, espanhol, inglês e francês, o que permitiu localizar sites que criticam uma possível ineficácia das campanhas, de forma satírica, e sites que valorizam a criatividade, como nos portais *Ads Of The World*, *Adeeve* e *Lürzer's Archive*, que servem de visibilidade aos trabalhos de publicitários e de agências de comunicação.

Para filtrar os anúncios levantados inicialmente, promoveram-se diversas leituras flutuantes, das quais desprendeuse o fato da elevada presença de figuras corporais nessas campanhas. Esse fato envolve o objetivo central da pesquisa, o de analisar as dimensões do corpo figurativizado na publicidade de prevenção às drogas. Já as campanhas que não apresentam figurativizações do corpo, são tipográficas, com destaque para letras e palavras, geralmente com mensagens genéricas, tais quais 'fique longe das drogas' ou 'diga não às drogas'.

Outro ponto notado pelas leituras flutuantes é o predomínio dos cartazes como um dos principais meios publicitários. Consistem em textos sincréticos e planos, trata-se de imagens chapadas em um suporte que contém elementos plásticos de ordem eidética (formas percebidas pela memória visual), cromática (cores) e topológica (disposição dos elementos no texto), até mesmo, a materialização dessas imagens nos suportes (Fontanille, 2005).

Com esses critérios, estabeleceu-se um conjunto menor de anúncios, no caso deste texto, serão apresentadas quatro campanhas, pelas limitações do formato de um artigo e pelo julgamento de que as campanhas selecionadas servem para ilustrar uma gramática figurativa dos modos de enunciação do corpo, sobre os estágios que envolvem a dependência química, como a valorização da saúde, as consequências do consumo de drogas e a busca por formas de tratamento e sobriedade.

Como será desenvolvido ao longo do texto, essas constatações sobre as figuras do corpo esbarram no conceito de estereótipo, termo que, para a semioticista Giovanna Cosenza (2023), consiste em um conjunto de traços e atributos gerais e simplificados atribuídos a certos grupos sociais, considerando-os como algo único, excluindo suas singularidades, diferenças e nuances. Os sujeitos são condensados em unidades compactas e indistintas. Ressalta-se que o conceito de estereótipo foi largamente desenvolvido ao longo dos estudos em sociologia, linguística e

comunicação, mas, por não constituir um objetivo deste artigo realizar uma revisão da evolução das perspectivas sobre estereótipos, o conceito será recortado a partir de uma perspectiva que orienta a discussão, ou seja, na esteira das análises projetadas por Cosenza (2023), já que a autora focaliza aspectos da semiótica greimasiana relacionados ao conceito de estereótipo.

No campo da semiótica, Jacques Fontanille (2016a) alerta que os vícios evoluem e adquirem novas formas na sociedade, em um cenário interminável, mesmo reconhecendo sua nocividade e esforçando-se para divulgar isso, não ocorrem mudanças comportamentais. Os meios de comunicação perpetuam esse ciclo e deixam dúvidas sobre as maneiras eficazes de informar a respeito das soluções (como a liberação, a descriminalização, a ressocialização). Na mesma linha de raciocínio, integra-se a posição de Juan Alonso Aldama (2006), para quem a abordagem dos vícios deve considerar a dimensão passional das vivências, os rituais e as construções identitárias, em formas de vida.

Com isso, este artigo estrutura-se em três partes: (i) inicialmente abordam-se as dimensões históricas que regimentaram a constituição dos saberes sobre drogas, em que os sintomas do corpo 'normal' e 'anormal' emergem, sob o ponto de vista da antropologia e da filosofia; (ii) na sequência, passa-se para a constatação de como o processo persuasivo intimidatório ocorre em mensagens de prevenção, diante da exemplificação de quatro campanhas selecionadas; (iii) por fim, a discussão centra-se nas figuras do corpo extraídas das análises das campanhas, atentando-se para o percurso narrativo que envolve o usuário de drogas, tais quais, além de aspectos íntimos que constituem o uso de drogas como uma forma de vida<sup>1</sup>.

## A constituição dos saberes sobre drogas

A Organização Mundial da Saúde (OMS) entende como droga qualquer substância que não é produzida pelo organismo, atuando sobre um ou mais sistemas do corpo, alterando seu funcionamento (World Health Organization, 2004). São exemplos de substâncias psicoativas, o álcool e o tabaco, produtos com produção e venda legalizadas no Brasil, bem como crack, maconha e cocaína, substâncias ilícitas. Esse conjunto de drogas tem seu consumo, geralmente, investigado por estudos do Escritório das Nações Unidas sobre Drogas e Crime (UNODC, sigla em inglês). Culturalmente, percebe-se que a definição de droga é ambígua, pois "é uma droga, bem mais do que o benefício direto de um remédio ou o malefício de um veneno. Em sentido amplo as drogas são *pharmakon*, dependendo da forma de uso e da dosagem da substância" (Tiburi; Dias, 2013, p. 69-70). Cotidianamente, o termo remete ao erro, como uma analogia a algo ruim.

Na esteira do historiador Henrique Carneiro (1994; 2005) e do antropólogo Edward MacRae (2021), entende-se que o uso de drogas está intimamente associado com a constituição da sociedade, logo, não é um fato emergente da atualidade. Em estudos anteriores (Rigoni Filho, 2022; 2023), demonstrou-se o caráter histórico do uso de drogas, bem como as representações advindas dessas atividades. MacRae (2021), lembra-nos que a palavra droga origina-se de

1 Em pesquisas mais amplas, como em Rigoni Filho e Caetano (2021), a publicidade foi cotejada com imagens extraídas do fotojornalismo, mas, para este artigo, trabalha-se apenas com peças publicitárias.

produtos secos e naturais (como especiarias, pau-brasil e açúcar) empregados para questões médicas, alimentícias e, até mesmo, comerciais. A comercialização desses elementos estava intimamente associada ao processo de navegações, sendo que nos séculos XV e XVI valorizavam-se as experiências sensoriais geradas pelas drogas. Isso fortalece o que os autores, bem como demais estudos antropológicos e sociológicos, compreendem como uma maneira cultural de entender e de lidar com o fenômeno das drogas, seja como um objeto material e imaterial que incide aos corpos de forma a promover prazer e cura, bem como o êxtase, a corporificação dos deuses e o contato com o sagrado.

As relações entre drogas e sociedade encaminha-se às práticas de cuidado e cura, prova disso é que a medicina desenvolvida por “Garcia da Orta, Nicolás Monardes, Cristovão Acosta, Charles L'Ecluse, entre outros, representa para o século XVI uma renascença farmacológica que incorpora ao conhecimento ocidental diversas plantas orientais e americanas” (Carneiro, 1994, p.85).

É no século XVIII que os princípios de coerção dos corpos atingem um esquema de docilidade sutil, difundido nas diversas relações intersubjetivas, como considera Michel Foucault (1987). Isso propicia a ascensão de discursos e práticas em busca por uma vida saudável, diante da abnegação dos prazeres, bem como a contenção dos impulsos, valorizando, nesse contexto, a boa moralidade.

A Revolução Industrial introjeta mazelas na saúde e no bem-estar dos sujeitos, diante das exaustões provocadas pelas jornadas de trabalho, bem como a urbanização precária e a miséria. Estrutura-se, com isso, uma burocratização e mecanização das práticas de saúde e de cuidado, compreendendo as doenças como distúrbios mecanicistas dos seres humanos, o que caracteriza a medicina como uma acumulação de saberes e de técnicas sobre o corpo. Nessa miscelânea de saberes, Foucault (1987) aponta que a psiquiatria emerge a partir do século XIX como uma área secundária da medicina, preocupando-se em formular justificativas biológicas para determinados problemas mentais. Os asilos psiquiátricos eram compostos por sujeitos rejeitados do convívio social, tais quais os usuários de drogas.

É característica fundamental da clínica psiquiátrica, com base nas observações foucaultianas, a descrição do corpo de forma exaustiva e minuciosa, a partir de exames que constituem um sistema de vigilância, para documentar sintomas, sinais, particularidades e outras características. Forma-se, com isso, uma extensa carga arquivística de dossiês sobre as condições corpóreas, bem como mentais, dos pacientes. Esses acervos favoreceram na distinção categórica dos corpos considerados doentes ou patológicos, a partir de desvios biológicos, psiquiátricos e, principalmente, sociais. Essa triagem dos corpos estrutura uma relação de oposição que será resgatada futuramente no percurso analítico: a de ‘normal’ e ‘anormal’ (Foucault, 1977). Entende-se que tal deformação conceitual e histórica tenha se arrastado até os dias de hoje, configurando uma forma equivocada de difundir massivamente a ciência, razão pela qual o presente artigo pretende ser inserido no dossiê da revista.

Decifrar as aparências do corpo é uma tentação de interpretar, por meio do olhar, os movimentos figurativos corporais como forma de interação no mundo. Essa leitura preenche-se pela posição e intenção de quem interpreta os corpos e o regime de visibilidade estrutura-se pelo dispositivo discursivo, conforme assevera Jean-Jacques Courtine (2013). O autor salienta que há duas semiologias

voltadas à interpretação do corpo: a primeira, saussuriana, que compreende o signo linguístico e seus códigos, em um cenário desmaterializado. Já a segunda baseia-se nas práticas antropológicas em que o corpo é analisado sob as intuições do pesquisador, em busca de evidências, como em um trabalho de detetive, do tipo Sherlock Holmes, para resgatar a analogia usada pelo filósofo. Com isso, desenvolve-se uma semiologia médica, área que concentra as interpretações sobre os sinais e sintomas manifestados corporalmente, limitada ao diagnóstico dos significados palatáveis das doenças, algo que instrumentaliza e delimita a maneira como o indivíduo é analisado.

Entretanto, cabe a ressalva de que, neste texto, abordam-se os modos pelos quais os sentidos circulam, na esteira greimasiana, para além dos estudos da semiologia saussureana, mais associada ao campo linguístico, debruçando-se não mais para as unidades sígnicas, mas para a totalidade do discurso e sua produção de sentido. Ainda, é importante apontar que, em 1969 a Associação Internacional de Semiótica adotou o termo semiótica como “a metateoria da qual dependeriam as semióticas-objetos, tanto a linguística, como as não-linguísticas” (Batista, 2003, p.62).

Com os avanços da psiquiatria e da ciência do século XIX, os princípios ativos de várias plantas geraram fármacos, como a codeína, a morfina, a cocaína, a heroína e os barbitúricos. O historiador Henrique Carneiro (2005) destaca que a imprensa brasileira, em meados da década de 1910, condenou os derivados dessas substâncias, usados de forma recreativa pelas elites, como ‘venenos elegantes’. No mesmo período, mas nos Estados Unidos, surgem as primeiras campanhas públicas de amedrontamento sobre as substâncias psicoativas, o que se intensifica na década seguinte, a partir de ligas puritanas de abstinência. Elas perseguiram os indivíduos cujos comportamentos seriam imorais e reprováveis, tais quais minorias étnico-raciais e imigrantes, o que escancara o eugenismo e o racismo diretamente nas legislações sobre drogas. Na década de 1930, a maconha foi considerada ilegal no Brasil, devido às associações históricas da planta com os africanos escravizados, bem como as aproximações internacionais do país com o início do movimento de guerra às drogas e as práticas ditatoriais de Getúlio Vargas no que concerne o controle das vontades da população. A internacionalização dos aspectos sobre drogas, como decorreu a partir de 1940, estimulou a ascensão das indústrias farmacêutica, tabagista e alcooleira, além da produção e comercialização de drogas ilícitas, na contramão das legislações, como entende Carneiro (2005).

Avançando para a década de 1970, MacRae (2021) lembra que o movimento de guerra às drogas, que consiste no endurecimento de penas e no emprego de recursos de segurança pública para coibir a produção, a venda e o consumo de drogas, alcança proporções bélicas e adquire um aparato estatal de encarceramento em massa de usuários e traficantes, principalmente em países pobres<sup>2</sup>.

2 O Relatório Mundial sobre Drogas de 2020 apontou que a pandemia de COVID-19, seguida dos impactos econômicos em países em desenvolvimento, torna os indivíduos mais vulneráveis ao consumo, cultivo e tráfico de drogas, a fim de obter sustento. De 2000 a 2010, o abuso de drogas ampliou-se nesses países, com riscos à saúde de adolescentes e jovens, em comparação aos demais países. Dados disponíveis em: [https://www.unodc.org/lpo-brazil/pt/frontpage/2020/06/relatorio-mundial-sobre-drogas-2020\\_-consumo-global-de-drogas-aumenta--enquanto-covid-19-impacta-mercado.html](https://www.unodc.org/lpo-brazil/pt/frontpage/2020/06/relatorio-mundial-sobre-drogas-2020_-consumo-global-de-drogas-aumenta--enquanto-covid-19-impacta-mercado.html). Acesso em: 23 nov. 2022.

Na atualidade, o sistema capitalista, enquanto normativa que define as potências dos corpos, segundo as análises Quintana (2022), envolve um ideal neoliberal de autorrealização e de independência propicia o controle e apropriação, o fenômeno da droga é apresentado ao público de determinada forma, a fim de produzir um efeito esperado sobre os sujeitos. De antemão, já há maneiras aceitáveis e inaceitáveis de exibir os fatos. Pela biopolítica foucaultiana, o poder expressa-se pela hierarquização. Os discursos dos anúncios de conscientização, bem como a visibilidade da degradação humana reverberam-se em práticas políticas, pela repressão que estigmatiza os corpos. Por isso, tais anúncios constituem o foco do raciocínio, a partir de sua análise discursiva na sequência.

O principal ponto a ser elucidado desse breve recorte histórico consiste na influência dos saberes médicos nas políticas de drogas, seja nos modos como lidar com usuários, nas formas de prevenir seu consumo e no emprego de certas substâncias para tratar determinadas patologias. Mas, de que modo os saberes científicos sobre drogas são disseminados na sociedade? Isto é, o processo pelo qual as informações sobre os efeitos, as consequências e os modos de tratamento para a dependência química são, discursivamente, transmitidos aos cidadãos. Sendo assim, cumprindo com uma disseminação pública de temas de interesse social, os meios de comunicação possibilitam o acesso aos saberes aos indivíduos, de forma mais acessível, prova disso são as reportagens, notícias, fotografias, telenovelas e publicidades que atentam para a promoção de uma conscientização sobre os malefícios das drogas, algo que neste estudo é investigado a partir de alguns anúncios publicitários<sup>3</sup>.

### A intimidação nos discursos de prevenção às drogas

Tomando como base as constatações de Barros (2004), Fiorin (2014) e Fontanille (2019) sobre a semiótica discursiva, nota-se que a organização narrativa, etapa que antecede o discurso, envolve a mudança de estados e o percurso narrativo, em que o sujeito é conduzido a um querer-fazer ou um dever-fazer. No nível discursivo, as formas abstratas da narrativa se revestem em concretude, sendo que o manipulador e o destinatário se relacionam nas performances de competência e de ação. A manipulação bem-sucedida decorre da partilha de valores comuns entre manipulador e manipulado, importando os contratos de enunciador e enunciatário, bem como os meios utilizados para a persuasão e interpretação. O sujeito da enunciação assume as

estruturas narrativas e seleciona os aspectos temporais, espaciais e figurativos. Essas escolhas conduzem o enunciatário ao crer ou ao fazer, em um percurso de manipulação seguida de interpretação, partilhando um objeto.

Ainda na leitura greimasiana dos autores, a manipulação pode ser de quatro tipos: tentação, intimidação, sedução e provocação. Ao propor recompensar o destinatário por intermédio de um objeto de valor positivo há uma tentação, mas se for ameaçado, a partir de um objeto de valor negativo, é uma intimidação. Situações nas quais o manipulador julga positivamente a competência do destinatário constituem a sedução, mas se um juízo negativo sobre a sua competência é expressa, há uma provocação. Já na competência, o sujeito destinador, dotado de um saber-fazer ou de um poder-fazer, executa a transformação principal da narrativa, em uma performance que precede a sanção, logo, reconhecendo o destinador, que é transformado. Em Fontanille (2019) e Greimas e Fontanille (1993), a fase inicial da enunciação de discursos passionais é a sensibilização, envolta em dispositivos modais culturais. Há uma avaliação dos efeitos de sentido, um julgamento, no qual atribui-se um papel actancial. Por exemplo, o nojo em situações de uso de drogas é um elemento passional que sensibiliza a repugnância e moraliza as condutas, ao julgar práticas que comprometem as expectativas sociais impostas aos corpos. Ao repetir essas percepções, as paixões fixam-se em papéis patêmicos e, por seguinte, em simulacros.

Com as figuras do discurso, Barros (2002; 2022) aponta que o enunciador torna reconhecível ao enunciatário as imagens do mundo natural, atestando a veridicidade discursiva, em um contrato de veridicção ao enunciatário, que pode recusá-lo, aceitá-lo ou negociar as suas formas de interpretação. O dizer verdadeiro, para Barros (2022), é um efeito de sentido, estabelecido por meio de um contrato entre o enunciador e o enunciatário, de modo a provocar uma interpretação do discurso como verdade. Para tanto, os recursos manipulativos e modalizantes adquirem marcas deixadas pelo enunciador, as quais são crenças e referências culturais do enunciatário.

Parte-se de uma base de enunciados visuais, no caso das peças publicitárias de diferentes origens (tratadas em suas particularidades de formação), analisando-as enquanto discursos, algo que abrange o campo da semiótica discursiva. Assim, os pontos de vista do observador são localizados, ou seja, os modos pelos quais os valores tornam-se concretizados de forma figurativa nos textos, a fim de gerar determinados efeitos de sentido. Fontanille (2019) lembra que figurativização consiste nessas roupagens sensoriais conferidas aos percursos temáticos. Os temas espalhados pelo texto e revestidos pelas figuras, quando reiterados e recorrentes por meio de uma coerência semântica, é a isotopia (temática ou figurativa).

Cabe salientar que para Greimas e Courtès (1979) a ideia de figura é polissêmica, relacionando-se com outros estudos linguísticos que fogem ao campo exclusivo da visualidade. No caso deste artigo, centra-se no conceito de figuratividade enquanto uma relação entre conteúdos, principalmente ao localizar a correspondência entre os elementos figurativos e as expressões do mundo natural. Inclusive, a problemática do artigo insere-se no fato de que essas figuras expressam associações culturalmente difundidas, que abrem as possibilidades de desdobramentos para outros temas e figuras, a depender dos modos de ação e de localização espaço-temporal.

3 Em 2020, o Ministério da Justiça e da Segurança Pública, por meio do Conselho Nacional de Políticas Sobre Drogas, divulgou uma portaria com resoluções para as campanhas de prevenção às drogas. O documento aborda pontos fundamentais a serem seguidos por campanhas de prevenção às drogas, afirmando que elas devem seguir as diretrizes da Política Nacional Sobre Drogas. No caso da estrutura e do conteúdo das mensagens, estes devem ser claros, baseados em evidências científicas, adequados para diversos públicos, levar em conta a diversidade cultural, bem como a vulnerabilidade social de determinados grupos e incluir o uso de tecnologias e ferramentas digitais inovadoras (Ministério da Justiça e da Segurança Pública, 2020). Todavia, faltam discussões com a sociedade civil, organizações não-governamentais e entidades do setor publicitário, pois, o documento gestado pelo conselho composto por membros de diversas áreas, não conta com a participação de representantes das áreas da comunicação social. Mais informações são obtidas na íntegra do documento, disponível em: [www.in.gov.br/web/dou/-/recomendacao-n-1-de-15-de-julho-de-2020-267031824](http://www.in.gov.br/web/dou/-/recomendacao-n-1-de-15-de-julho-de-2020-267031824). Acesso em: 3 dez. 2023.

Os estereótipos revestem cognitivamente os preconceitos, sendo que os componentes afetivos do preconceito conduzem uma avaliação (negativa ou positiva), bem como uma atitude, favorável ou desfavorável, a depender do grupo que se observa, como salienta a semioticista Giovanna Cosenza (2023). O termo estereótipo advém do francês *stéréotype*, termo que surge no final do século XVIII, da combinação de expressões gregas que significavam algo como semelhante a uma impressão rígida, como uma matriz que forma um molde. Com o passar dos anos, a palavra adquiriu um sentido negativo, sendo usada semioticamente para contextos disfóricos, tendo uma relação pobre na correspondência com a realidade. Isso, pois entende-se que um estereótipo é algo errôneo, indesejável e pejorativo, na maioria das vezes, embora seu uso traga certa economia simbólica na categorização corrente do mundo.

A autora recapitula os estudos de Walter Lippmann (1961) sobre os estereótipos, a partir das observações feitas pelo pesquisador nos contextos de formação das opiniões públicas. Há um aspecto dialético, reconhecido pelo autor, não apenas negativo dos estereótipos, pois eles seriam uma simplificação para auxiliar certas demandas de sociedades complexas, como a necessidade de difundir medidas de conscientização. Entretanto, seguindo a revisão conceitual de Cosenza (2023), percebe-se que os estereótipos materializam-se discursivamente pela aparição de traços humanos perceptíveis, como nas campanhas de prevenção às drogas, nas qualidades psicológicas dos sujeitos, ou na avaliação do caráter deles, além de explicações para as causas dos efeitos presentes nos sujeitos (como quando as campanhas mostram que o sofrimento é causado pelas drogas).

Semioticamente, Cosenza (2023) considera que os preconceitos tendem a provocar um movimento eufórico ou disfórico, de atração ou de repulsão, o que se materializa nos discursos e nas práticas de discriminação. Em termos práticos, a análise dos estereótipos sob a ótica da semiótica envolve a reunião de um amplo *corpus*, termo que Greimas e Courtés (1979) entendem como uma série de enunciados para serem analisados, do qual desprendem-se exemplos relevantes, suficientes e coerentes para o objetivo do estudo.

Nas campanhas publicitárias, pretendeu-se atentar para a reiteração de elementos semânticos, de roteiros comuns e de papéis temáticos, inclusive na construção narrativa dos actantes e dos valores modalizados pela enunciação. Em Greimas e Courtés (1979), o papel temático pode oferecer pistas para investigar as dimensões do estereótipo, pois a partir dele estipula-se um personagem padrão, repleto de características recorrentes, de traços figurativos que se reiteram e revestem as narrativas de prevenção.

Neste artigo, abordam-se quatro campanhas de prevenção, extraídas de um *corpus* mais amplo. O quadro que segue expressa as principais características dos anúncios escolhidos, em cada uma das campanhas.

#### Quadro 1 – Campanhas selecionadas

Ano	Campanha	País	Instituição
2019	'Alcohol changes you'	Itália	Rete Citta Sane
2016	'Thinking, Smiling, Portaits'	Singapura	Thai Health Promotion Foundation
2011	'Crack: basta uma vez para você nunca mais ser o mesmo'	Brasil	Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro
2016	'Falar é a melhor maneira de sair'	Brasil	Alcoólicos Anônimos

Fonte: O autor (2023).

A campanha italiana 'Alcohol changes you' (imagem 1), apresenta um rosto expresso em um típico copo de cerveja. A expressão de embriaguez, com os elementos corpóreos aumentados, como nariz e olhos, aponta para os efeitos físicos do consumo de álcool. O copo, figura central do anúncio, encaminha a interpretação para a ideia de exagero e de desgosto, tendo em vista que a cerveja derramada pode, em certas leituras, parecer como um vômito que sai de uma região próxima da boca. Os detalhes dessa descrição encarnam as formas de figurativização do corpo, sendo relevantes para a análise.



Imagem 1 – Alcohol changes you. Fonte: Ads of the world (2019). Disponível em: [adsoftheworld.com/campaigns/alcohol-changes-you](https://adsoftheworld.com/campaigns/alcohol-changes-you). Acesso em: 01 dez. 2023.

Do ponto de vista do plano da expressão, ou dos formantes matéricos, deve se destacar a plasticidade da composição imagética, que distorce o figurativo exprimindo o estado do sujeito embriagado. Nesse caso, não se trata da bebida ilícita, mas do caráter excessivo do consumo. Dois aspectos devem ser, portanto, considerados naquilo que se apresenta como uso 'normal' vs. 'anormal': a categoria do excesso e do bom termo, e a natureza legal ou ilegal do produto consumido.

Já na campanha 'Thinking, Smiling, Portraits' (imagem 2), produzida e veiculada em Singapura no ano de 2016, agrupa uma série de imagens com as consequências fisiológicas adquiridas por consumidores de tabaco. São cenas de degradação do corpo, de machucados, de órgãos humanos afetados. Essas imagens aproximam-se das advertências que, no Brasil, aparecem no verso das carteiras de cigarro, por determinação do Ministério da Saúde. A perspectiva do desgosto, da impureza e dos fluídos corpóreos humanos intensifica-se nas figurações da campanha.



Imagem 2 - *Thinking, Smiling, Portraits*. Fonte: Ads of the world (2016). Disponível em: [adsoftheworld.com/campaigns/thinking](https://adsoftheworld.com/campaigns/thinking). Acesso em: 01 dez. 2023.

Os componentes materiais da imagem envolvem a reunião de diversas partes corpóreas degradadas por causa do tabagismo, de modo a formar corpos de sujeitos fumantes. A dimensão grotesca, pela desproporção entre as partes reunidas, algo que explicita a perspectiva das montagens, como os olhos grandes em relação a cabeça, bem como pelo foco em machucados e feridas expostas, figurativamente expõem uma anormalidade corpórea. Desse modo, deforma-se a ideia de um sujeito saudável, destacando o caráter excessivo do uso de tabaco, embora o produto tenha sua venda legalizada.

Já a campanha da Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro, 'Crack: basta uma vez para você nunca mais ser o mesmo', é um exemplo de parte do percurso do usuário de drogas que se notou figurativamente, e que será explicitado futuramente neste texto, ao observar o montante de campanhas coletadas. Isso deriva da demonstração figurativa da evolução dos estágios de uso da droga fumável, típica das cidades brasileiras e que desperta um sensacionalismo midiático. O jovem representado no anúncio tem sua degradação e postura de violência amplificadas à medida em que se torna um dependente da droga, no caso, o crack, uma das substâncias ilícitas geralmente encontrada nos centros urbanos brasileiros. Há uma ideia de ciclo sem fim, pois após atentar contra a vida de si e dos outros, surgem novos sujeitos usuários. O texto que acompanha a peça aborda essa dimensão: "Dez minutos de euforia na primeira vez que você fuma. Em troca, causa uma dependência tão forte que você vai fazer qualquer coisa para alimentar seu vício. Contra você mesmo e todos à sua volta" (Comunica que muda, 2011, s/p).



Imagem 3 - Crack: basta uma vez para você nunca mais ser o mesmo. Fonte: Comunica que muda (2011). Disponível em: [comuniquemuda.com.br/basta-uma-vez-para-voce-nunca-mais-ser-o-mesmo/](https://comuniquemuda.com.br/basta-uma-vez-para-voce-nunca-mais-ser-o-mesmo/). Acesso em: 01 dez. 2023.

Na esteira de Barros (2004), Fiorin (2014) e Fontanille (2019), notou-se que os outros anúncios se mostravam constituídos por percursos manipulativos dotados de intimidação, nos quais os valores do espectador eram reduzidos negativamente, ou seja, suas escolhas e capacidades eram consideradas errôneas ou inferiores. Já na campanha brasileira de 2014 dos Alcoólicos Anônimos (imagem 4), grupo de apoio para sujeitos que possuem dependência do álcool, há uma perspectiva oposta. Seu percurso manipulativo insere o espectador como um ser consciente dos problemas que enfrenta em decorrência da dependência química, sugerindo que ele busque ajuda. Os valores positivos atribuídos ao sujeito que, para completar sua trajetória narrativa, na sanção, depende de que ele fale, ou seja, participe de um dos grupos de ajuda oferecidos pela instituição. É um percurso manipulativo que emprega uma persuasão por sedução, pois julga-se positivamente a competência do sujeito, como alguém capaz de buscar ajuda e tratar sua dependência química sedução pelo saber, no caso, dos riscos das drogas, bem como a tentação pelo poder exercer algo, próxima de anúncios publicitários comerciais, por exemplo. As tonalidades, bem como a construção gráfica do anúncio, caminham para a ideia de sobriedade advinda dos Alcoólicos Anônimos. Se na parte inferior está um amontoado de garrafas, em uma composição que se assemelha a de prédios em uma cidade, o espaço vazio (proposital) de quase metade do anúncio apresenta um sujeito voando a partir de um balão de fala. Uma metáfora ao poder da conversa, do pedido de ajuda, para sair da situação de dependência e de sofrimento enfrentadas pelo alcoolista.



**Imagem 4** – Falar é a única maneira de sair. Fonte: Erico Braga (2014). Disponível em: [ericobraga.com/alcoholic-anonymous](http://ericobraga.com/alcoholic-anonymous). Acesso em: 01 dez. 2023.

Expostas as quatro campanhas selecionadas para exemplificar as discussões deste artigo, demonstrando a predominância dos valores negativos atribuídos ao enunciatário em um caminho persuasivo repleto de intimidações, avança-se para constatar de forma ampla uma tipologia dos percursos narrativos, bem como das figuras do corpo do usuário de drogas.

### O percurso narrativo do usuário de drogas

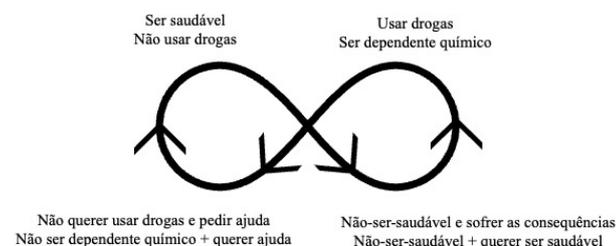
Relacionaram-se os discursos dessas campanhas como cenas consensuais em que o corpo se tornou testemunha, como superfície de inscrições, agitações e núcleo da semiose, como defende Fontanille (2016b). A partir disso, categorizou-se de tal modo: na posição de saudável encontra-se o indivíduo que não usa mais ou que nunca usou drogas. Essas cenas da enunciação são repletas de felicidade, beleza, jovialidade e saúde. Recaptulando as constatações levantadas no início do artigo, a partir de Barros (2004), Fiorin (2014) e Fontanille (2019), a estratégia manipulativa sedução envolve a sedução pelo saber, no caso, dos riscos das drogas, bem como a tentação pelo poder, no caso da possibilidade de ser livre, de poder fazer ou ser sem consequências, desde que o contrato imaginário de não usar drogas não seja rompido. A presença da tentação, provocação direta e o endosso de celebridades ou figuras públicas traz a ideia de superioridade: quem não usa é superior, mais inteligente e sadio, do que o usuário.

Entendem-se as consequências por meio de duas possibilidades distantes, temporal e espacialmente. As curtas são aquelas as quais o sujeito sofre a curto ou a médio prazo, como se pagasse, fosse punido assim ou durante o efeito do entorpecimento. Os exemplos mais comuns são de pessoas que bebem, dirigem, se acidentam, vão presas ou causam algum acidente com vítimas, podendo morrer, perder membros do corpo ou causar algum dano em si, ou ser um homicida. Se a pessoa sai ilesa das consequências imediatas do uso, e o seu consumo intensifica-se, o sofrimento, a degradação e os danos à saúde (mental e física) são escancarados, como na convivência com a morte, na prisão mental causada pelas drogas e nas perdas (de pessoas, de objetos, ou da vida). Há, portanto, o agenciamento da aspectualização do fazer, distribuído entre incoatividade, suspensão, terminatividade ou intensificação.

Se muitas dessas campanhas desejavam alertar, afastar ou retardar o uso de drogas, esta última categoria objetiva ofertar ajuda e possibilidade de estancar o sofrimento. Pode manifestar-se, paradoxalmente, uma lógica imunitária de triagem dos sujeitos ('normais/anormais'), embora em muitos anúncios de ajuda o próprio usuário em recuperação é ativo ao oferecer ajuda, como os alcoólicos anônimos.

O raciocínio desenvolvido pode ser formalizado visualmente e ser projetado em uma elipse, representação utilizada por Landowski (2023) como forma de atualizar a exibição tradicional do quadrado semiótico. As indicações das relações de complementaridade, contradição e contrariedade, consagradas pelo quadrado, são acrescidas das noções de dinamismo e de transitoriedade das posições, como uma sintaxe que permite transformações ou passagens de um estado a outro baseados nos estados do sujeito no percurso de uso de drogas:

### Esquema 1 – Elipse



Fonte: O autor (2023).

Trata-se de um percurso em que o sistema de valores ajuda a entender a narrativa mínima, sendo que as relações entre tais termos conferem suporte às narrativas elementares. Tendo chegado ao fim de seu percurso, Greimas e Fontanille (1993) reconhecem que o actante manifestou a paixão que ele vivenciou e conheceu. Uma pessoa saudável opõe-se ao uso de drogas, portanto, a relação de contrariedade mais relevante, já que distingue o que é 'normal' do que é 'anormal'. Já uma pessoa que sofre as consequências do uso de drogas é aquela que contraria a ajuda, ou seja, que não quer ser ajudada ou acredita que não precisa de ajuda, pois está 'tomada pelo vício'. Quem usa drogas é quem sofre as consequências e quem pede ajuda é quem é saudável, logo, há uma relação de complementaridade entre esses fatores.

Contradições emergem entre sujeitos que usam drogas e pedem ajuda, cenário que, em muitas das campanhas de prevenção é raro, já que se insiste na responsabilidade dos sujeitos saudáveis em impulsionar a recuperação dos doentes. Também é contraditório um sujeito saudável sofrer as consequências, isso ocorre, por exemplo, nos casos em que o sujeito sofredor não consome drogas, mas convive com alguém próximo que está ‘viciado’, como as mulheres que sofrem violência doméstica por causa de maridos embriagados ou filhos expostos ao tabagismo passivo.

As sensorialidades da carne, antes de localizarem os movimentos que a anima, dependem de uma motricidade interna, sendo que o corpo dos actantes são dotados de marcas motoras das moções íntimas, como um corpo-carne; já as deformações do corpo em redes de inscrição, que armazenam os invólucros significantes, constituem o corpo-invólucro; avançando, para o deslocamento dos corpos de forma posicional, encontra-se o corpo-ponto; por fim, no corpo-oco, há percepções de movimentos e agitações interiores, no espaço interno em que os órgãos e os atores, inclusive os sentidos, modificam seus movimentos. Essas figuras do corpo, desenvolvidas por Fontanille (2016a) podem ser aplicadas ao contexto da análise das campanhas de prevenção. As moções íntimas, pertencentes ao corpo-carne nas constatações do autor, relacionam-se com as marcas motoras que interagem no manuseio das drogas, nas formas gestuais que caracterizam seu consumo e as interações entre os corpos. A droga é, muitas vezes, um invólucro que protege o usuário da realidade, projetando nele sensações de prazer ou de abstinência, portanto, uma agitação interior. Seguindo ainda Fontanille (2016a), se o corpo suporta essas marcas, como inscrições e deformações advindas do uso de drogas, nota-se que as agitações internas causam consequências em deslocamentos e deformações.

A necessidade de usar uma droga inicia um programa narrativo, o que Aldama (2006) considera como uma forma de vida, um comportamento social e particular, que por condensar-se em um estereótipo é reconhecível. Cada substância psicoativa detém estilos e atitudes intersubjetivas diferentes, o que nos leva a refletir sobre as particularidades sensoriais e passionais envolvidas em cada consumo de drogas, de modo a compor uma ritualização do sujeito junto a uma forma de vida. Nesse contexto, as experiências advindas do uso de determinada substância devem ser adquiridas, aprendidas pelo sujeito, em uma regulação de percepções e de sentidos. Isso, em parte, justifica a dimensão cultural e, até mesmo, comunicacional, envolvida no consumo de produtos como o tabaco, o álcool e a maconha, por exemplo. Mas, quando consumidas em exagero, o sujeito avança para um estado de aprofundamento das experiências corpóreas, tornando-se dependente.

No caso dos anúncios de prevenção, há cinco estágios: o primeiro, no qual o corpo mantém-se sóbrio ou ‘longe das drogas’ portanto não entorpecido. O segundo no qual o corpo manifesta o uso de substâncias atendendo as agitações internas da vontade de uso. Mas, como lembram Tiburi e Dias (2013), a escolha pela droga, quando adquire um *status* de vício, torna-se uma obrigação. O desejo desloca-se para uma necessidade, inclusive de sobrevivência. Assim, o terceiro e o quarto nível decorrem das agitações corpóreas que ganham o adendo do entorpecimento, passíveis de consequências imediatas à alteração de seu estado psíquico (como beber, dirigir e sofrer um acidente de trânsito) ou consequências longas promovidas pela cres-

cente agitação interna de suas vontades em um período maior, portanto, com um consumo de drogas constante. Nesses casos o corpo pode morrer (lenta e dolorosamente) ou ser punido (internamento ou prisão). Há um quinto e último estágio do corpo-ponto que é a busca por ajuda.

Ainda segundo a perspectiva de Fontanille (2016a), no caso do deslocamento, tipologia de movimento da figura do corpo-ponto, imputam-se as marcas dêiticas para indicar os tempos ou lugares, uma ancoragem perspectiva aos corpos. Em cenas urbanas de consumo drogas, Tiburi e Dias (2013, p.295) salientam que as repressões e os ataques que o corpo sofre são tentativas de “‘vencer pelo cansaço’, cansaço do corpo (...). Afastamento do corpo do raio de ação da droga”.

No caso do corpo, Greimas e Courtès (1979, p. 210) entendem-no como um “volume em movimento” e a gestualidade está no comportamento somático dos indivíduos, em componentes significantes e organizados. De tal forma, Greimas (1975) situa a gestualidade como pertencente a uma dimensão cultural, sendo assim, os gestos constituem o ser humano enquanto agente das transformações sociais, bem como relações passionais e corpóreas que conectam os seres. Na enunciação, Barros (2010, p.5) identifica que a gestualidade é um procedimento narrativo, pois há movimentos do corpo que “são coberturas figurativas das relações de comunicação/manipulação entre sujeitos e das interações sensoriais e passionais entre eles”.

A representação da gestualidade pela fotografia e pela publicidade assume funções retóricas e papéis narrativos. As práticas gestuais entre enunciador e enunciatário, ou entre o narrador e o narratário, ocorrem em primeira pessoa ou em terceira pessoa. Em primeira pessoa, estimulam-se os contextos temporal e espacial do cenário comunicacional, projetando os sentidos da oralidade, como reciprocidade, cumplicidade, sinceridade e proximidade. A enunciação da gestualidade, estudada por Barros (2010, p.13), cumpre um “papel retórico fundamental na comunicação persuasiva desses textos: assegura relações intensas entre o destinador e o destinatário, estabelece o simulacro de uma comunicação em presença, aproxima os interlocutores corporal e sensorialmente”. A gesticulação do rosto comunica sentimentos, paixões e emoções, configurando-se como função emotiva, aspecto explorado com veemência pelas campanhas de prevenção, principalmente pelo direcionamento do olhar ao observador.

É típico da imagem publicitária gestar impressões de semelhança que adota regras de transformações do ‘real’ ao invés de translações do ‘real’. Todavia, Fontanille (2005) lembra que essa concepção de realidade é apenas uma estabilização icônica, estimulada culturalmente. Isso envolve a aproximação, por semelhança, entre um objeto do mundo natural e um ícone. Deve-se, portanto, identificar que a possível existência da semelhança “é um efeito produzido pelo dispositivo semiótico e uma propriedade construída, reconhecível *a posteriori*, da relação entre a figura e um eventual referente” (Fontanille, 2005, p. 100). Forma-se, com isso, um efeito de espontaneidade a partir de cores, harmonias geométricas, perspectivas, ou seja, um arranjo que formula uma espécie de espetáculo figurativo. Há, nesse aspecto, uma estetização que banaliza as mensagens de conscientização, principalmente pelo choque gerado na interpretação e que rompe com aspectos convencionais e reconfortantes, geralmente encontrados nas mensagens publicitárias, como assevera Rinn (2014).

Essas mensagens provocam expectativas e reações no espectador a partir de filtros construídos por experiências pessoais e aspectos culturais. O cerne persuasivo das campanhas de prevenção está na passagem do estágio de recepção para a ação individual, como postula Rinn (2014) ao debruçar-se sobre campanhas de prevenção à Síndrome da Imunodeficiência Humana (AIDS – sigla em inglês). Inclusive, a maior parte das campanhas de conscientização envolvem alusões às cenas íntimas, expresso pelo efeito de sentido de flagrantes de situações de consumo de drogas ou da captura das posturas dos modelos, como a focalização em seus gestuais.

O sujeito é diminuído, tornando-se objeto médico e legal, passando, desse modo a um espaço de não-sujeito. Isso, para Aldama (2006), envolve o fato de que ao desprover-se de tudo o que classifica-o como um sujeito, “ele se tornaria objeto de um sujeito muito mais poderoso do que ele, a droga, diante do qual não teria outra opção senão se submeter aos seus caprichos”. Semioticamente, o autor identifica que há uma desmodalização desse ser, como alguém impotente de acionar qualquer curso narrativo e discursivo, desprovido das seguintes dimensões: /querer/, /dever/, /saber/, /poder/, /fazer/ ou /ser/.

Mas, a partir dessa constatação, pode-se refletir sobre a existência de uma nova forma de modalização, voltada para a impotência do sujeito, lembrando que como o enunciador desses discursos, o profissional de comunicação impõe suas concepções sobre a dependência química ao espectador, posicionando-se em um espaço de poder, já que o publicitário apropria-se, dessa forma, do corpo alheio, exigindo uma parcela das significações de um espaço interlocutivo (Bártolo, 2007). As campanhas de prevenção detêm esse poder de apropriação, principalmente pelo fato de os discursos silenciarem as histórias e vivências dos usuários, tornando-as modelos estáticos de degradação.

### Considerações finais

Entendeu-se a publicidade enquanto instrumento que mantém a ordem simbólica, ao mesmo tempo que produz uma violência simbólica, ao despertar a atenção para os fatos de interesse público. Notou-se uma incidência de componentes temáticos que envolvem a aparência física, a violência e a imoralidade, além da ênfase no uso de drogas como fracasso do sujeito em relacionar-se socialmente. O que está em jogo não é a verdade, mas a maneira histórica pela qual o olhar se fabrica, já que na constituição clínica, os dispositivos de identificação e vigilância isolam e distinguem os sujeitos ‘anormais’ (Courtine, 2012).

Na observação de textos visuais, há um contrato de leitura que determina de antemão como o espectador deve interpretar as mensagens. Isso converte-se em uma norma, em algo que Fontanille (2016a) defende como a formação de um programa cultural que regimenta determinados universos, institucionalizando-os. Pode-se, desse modo, pensar que há nos anúncios de prevenção essa institucionalização, derivada, sobretudo, das formas canônicas de persuasão intimidatória diante das consequências das drogas. Salienta-se que a publicidade emprega uma série de recursos que simulam a realidade, validando determinados estereótipos em prol de uma identificação e interpretação mais ‘rápida’ e, conseqüentemente, eficaz por parte do enunciatário.

Ao estruturar-se com base em uma narrativa canônica de uso, seguida do abuso e dos riscos advindos do consumo de drogas, incluindo a morte dos usuários, as campanhas centralizam-se nas consequências das drogas. Todavia, reconhece-se que há uma série de complexidades e de fatores exteriores aos indivíduos que agenciam as suas interações, logo, necessita-se de uma perspectiva que não generalize os comportamentos, como demonstrado pela isotopia discursiva nas campanhas. No campo semiótico, a intenção dos apontamentos de Fontanille (2016a) é valorizar a singularidade dos corpos, em níveis de análise capazes de compreender os sentidos culturais de determinadas relações e condutas, como o uso de drogas. Com isso, volta-se ao entendimento do corpo para além dos aspectos figurativos e temáticos, inserindo-o no centro da semiose. Assim, pode-se questionar em outras pesquisas a capacidade de promover de forma digna e respeitosa a conscientização sobre drogas, atentando-se para o fato de que os discursos analisados cumprem com uma dinâmica de segregação e discriminação.

Nesse sentido, a publicidade cumpre também, ainda que por caminho indireto, o papel de difusora de informações da ordem da ciência, podendo ser tanto cuidadosa nos modos de enunciar a complexidade dos problemas sociais examinados cientificamente, quanto homologadora de visões estereotipadas, que legitimam valores inadequados e mesmo práticas discriminadoras. Essa relação enviesada com a temática do dossiê é que se procurou mostrar nesse artigo, ao dilatar a comunicação da ciência, inclusive em seus efeitos reducionistas e equivocados, a um campo mais amplo como o da publicidade.

Cabe ressaltar que os meios de comunicação, enquanto empresas envolvidas em uma lógica capitalista, agenciam os saberes, os afetos e as percepções sobre determinados temas, enquanto invisibilizam outros. Com isso, ao passo que a publicidade comercial potencializa a venda de bebidas alcoólicas, por exemplo, há anúncios que instituem formas de cuidado em prol da sobriedade. Assim, notou-se que algumas agências de publicidade que desenvolvem as campanhas de prevenção também atendem indústrias do álcool, como o caso do grupo Wunderman Thompson, que já produziu campanhas para os Alcoólicos Anônimos e para a cervejaria Amstel.

## Referências bibliográficas

- Aldama, J. A. (2006). Les drogues comme forme de vie: pour une sémio-narcotique. In: Aldama, J. A et al. (orgs). *La transversalité du sens: parcours sémiotiques*. Saint Denis: PUV.
- Barros, D. L. P. de. (2002). *Teoria do discurso: fundamentos semióticos*. São Paulo: Humanitas FFLCH/USP.
- Barros, D. L. P. de. (2004). Publicidade e figurativização. *ALFA: Revista de Linguística*, v. 48, n. 2. Disponível em: [periodicos.fclar.unesp.br/alfa/article/view/4294](http://periodicos.fclar.unesp.br/alfa/article/view/4294). Acesso em: 8 ago. 22.
- Barros, D. L. P. de. (2010). Os sentidos da gestualidade: transposição e representação gestual. *CASA: Cadernos de Semiótica Aplicada*, v. 8, n. 2. Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/casa/article/view/3318>. Acesso em: 8 ago. 22.
- Barros, D. L. P. de. (2022). Contrato de veridicção: operações e percursos. *Estudos Semióticos*, v. 18, n. 2, p. 23-45. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/esse/article/view/198279>. Acesso em: 3 dez. 2023.
- Bártolo, J. (2007). *Corpo e sentido: estudos intersemióticos*. Covilhã: LabCom.
- Batista, M. D. F. B. D. M. (2003). A semiótica: caminhar histórico e perspectivas atuais. *Revista de Letras*, 1(25), 90-93. Disponível em: <http://www.periodicos.ufc.br/revletras/article/view/2242>. Acesso em: 3 dez. 2023.
- Carneiro, H. (1994). As drogas: objeto da Nova História. *Revista USP*, n. 23, p. 84-91. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/26998>. Acesso em: 3 dez. 2023.
- Carneiro, H. (2005). Transformações do significado da palavra “droga”: das especiarias coloniais ao proibicionismo contemporâneo. In: CARNEIRO, H. (org.). *Álcool e drogas na história do Brasil*. São Paulo: Alameda, p. 11-27.
- Cosenza, G. (2023). Stereotypes and Prejudices. From Social Sciences to Semiotics. *E|C*, n. 37, p. 243-257. Disponível em: <https://mimesisjournals.com/ojs/index.php/ec/article/view/2767>. Acesso em: 3 dez. 2023.
- Courtine, J.J. (2013). *Decifrar o corpo: pensar com Foucault*. Petrópolis: Vozes.
- Fiorin, J. L. (2014). *Elementos de análise do discurso*. São Paulo: Contexto.
- Fontanille, J. (2005). *Significação e visualidade: exercícios práticos*. Porto Alegre: Sulina.
- Fontanille, J. (2016a). A semiótica hoje: avanços e perspectivas. *Estudos semióticos*, v. 12, n. 2, p. 1-9. Disponível em: [dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5868255](http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5868255). Acesso em: 3 mai. 2022.
- Fontanille, J. (2016b). *Corpo e sentido*. Londrina: EDUEL.
- Fontanille, J. (2019). *Semiótica do discurso*. São Paulo: Editora Contexto.
- Foucault, M. (1977). *O nascimento da clínica*. Rio de Janeiro: Forense.
- Foucault, M. (1987). *Vigiar e punir*. Petrópolis: Vozes.
- Greimas, A. J. (1975). *Sobre o sentido I: ensaios semióticos*. Petrópolis: Editora Vozes.
- Greimas, A. J.; Courtés, J. (1979). *Dicionário de semiótica*. São Paulo: Cultrix.
- Greimas, A. J.; Fontanille, J. (1993). *Semiótica das paixões*. Dos estados de coisas aos estados de alma. São Paulo: Ática.
- Landowski, E. (2023). Pour une grammaire de l'altérité. *Revista Acta Semiotica*, 3(5). Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/actasemiotica/article/view/62453>. Acesso em: 3 dez. 2023.
- Lippmann, W. (1961). *Public Opinion*. Nova Iorque: Free Press.
- MacRae, E. (2021). *A questão das drogas: pesquisa, história, políticas públicas, redução de danos e enteógenos*. Salvador: EDUFBA, 2021.
- Quintana, L. (2022) Alternatives in the Midst of Ruination: Capitalism, Heterogeneity, Fractures. *Critical Times*, v. 5, n. 1, p. 50-75. Disponível em: <https://read.dukeupress.edu/critical-times/article/5/1/50/313360/Alternatives-in-the-Midst-of-RuinationCapitalism>. Acesso em: 3 dez. 2023.
- Rigoni Filho, J. C.; Caetano, K. (2021). A contextualidade da Covid e a atemporalidade do consumo de drogas e tabaco em fotografias midiáticas. *ESFERAS*, v. 3, p. 147-165. Disponível em: <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/esf/article/view/13384>. Acesso em: 1 jan. 2024.
- Rigoni Filho, J. C. (2022). Entre o prazer e o sofrimento: imagens do corpo feminino em campanhas de prevenção às drogas. *Tuiuti: Ciência e Cultura*, v.8 n.65, p. 23-51. Disponível em: <https://doi.org/10.35168/2176-896X.UTP.Tuiuti.2022.Vol8.N65.pp23-51>. Acesso em: 1 jan. 2024.
- Rigoni Filho, J. C. (2023). *Corpos sensíveis em cenas (in)visíveis: consensos e dissensos em imagens midiáticas de mulheres usuárias de drogas*. [Dissertação de mestrado, Universidade Tuiuti do Paraná]. TEDE – Sistema de Publicação Eletrônica de Teses e Dissertações. Disponível em: <https://tede.utp.br/jspui/handle/tede/1928>. Acesso em: 1 jan. 2024.
- Rinn, M. (2016). A retórica da imagem nas campanhas contra a AIDS. *LÍBERO*, n. 33 A, p. 41-50. Disponível em: <https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/161>. Acesso em: 3 dez. 2023.

Tiburi, M.; Dias, A. (2013). *Sociedade fissurada: para pensar as drogas e a banalidade do vício*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

World Health Organization. (2004). *Neuroscience of psychoactive substance use and dependence*. Genebra: World Health Organization.



**Valdenildo dos Santos**

(in memoriam)

## Semiotics and Psychology in the interfaces of love

How many dimensions does love have? Researchers everywhere seek to define and unravel the mysteries of love in romantic relationships, between parents and children, people in general and couples over the years. For Santos (1996), love has three dimensions, namely: the philanthropic, erotic and agape dimensions. Sternberg (1984) proposes the love triangle composed of the study of intimacy, passion and commitment, which develop into seven types of love. We don't dare undertake such a difficult task, but if we do some research on the subject, everyone will try to define love in the most diverse ways. This work, therefore, following this path initiated and followed by Santos, is based on the hypothesis that the age difference in a loving relationship can cause a lack of love over time and that betrayal can trigger disappointment and transform love into hate. We take, as inspiration, the passage from youth to old age in the poem "Retrato" by Cecília Meireles, brief analyzes of the lyrics of the song "A Thin Line Between Love and Hate" (1971) by The Persuaders and two love stories, under a psychological and semiotic perspective.

### Keywords

Love, passion, betrayal, revenge, psychology, semiotics.

## Semiótica e Psicologia nas interfaces do amor

**Quantas dimensões tem o amor? Pesquisadores de toda parte procuram definir e desvendar os mistérios do amor nas relações amorosas, entre pais e filhos, pessoas em geral e casais ao longo dos anos. Para Santos (1996), o amor tem três dimensões, a saber: a dimensão filantrópica, erótica e ágape. Sternberg (1984) propõe o triângulo amoroso composto pelo estudo da intimidade, da paixão e do compromisso, que se desenvolvem em sete tipologias de amor. Não ousamos realizar tarefa tão difícil, mas se fizermos uma pesquisa sobre o assunto todos tentarão definir o amor das mais diversas formas. Este trabalho, portanto, seguindo este caminho iniciado e trilhado por Santos parte da hipótese de que a diferença de idades numa relação amorosa pode provocar o desamor ao longo do tempo e que a traição pode desencadear a decepção e transformar o amor em ódio. Tomamos, como inspiração, a passagem da juventude à velhice no poema "Retrato" de Cecília Meireles, breves análises da letra da canção "A Thin Line Between Love and Hate" (1971) do The Persuaders e de duas histórias de amor, sob um olhar psicológico e semiótico.**

### Palavras-chave

Amor, paixão, traição, vingança, psicologia, semiótica.

Que amor sigo? Que busco? Que desejo?  
Que enleio é este vão da fantasia?  
Que tive? Que perdi? Que me queria?  
Quem me faz guerra? Contra quem pelejo?<sup>1</sup>

O que queria dizer sobre o amor o poeta português Francisco Rodrigues Lobo ao compor este quarteto? Estaria perdido em que caminho seguir em meio a tantas definições do amor? Antes de tudo, é preciso considerar que Lobo é o autor que empresta sua voz, a palavra, a um narrador que aparece *in texto*.

Gerárd Genette, em *Discurso da narrativa* (1979) distingue as narrativas como a) aquelas de narrador ausente da história que conta e b) aquelas de narrador presente como personagem da história que conta. É o que vai chamar de narrador heterodiegético e homodiegético (1979, p. 243-4). Como dá-se a impressão de que é o próprio Lobo que pergunta, introduzindo-se no soneto pelo uso do verbo “sigo”, ocultando um “eu” lírico, podemos chamar esse narrador segundo a concepção genetteana de narrador homodiegético, posto que o narrador heterodiegético narra uma história da qual não faz parte, é um sujeito alheio, que está fora da diegese e o homodiegético tem participação na história como protagonista, testemunha ou observador. Neste caso, embora se camufle, se esconda, o narrador aparece como sujeito questionador, feito sujeito sartreano com crise de identidade.

Esse narrador que quer saber que amor seguir, que buscar, que desejar, que chama o amor de “enleio da fantasia”, isto é, “dúvida”, “confusão”, “embaraço”, ou mesmo “perplexidade da fantasia, senão com crise de identidade, pelo menos assume uma posição de sujeito da dúvida, nos fazendo entendê-lo como um homodiegético que não desempenha um papel secundário, de observador ou testemunha, mas quer ser o herói de sua própria narrativa, se transformando num autodiegético na terminologia de Genette.

Essa forma de questionamento que nos leva a Sartre mostra também uma das principais características do homem barroco, trilhando o mesmo caminho de Camões e Padre Vieira, posto que a dualidade é característica marcante do homem barroco. Francisco Lobo, poeta português, morreu afogado no Tejo em fins de 1622, com apenas 42 anos de idade, mas deixou-nos esse narrador que caminha elegantemente sobre as águas de dois mares. Que amor amar: o platônico ou o racional? Que amor buscar? O da emoção ou da razão? Que desejo alcançar: o da carne ou do espírito? Que enredo tem este vazio da fantasia? O que é o amor para ele? Uma perplexidade caótica e sem sentido ou uma inútil quimera confusa? Seus versos, em forma de questionamento, revelam os sentimentos de um poeta tipicamente barroco, em busca de respostas para algo fundamental na vida: o amor. Um tema que passa de geração em geração e por isso não se perde jamais no tempo, porque enquanto o homem existir existirá o amor.

Mas, o que dizer do amor? Camões dizia que “é fogo que arde sem se ver, ferida que dói e não se sente, um contentamento descontente<sup>2</sup>.”

1 Francisco Lobo em *Poesias*, sel., pref. e notas de Afonso Lopes Vieira, Lisboa, Sá da Costa, 1940, pp. 77 e 78)

2 <http://pensador.uol.com.br/frase/MTY2OTM/> visitada em 23 de março de 2015 (Sua Poesia.com).

John Lennon por sua vez associava o amor à liberdade<sup>3</sup>. Sting também canta que se você ama alguém, deixe-o livre<sup>4</sup>. O texto bíblico aconselha que devemos nos revestir de amor “que é o vínculo da perfeição” (Kyrie, 2006, p. 1166).<sup>5</sup>, que “no amor não há medo. Antes, o perfeito amor lança fora o medo, porque o medo produz tormento” (Kyrie, 2006, p. 1236)<sup>6</sup> e que “aquele que teme não é aperfeiçoado em amor” (Kyrie, 2006, p. 1236)<sup>7</sup>.

Leo Buscaglia também já falou do amor. Ele conta, em seu livro “Vivendo, Amando e Aprendendo” (1995), que, numa de suas aulas sobre o amor, um aluno perguntou-lhe se, no sábado, teria aula prática. Parece-nos, com base nesta pergunta, a título de hipótese, que a maioria, pelo menos dos jovens, atribui ao amor uma dimensão erótica, já que vamos aqui falar das três dimensões do amor.

Marina Colassanti diz que o amor tem no afeto e na paixão suas formas de atuação: “não existe um único amor ao qual todos obedecem, mas sim diferentes formas de amor, variando não só de acordo com as diferentes culturas, mas também através da história” (1985, p. 17-20). Dentre tantas definições, o amor acabará se englobando numa das três definições que aqui propomos, sob a crença de que há diversas dimensões do ato de amar, mas há também um vetor por onde passam todas as relações amorosas que estariam englobadas na dimensão filantrópica, erótica ou ágape, assunto explorado por Santos em sua dissertação de mestrado “As Três Dimensões do Amor” (UNESP, 1996<sup>8</sup>) em que desenvolveu as relações semióticas do amor como segue:

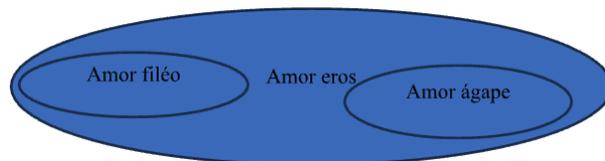


Figura I: Esquema das três dimensões do amor. Fonte: (SANTOS, 1996-1997)

Santos pediu para um grupo de 40 alunos do Ensino Médio, definir o amor, coletou as definições e analisou cada uma delas. O resultado de sua pesquisa demonstrou que na visão de amor dentre os adolescentes e qual o conceito de amor mais praticado dentre eles, o amor Eros era o eixo principal de suas relações: “Em todas estas formas de amor e tantas outras que não nos vem à memória agora, há, no entanto, um amor que se aflora. É o amor erótico. Se observarmos a dimensão deste amor neste livro, veremos que continua sendo o vetor principal das relações huma-

3 Love, Faixa sete do álbum “John Lennon Collection/Plastic Ono Band”, 1970, Original Sound Recordings da Emi Records, Ltd, 1982.

4 Faixa 1, lado A If you love somebody set them free do álbum “The dream of the Blue Turtle”, CBS Discos, 19985, A&M Records, Inc.

5 I Colossenses, 3:14.

6 I João, 4.18.

7 I João, 4.18.

8 Valdenildo dos Santos, professor, pesquisador e escritor brasileiro publicou “Amor Eros, as chamadas da paixão”, um dos três capítulos de sua dissertação de mestrado pela UNESP, Bauru, em que defende que o amor tem três dimensões e um vetor principal por onde passam as relações amorosas, especialmente, entre os jovens.

nas, embora também apresente algumas características filantrópicas e agápicas” (1997, p. 72). Em decorrência desta constatação, Santos encontrou explicações porque “os relacionamentos, em sua maioria, não são harmoniosos e duradouros” (1997, p. 73). Além dos depoimentos dos 40 alunos, Santos analisou letras de músicas do cancionário popular, poemas da literatura brasileira e portuguesa, versos de poemas de Murilo Mendes (1976) e Jorge de Lima (1958), trechos da Bíblia como a carta do apóstolo Paulo aos Coríntios sobre o amor (Kyrie, 2006, p. 1121)<sup>9</sup>, entrevista televisiva de Leonado Boff e partes do filme “Irmão Sol, Irmã lua” de Franco Zefirelli<sup>10</sup>, além de uma pesquisa etimológica e filológica quanto ao “amor” empregado por Cristo e Pedro, nas três confissões de amor dos evangelhos (Kyrie, 2006, p. 1047)<sup>11</sup>. Santos utilizou-se, ainda, da análise de um relato de um caso de amor em que houve a traição, vingança que puseram o amor e o ódio como possíveis faces da mesma moeda (1997, p. 36).

Este trabalho, portanto, seguindo este caminho iniciado e trilhado por Santos parte da hipótese de que a diferença de idades numa relação amorosa pode provocar o desamor ao longo do tempo e que a traição pode desencadear a decepção e transformar o amor em ódio.

Tomamos como base, num primeiro momento, uma breve reflexão sobre a passagem da juventude à velhice no poema “Retrato” de Cecília Meireles e na ilustração do relato da relação entre um casal que apresenta a diferença de idade. Num segundo momento, fazemos uma breve análise do relato de um caso de amor entre um casal de namorados em que a relação amorosa mostra a traição como pivô para a decepção e a vingança, transformando o amor em ódio. Como ilustração, além do poema de Meireles, a letra da música “A thin Line Between Love and Hate” do The Persuaders (1971).

### A psicologia do amor na linha do tempo.

As pesquisas em termos psicológicos em torno do amor se iniciaram no início do Século XX com os estudos empíricos dos relacionamentos interpessoais, mais especificamente os casamentos e a paternidade, sob um prisma sociológico, com o que se chamou de Conselho Nacional de Relações das Famílias, formado em 1938, que hoje se chama Jornal do Casamento e da Família, fundado em 1939 (Gottman, 1998). É, portanto, nas décadas de 30 e 40 que pesquisadores como John Bolwby, Harry Harlow, Robert Hinde e Mary Ainsworth estudaram os laços afetivos entre filhos e mães (Bretherton, 1992). Bowlby é conhecido pelo desenvolvimento da Teoria do Apego nas três edições de seus livros *Attachment and Loss*, publicados em 1969, 1973, e 1980, inicialmente envolvendo o estudo da relação entre pais e filhos.

Acreditamos que, na fase infantil, existe uma dependência e confiança da criança em relação aos pais, seus primeiros paradigmas, antes dos professores e grupos sociais com a puberdade. As pesquisas de Bowlby se estenderam, mais tarde (1987) aos relacionamentos românticos, conforme

afirmam Cindy Hazan e Phillip Shaver (1987), que exploraram a segurança, a rejeição, a ansiedade e a ambivalência nas relações amorosas, consideradas estáveis da infância à fase adulta. A relação entre pais e filhos serviriam, desta forma, como base para as relações de amizade e as relações amorosas quando adultos.

Além de Hazan e Shaver, Nancy Collins, Jeffry Simpson e Chris Fraley também estudaram o apego. Collins, por exemplo, e Stephen Read (1990) desenvolveram uma das escalas mais citadas e utilizadas que avaliam os estilos de apego de adultos e, adicionalmente, suas três dimensões, a auto estima individual, a confiança e as diferenças de gênero. Jeffry Simpson conduziu uma extensa pesquisa sobre a influência dos estilos de apego nos relacionamentos, incluindo a documentação de emoções mais negativas e menos positivas expressas em um relacionamento por indivíduos que eram ansiosos ou que se evitavam (2016/2017). Chris Fraley também estudou o apego e se utilizou da teoria de resposta para explorar as propriedades psicométricas de escalas de apego de adultos conforme seus relatos (2000).

Já no final da década de 50, a teoria do apego se expandiu, indo do escopo familiar para as necessidades mais generalizadas intensificadas pelas respostas biológicas, como a ansiedade e a fome (Schachter, 1959), seguidas pela teoria da interdependência de Harold Kelley e John Thibaut (1959), englobada da Teoria da Mudança Social dos anos 50s e início dos anos 60s que descreve as experiências sociais dos indivíduos, custos e benefícios nos relacionamentos (Blau, 1964, Emerson, 2003).

A teoria do Aprendizado Social que surgiu nos anos 40s teve origem nas ideias comportamentais de Clark L. Hull (1930) e B. F. Skinner (1948), cuja articulação ocorre no livro “Social Learning Theory” de Albert Bandura (1971) e oferece alguma similaridade com a Teoria da Troca, se concentrando mais nas desvantagens e recompensas reveladas nos comportamentos e interações entre os pares, como a demonstração de afeto em oposição aos custos e benefícios da relação, mostrando, nas pegadas do psicólogo Lewis Terman, que a causa primeira do sucesso ou fracasso dos casais pode ser encontrada por meio do estudo da personalidade e temperamento dos parceiros envolvidos numa relação amorosa: “The earliest efforts to understand the cause of relationship success and failure focused precisely on this issue of partners’ personalities and temperaments” (Bradbury & Karney, 2019, p. 195). É essa teoria que vai inspirar a Teoria da Coerção de Gerald Patterson (1982), a qual afirma que os indivíduos alimentam os maus comportamentos um noutro sem intenção, conduzindo os parceiros à disforia.

Mas é no final da década de 60 e início dos anos 70s que os estudos dos relacionamentos cresceram e ganharam popularidade por meio da influência de Ellen Berscheid e Elaine Hatfield com o artigo *Perspectives on Psychological Science* (2013). Foram ambas que começaram estudar o amor visto como atração física, duas décadas depois das pesquisas de Hill e dez anos após os estudos de Schachter, Kelley e Thibaut. Elas foram em busca de respostas sobre a atração entre dois indivíduos, o que poderíamos chamar do estudo da paixão (Walster et al., 1966; Berscheid et al., 1969; Dion e Walster, 1972). Além da atração física, estes estudiosos do amor exploraram a escolha que os parceiros faziam e seu apaixonamento, considerando o eixo principal das relações como sendo a saúde humana e o bem estar.

9 I Coríntios, capítulo 13.

10 [https://www.youtube.com/watch?v=zX6ZDjQbqus&ab\\_channel=F%3C%3A3deDublagem](https://www.youtube.com/watch?v=zX6ZDjQbqus&ab_channel=F%3C%3A3deDublagem)

11 João 21: 15-17.

Numa época predominante masculina, as pesquisadoras receberam críticas do senado de Wisconsin. Para se ter uma ideia, Berscheid recebeu 84.000 dólares da Fundação de Ciência Nacional para o Estudo do Amor e recebeu críticas do senado que alegou que era um gasto desnecessário. A crítica negativa fez com que seu trabalho alcançasse o apogeu em 1974, conforme mostram Reis, Aron, Clark e Finkel em seu artigo *Ellen Berscheid, Elaine Hatfield, and the Emergence of Relationship Science*: “Early researchers widely assumed that passionate love declines once romantic couples become committed to each other, a decline for which, if things go well, growing levels of companionate love compensate. Indeed, it is well established that passionate love typically declines over time” (2013, p. 564). Elas admitem que o comprometimento entre os casais que vivem um amor companheiro diminui com o passar do tempo. No caso da paixão, diríamos, a relação é intensa, mas dura pouco tempo.

Reis, Aron, Clark e Finkel persistiram no estudo do amor enquanto paixão e ampliaram o tema, buscando a diferença entre o amor apaixonado e o amor companheiro. Este primeiro chamamos de paixão e está inserido no eixo do Amor Eros, e o segundo é englobado do eixo adjacente do Amor Filéio, conforme o esquema das Três Dimensões do Amor de Santos (1996)<sup>12</sup>. É, desta forma que, a partir da década de 80 o campo do estudo sobre o amor deslancha com trabalhos de inúmeros pesquisadores que procuram expandir a temática, como o modelo ecológico social de Urie Bronfenbrenner (1997, 1979, 1986), a Escala de Ajustamento Diático, uma das mais citadas na atualidade nos estudos da intimidade dos relacionamentos (Spanier, 1976). Foi Bronfenbrenner que publicou um modelo que integra os múltiplos níveis diferentes, ou domínios do meio ambiente por um indivíduo.

Bronfenbrenner estabelece o microsistema em que os atores se encontram, crianças, pais, amigos, como nos espaços casa, escola e trabalho como primeiro nível. O segundo nível, chamado de mesosistema considera os efeitos combinados de dois ou mais contextos e cenários. O terceiro nível, exosistema, considera, também, os efeitos de dois contextos, mas contem pelo menos um contexto em que o indivíduo não está diretamente presente, como governo, serviço social, mas que afeta o ambiente em que estão, como a casa e o trabalho. O quarto nível é o que chama de macrosistema, em que estão as ações humanas sociais e culturais mais amplas que afetam os indivíduos e, finalmente, a dimensão do tempo que se relaciona com as mudanças do indivíduo nos eventos de sua vida, o que chama de cronosistema. O relato da relação amorosa que utilizamos anteriormente, bem como a breve análise da juventude e velhice no poema de Cecília Meireles poderiam ser integrados no cronosistema sugerido de Bronfenbrenner. Mas, qual a relação entre o amor, a paixão, o companheirismo entre adultos e a infância? A partir do modelo de John Bowlby formalizada no final da década de 60 e início da década de 70, os estudos sobre as relações entre pais e filhos se desenvolveram e serviram de base para o estudo do amor nas relações adultas (Bowlby, 1969, 1973, 1980). São, todavia, os estudos de Harold Kelley, Ellen Berscheid, Andrew Christensen e Anne Peplau (1983) que fornecem

uma visão compreensiva do campo das ciências dos relacionamentos em seu início e identificam suas tipologias. A conclusão das pesquisas de Eli J. Finkel, Jeffrey A. Simpson e Paul W. Eastwick em seu livro *The Psychology of Close Relationships: Fourteen Core Principles* (2016/2017) afirmam que

As we look to the future, it will be interesting to see whether various theories gradually merge into a single, unified theory of relationships or whether some major disagreements will enter mainstream relationship science. As the field continues to mature, it is likely to benefit from simultaneous trends toward greater theoretical unification on the one hand and greater theoretical disagreement on the other. Such trends should refine, deepen, and extend our understanding of how and why relationships function as they do in daily life, potentially providing clinicians and policymakers with more effective tools for helping people achieve deeper and more fulfilling relationships.

Finkel, Simpson e Eastwick sugerem para estudos futuros se verificar se as várias teorias que estudam o amor podem, eventualmente, se unificar numa única teoria dos relacionamentos, ou se há uma corrente principal da ciência das relações. O que temos mostrado neste trabalho é que isso é possível, ao estudarmos o amor em suas três principais dimensões, como sugere Santos em suas pesquisas de 1996/1997. Ocorre que, como descobriram os pesquisadores, cada vez mais que os estudos avançam mais se contempla essa desejada unificação teórica sob a afirmação de que existe um eixo principal do amor, chamado de amor Eros, que agrega como eixos adjacentes outros tipos de amores, como o amor amigo e o amor ágape, ou mesmo estes inúmeros outros tipos de amores sugeridos pelas mais diferentes correntes investigativas psicológicas ou não. Em oposição a este desejo de unificação, existem pontos de vistas que não concordam que seja possível esta unificação, levando-nos a pensar naquilo que já fizeram todas estas teorias que poderiam utilizar, enquanto material base o que já fizeram, para afinar seu escopo como partes de um todo. Teríamos, desta forma, um arcabouço teórico do amor que poderia contribuir com o trabalho dos psicólogos em suas clínicas.

Para se ter uma ideia da abrangência dos estudos e generalizações, tendo como termo oposto as especificações, Arthur Aron examina os relacionamentos entre parceiros românticos, siblings, amigos e pais em *Love and the expansion of self: Understanding attraction and satisfaction*, em que defende que as emoções, as cognições e os comportamentos em torno do amor são a base para a expansão da pessoa (1986). Uma de suas metas é nos levar a pensar também na reunião de todos os dados sobre o amor e na possibilidade de os unificarmos utilizando a ideia da auto expansão com ilustração das implicações teóricas. Seu livro, a partir de uma visão da psicologia social e clínica, é destinado aos psicólogos, sociólogos, conselheiros da família e do casamento e a outros campos do conhecimento como a comunicação, a psiquiatria, a etologia que se empenham e se preocupam com o estudo do amor.

Thomass Malloy e David Kenny desenvolveram o modelo das relações sociais (1986), Toni Antonucci e Hiroko Akiyama (1987) estudaram a amizade e o apoio social entre adultos. Howard Markman, Frank Floyd e Scott Stanley são, no entanto, os pioneiros no desenvolvimento dos estudos em torno das intervenções no relacionamento romântico, cujo foco são os casamentos (1988) e publicam o programa

12 Estes estudos estão publicados em *Passionate Love, Companionate Love, and Intimacy* de Fischer e Stricker de 1982 e “*Measuring passionate love in intimate relationships*” de 1986.

“prevenção, intervenção e relacionamento” em 1995. Um ano depois (1996), Kenny desenvolve os modelos de não independência na Pesquisa Diática, com grande interesse em terapia familiar e no casamento também.

Dentre tantas teorias, a Psicologia Evolutiva é um grupo de teorias que busca compreender os comportamentos dos parceiros como produto da adaptação passada de nossos ancestrais e apresenta uma isotopia que se percebe nos estudos modernos dos processos de relacionamentos e comportamentos segundo resposta da adaptação do indivíduo ao meio em que vive, como seres que devem se reproduzir (Bradbury & Karney, 2019), quando a seleção sexual tem por base as características físicas, sendo que quanto mais atraente for o parceiro (a) mas sucesso terá na competição entre os parceiros.

Bradbury e Karney falam sobre os traços da personalidade, as experiências da infância nas famílias e os primeiros relacionamentos com os cuidadores no livro “Intimate Relationships” (2010), além da temática do amor e qual sua importância, relações íntimas, os mistérios da intimidade, eles abordam ainda as teorias que influenciaram os estudos e os modos de ver esse sentimento que move os corações em todo parte, a Teoria Evolutiva, a Teoria do Apego, a Teoria da Troca Social, A Teoria do Aprendizado e os Modelos Ecológicos. Eles descobriram, por exemplo, que as mulheres, no contexto da Teoria do Investimento dos Pais, comparadas com os homens, tem mais o que perder e foram, do ponto de vista de seus ancestrais, mais seletivas quanto aos seus parceiros. Neste caso, o contexto cultural em que vivem foi relevante. As diferenças entre os desejos femininos e masculinos é o tema de pesquisas mais recentes de Steven Gangstead<sup>13</sup> e Martie Haselton (2015). Os pesquisadores estudaram, por exemplo, as reações dos parceiros durante o ciclo de ovulação das parceiras. David Buss estudou as diferenças sexuais na seleção do parceiro (a) sob o aspecto *cross-cultural*. O ciúme e outros processos do relacionamento que integram as perspectivas evolucionárias em contextos socio culturais. Ele testou hipóteses evolutivas em 37 culturas, as diferenças dentre os pares quanto ao ciúme, a evolução, a fisiologia e a psicologia (1999).

### Psicologia cognitiva e o amor.

Em *Psychological modeling: Conflicting theories* (1971) Albert Bandura já estudava como os observadores formavam um modelo interno do mundo exterior para orientar as suas ações, o papel do reforço na aprendizagem observacional, a eficácia relativa dos modelos apresentados que apresentavam a linguagem não verbal (apresentações pictóricas) e verbal, como o escopo das influências da modelagem e os fatores determinantes do aprendizado por meio da observação. Ele estudou ainda a tipologia de sujeitos mais suscetíveis às influências modeladoras e os modelos mais influentes na modificação do comportamento humano. Em “Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective on Human Nature” (2023) ele explica como suas pesquisas dos últimos cinquenta anos sobre os determinantes do pensamento se destacam quanto a capacidade de ação

13 Jeffrey Simpson e Steven Gangstead publicaram obras sobre os processos de relacionamento na perspectiva evolucionária, incluindo aqueles estudos sobre os parceiros que discutem as compensações (enfrentadas pelas mulheres que selecionam um parceiro) entre a aptidão genética de um parceiro potencial para ter filhos e sua disposição de ajudar na criação dos filhos.

das pessoas em relação a si mesmas e nas atitudes do parceiro (a), o que chama de controle. Bandura explica como sua teoria básica e pesquisa foram aplicadas, em todo o mundo, para a melhoria da condição humana, estudando o comportamento moral e o desligamento moral e a aplicabilidade dos princípios básicos da Teoria Social Cognitiva como objeto modal da transformação do indivíduo de forma pessoal e nas suas interrelações. Sua contribuição, classificada por alguns críticos como inovadora, destina-se aos psicólogos que querem trabalhar em sua própria clínica, nas escolas, indústrias ou outras organizações sociais. Algumas pesquisas demonstram que os homens e mulheres possuem doze regiões cerebrais responsáveis pela intensidade das paixões, dos ardentes desejos. Mas será que poderemos chamar isso de amor, ou amor romântico? Pesquisadores como James W. Lewis e Jen Christiansen (2011), por meio de análise comparativa de ressonância magnética do cérebro procuraram revelar as fontes do desejo com grupos de pessoas que experimentavam o que eles chamam de amor apaixonado, maternal ou condicional. O amor, nesta perspectiva, seria uma reação em cadeias, porquanto, regiões cerebrais liberariam neurotransmissores e outras químicas no cérebro e na corrente sanguínea que provocariam a euforia, um estado de grande atração que culminaria com o prazer. No modelo englobante englobado de Santos isto estaria mais para a definição da dimensão do amor Eros, que segundo o estudioso do amor, ainda em 1996-1997, o amor teria três dimensões. Este amor que chamamos de paixão não pode ser concebido como amor maternal, a menos que consideremos o complexo de Édipo, em que o filho se apaixona pela mãe, ou a filha pelo pai. De qualquer forma, a expectativa de Lewis e Christiansen é de que, no futuro, a partir de suas pesquisas, pessoas em estado de depressão possam ser beneficiadas por profissionais da área da psiquiatria que seriam capazes de ajustar essas químicas em seu cérebro. A disforia, esse grande estado de dor, a angústia, culminando com a depressão pós um relacionamento problemático e desastroso poderia, assim, ser removida ou amenizada por meio de medicina apropriada.

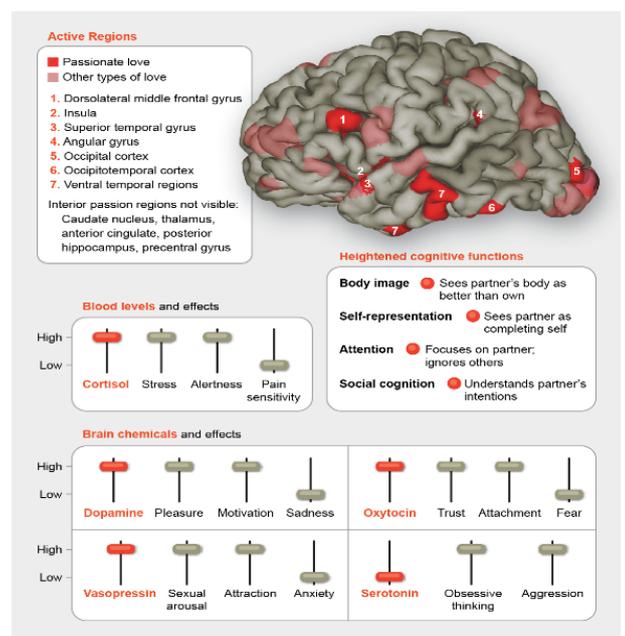


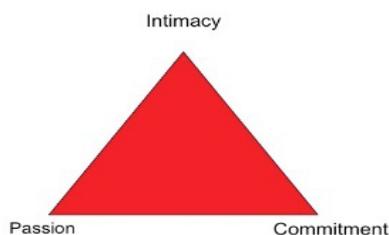
Figura II: The Brain in love. Fonte: (Ortigue, 2011/Lewis & Christiansen, 2011)

Afirmam Lewis e Christiansen que a paixão eleva as funções cognitivas com a elevação química das regiões cerebrais, o que Stephanie Ortigue (2010) vai chamar de interação da rede do amor. Ortigue analisou imagens de ressonância magnética um ano antes de Lewis e Christiansen e descobriu que os tipos de amor envolvem redes cerebrais distintas, como as funções cognitivas superiores que mostram a “cognição social” e “representação própria do corpo” (2010)<sup>14</sup>. Ela compara o que chama de “amor apaixonado”, espécie de termo englobante em que inclui o amor materno, amor incondicional e o amor que sentimos pelos amigos.

Esse “amor apaixonado” estaria incluído no esquema de Santos como englobado do eixo do amor erótico. O “amor incondicional” poderíamos situá-lo como uma espécie de amor ágape. O “amor que sentimos pelos amigos” pode ser inserido no eixo do amor filéu.

Essa expansão do estudo das tipologias do amor, como faz Ortigue, é complicada, porque acaba nos levando para longe do propósito de concentrar as experiências amorosas e estabelecer uma definição mais concisa e englobante deste sentimento. Desta forma, não podemos chamar ou confundir amor com paixão, por exemplo. Ela chega a dizer que o amor que sentimos pela nossa parceira romântica ativa uma rede similar aquela ativada pelo amor que sentimos pelo nosso melhor amigo. É certo que nosso grande amor pode ser também nossa grande amiga, mas não podemos afirmar que o amor que sentimos pelo ser amado é o mesmo que sentimos por nosso melhor amigo. São diferentes tipos de amor. Um é erótico, o outro é filantrópico. Num ponto, todavia, concordamos com Ortigue, quando ela afirma que perder um de nossos relacionamentos de amor importante pode desencadear a depressão.

Não vamos discutir aqui os graus de intimidade, paixão e compromisso de Robert Sternberg desenvolvidos em 1980, nem tampouco os sete componentes de cada um deles na tipologia do amor, mas vale a pena mostrar o seu triângulo amoroso:



**Figura III:** O Triângulo Amoroso de Sternberg. Fonte: (STERNBERG, 1984/1986)

Apesar do desafio de se definir o amor como vimos anteriormente, poucos pesquisadores sugerem uma teoria sobre o conceito do amor. A teoria de Sternberg surge como uma exceção, uma vez que propõe os vários graus de intimidade, de paixão e compromisso nas relações amorosas ao longo do tempo e não se nega aqui sua importância.

Sternberg toma essa teoria triangular do amor como espécie de eixo principal de onde extrai uma série de tipologias do amor nas relações amorosas e sexuais. Desta forma, a intimidade envolve sentimentos de proximidade, conexão e vínculo, a paixão os desejos que conduzem à atração física e a consumação do ato sexual e o compromisso, que é uma espécie de tomada de decisão do parceiro de ficar com a companheira por conta de objetivos que têm em comum. Nesta perspectiva, os parceiros envolvidos na relação buscam o equilíbrio entre a necessidade psicológica do sexo e do amor propriamente dito. Estes três componentes interagem entre si e sua combinação acaba por criar outros tipos de amores, como a amizade em que se tem a intimidade e o parceiro gosta da outra pessoa, mas não se tem a paixão e o compromisso como no sentido romântico do termo. A amizade, desta forma, seria o eixo principal das outras formas do amor, diferente da proposta de Santos em que a amizade surge como uma das três dimensões do amor. Nas pesquisas de Santos, mostrou-se que 99% das relações entre os jovens têm como eixo principal o amor Eros. Essa tipologia de amor está mais para o eixo do amor Eros do esquema de Santos.

A segunda tipologia do amor pode ser chamada de paixão e a palavra usada em inglês é “infatuation”, que se traduz por uma paixão intensa e passageira, ou admiração por alguém e por algo. Se formos buscar a definição para a palavra “passion”, também em inglês, veremos que quer dizer uma emoção forte raramente controlada. Parece-nos, assim, que “infatuation” seria um termo englobante e “passion”, um termo englobado, sendo que o primeiro se caracteriza pela luxúria e paixão física em que não se tem o amor amigo e o compromisso, e, o segundo, é apenas uma forte e incontrolável emoção. É termo englobado pelo amor Eros nas dimensões de amor sugeridas por Santos.

O terceiro tipo de amor, chamado de “amor vazio”, tem como componente o “compromisso”, sem a exploração da paixão ou intimidade em que essa emoção forte, às vezes, pode se transformar em nada, ou em tudo, ao mesmo tempo, como um casamento como nos moldes antigos, em que os pais escolhiam o esposo para a filha. A relação poderia começar “vazia”, no “nada” e poderia fazer gerar outra forma de amor com o passar do tempo. Poderíamos inserir este amor na dimensão do amor amigo (Philo Love) sugerido por Santos.

O quarto tipo de amor é o “amor romântico” que engloba a intimidade e a paixão em que os casais dialogam sobre as questões de intimidade e gostam do afeto e da paixão sexual. Todavia, seus planos futuros ainda não estão delineados. Este tipo de amor se encaixa na dimensão do amor erótico de Santos.

O quinto tipo de amor é o companheirismo, cujos componentes seriam a amizade e a intimidade, quando um companheiro gosta do outro, ou se sente atraído (a) pelo outro, mas não chega a consumir o desejo sexual. É uma espécie de sentimento mais forte que a amizade, porquanto é mais duradouro, mas há o mínimo de desejo, ou nem mesmo nenhum desejo sexual, como nos casamentos em que a paixão acabou, mas o casal ainda mantém o afeto e um vínculo forte. Este tipo de amor ainda pode ser visualizado nas relações entre membros de uma família, ou entre amigos próximos o que o colocaríamos como englobado do amor amigo de Santos.

<sup>14</sup> Ortigue escreveu sobre o assunto em *Neuroimaging of Love: fMRI Meta-Analysis Evidence toward New Perspectives in Sexual Medicine*, publicado no *Journal of Sexual Medicine*.

O sexto tipo de amor é o “amor tolo” que envolve o compromisso e a paixão, sem a amizade e a exploração da intimidade. Seus aspectos marcantes são a turbulência e a impulsividade. Se uma relação tem por base o “amor tolo” só sobrevive pela sorte. Um tem uma forte e incontrolável emoção (paixão) pelo outro, age pelo impulso, mas não chega a ter o sexo como ponto principal, sem a exploração da intimidade. Talvez o englobemos na dimensão do amor amigo de Santos.

O sétimo tipo de amor é o “amor consumado” que seria uma espécie de amor mais abrangente, porquanto engloba a intimidade, a paixão e o compromisso, representando o relacionamento ideal em que os casais têm relevantes relações sexuais à longo termo e não conseguem se imaginar com ninguém mais e nem tampouco felizes um sem o outro. No amor consumado, o casal se esforça para gerenciar as diferenças vencer os elementos estressantes da relação amorosa. Esta tipologia de amor podemos inserir na dimensão do amor ágape como eixo principal da relação na proposta de Santos.

Mas são as histórias de amor entre casais que nos permitem falar e tentar entender o amor. Passemos, neste momento, portanto, a refletir sobre o amor, tomando, por análise, dois relatos de histórias de amor envolvendo um casal, cujo sentimento de amor é transformado ao longo da relação, por conta da diferença de idades e a ação do tempo, com inspiração no poema “Retrato” de Cecília Meireles que mostra a efemeridade da vida e a passagem da juventude a velhice e o caso de amor entre dois namorados tipificado pela traição que gerou a decepção, a vingança, o amor e o ódio. Como inspiração para se falar da traição, fazemos, também, uma breve análise da letra da canção “It’s a Thin line Between Love and Hate” (1971)<sup>15</sup>, sucesso na voz de Chrissie Hynde, do The Pretenders (1984).

#### Interface psicologia e semiótica: De um estado de coisas a um estado de alma

As teorias ecológico-sociais que têm sua raiz na sociologia e antropologia e levam em conta o meio ambiente e o contexto em que as pessoas vivem forneceu o modelo ABC-X, arcabouço teórico de Reuben Hill, desenvolvido para a análise de como as famílias gerenciavam e se adaptavam diante das crises que surgiam em seus relacionamentos (HILL, 1949). Forças exteriores influenciam os relacionamentos, não importa se nas relações sociais entre indivíduos, como nas relações dentre os membros da família, relações de amizade e mesmo nos relacionamentos românticos (Berscheid,1999). Essa questão do externo influenciando o interno pode ser observado por meio do quadrado semiótico da atração e repulsa, se fizermos uma interface com a semiótica.

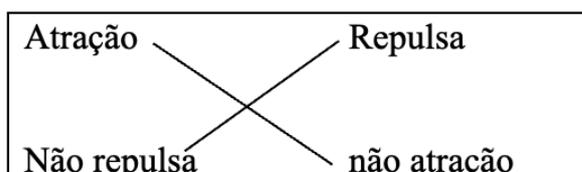


Figura IV: Quadrado semiótico da atração e repulsa. Fonte: Os autores.

Algirdas Julien Greimas e Joseph Courtés criaram o quadrado semiótico das categorias tímicas, “motivada pelo sentido da palavra *timia* (cf. grego *thymós*, “disposição afetiva fundamental”), que “serve para articular o semantismo diretamente ligado à percepção que o homem tem de seu próprio corpo” (2012, p. 505). A Categoria Tímica, desta forma, “se articula, por sua vez, em *euforia/disforia* (tendo *aforia* como termo neutro) edesempenha um papel fundamental na transformação dos microuniversos em axiologias: conotando como eufórica uma dêixis do quadrado semiótico e como disfórica a dêixis oposta” (Greimas & Courtés, 2012, p. 505). A euforia é um termo emprestado por Greimas de Sigmund Freud que quer dizer “grande prazer” e o semioticista lituano o define como “o termo negativo da categoria tímica, que serve para valorizar os microuniversos semânticos – instituindo valores negativos – para transformá-los em axiologias” (2012, p. 149). O quadrado semiótico da categoria tímica pode ser assim articulado:

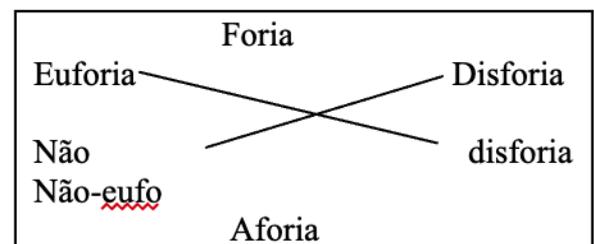


Figura V: Quadrado semiótico das modalidades tímicas. Fonte: Os autores.

Se a auforia é o “grande prazer” freudiano, a disforia será “a grande dor”, que acompanha a maioria dos relacionamentos amorosos que têm o amor Ertos como eixo principal da relação, como vimos nas pesquisas de Santos (1996-1997). A foria é o estado de consciência do sujeito e, a aforia, o estado de inconsciência, como podemos detectar, por exemplo, no apaixonamento, quando o corpo ou os corpos dos sujeitos estão propensos a explorar os desejos. Raúl Dorra enfatiza que, se é através do corpo que percebemos que o mundo se converte em significado, é através da enunciação que o falante se torna sujeito. A enunciação é, assim, o mediador das especificidades do sentimento. Desse ponto de vista, é a enunciação que, instalada no sujeito, dá lugar ao que é proprioceptivo. Seguindo esse raciocínio, pode-se dizer que a interoceptividade e a exteroceptividade são “dos direcciones que toma la experiencia de lo proprioceptivo” (1999, p. 257). Nesta perspectiva, existem dois corpos, o que Dorra chama de corpo que sente e corpo sentido.

O sentimento ocorre incessantemente em uma espécie de corrente, e é o corpo que sente que faz suas medições, detectando e distinguindo os tipos de sensações, como euforia ou disforia, que aparecem em primeiro plano. No fundo, surge atração ou repulsa. Essas sensações se manifestam nessa corrente de impulsos e desencadeiam um processo passional que manifesta o positivo, ou o negativo, ou mesmo a mistura de ambos. Essas primeiras sensações, então, produzidas no sujeito, permitirão ao corpo “reconhecer as outras que são coloridas por nuances éticas ou estéticas” (1999, p. 258). Um exemplo é o corpo como o “eu” lírico

<sup>15</sup> A gravação original data de 1971 por meio da banda The Persuaders. Tradução nossa para o título da canção “A thin line between love and hate”.

vê, no presente, que causa a perturbação no sujeito em “Retrato”, poema de Cecília Meireles (Santos, 2020). No poema estudado, a categoria semântica que se aflora é da juventude e velhice<sup>16</sup>.

### O relato de um caso de “amor” e o poema “Retrato”, de Cecília Meireles

Numa relação amorosa, em que o amante é mais velho que a amada, 13 anos de diferença, por exemplo, ou mesmo mais, há quem diga que a pessoa mais velha está em busca da recuperação da juventude que perdeu, por isso, procura se relacionar com alguém mais jovem. Conhecemos um casal que serve de ilustração em que, perto das bodas de prata, quase 25 anos de de vida matrimonial, a amada cobra um papel de jovem viril do amado que ele não pode mais lhe dar por causa da idade e de uma série de moléstias que adquiriu ao longo do tempo, como problemas de insuficiência cardíaca e a diabetes que fragilizaram sua ereção durante as relações sexuais, que diminuíram de quantidade e perderam a qualidade ao longo dos anos. A disforia surge com a descoberta de que seu rosto não é mais o mesmo e que seu corpo também não é. Como ouvimos no relato deste casal, ela diz que ele não passa de um velho fedorento, rabujento e que não funciona mais, uma espécie de “pinto mucho”, como ela diz, um “pinto murcho”, segundo a grafia correta, se nos permitem, que mais se aproxima de um “pinto morto”, posto que está sem viço e vigor, quando o sujeito está sem ar, sem força e ânimo. O sujeito “finge” não ver o tempo passar e esse é um estado afórico, situado entre não disforia e não euforia. Quando ela vê as marcas no corpo daquele que diz ter amado um dia, ela se vê envolvida pela foria, o estado de consciência, situado entre euforia e disforia.

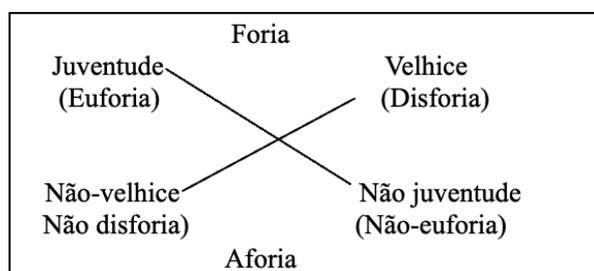


Figura VI: Quadrado semiótico da juventude e velhice. Fonte: Os autores.

É essa consciência e/ou inconsciência que pode ser revelada através do tímico (e patêmico = paixão, pathos) em que o ser vivo é possuidor de conotações psicofisiológicas (Greimas & Courtés, 1979, p. 357). Esse sujeito reage de acordo com as mensagens que recebe do ambiente de maneira repulsiva ou atraente. Quando a amada que tomamos por ilustração percebe a imagem do ser que era amado no passado, quando era jovem, em sua forma física, quando ela percebe que seu rosto não é mais o mesmo, ela é afetada em seus sentimentos, em seu mundo psicológico. Isso implica dizer que não é possível falar sobre sentimentos e percepções sem antes considerar a categoria exteroceptividade/interoceptividade que, para Greimas, é hierarquicamente superior à categoria tímica,

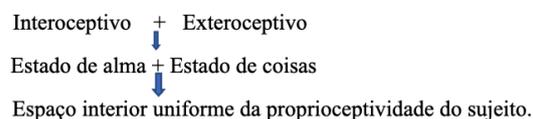
porque é “empregada para classificar o conjunto das categorias sêmicas de um universo semântico” (1979, p. 462). Assim, a categoria tímica é englobada pela categoria interoceptivo/exteroceptivo. É por isso que se afirma que o corpo é o mediador da percepção de que as coisas fora do sujeito, do mundo representam e, portanto, se tornam em sentido, em língua (1993, p. 13). Essas “figuras exteroceptivas”, para Greimas e Fontanille, “são internalizadas” e a “figuratividade pode então ser concebida como o modo de pensar do sujeito” (1993, p. 13). Como Dorra coloca, é o pensamento do mundo e sobre si mesmo que constitui uma paixão, englobada, diríamos nós, do eixo principal da relação, o amor Eros.

Em “Retrato” há um sujeito apaixonado, porque é como se o narrador estivesse no texto; o “eu” da enunciação, para expulsá-la do texto em uma mudança actorial, temporal e espacial em direção ao vasto mundo da enunciação, como que perdendo a consciência (aforia) de si mesma, da passagem do tempo e do lugar que ela ocupa no tempo presente. Como Dorra afirma, só é possível pensar em um sujeito apaixonado quando existe a auto-expulsão do sujeito do texto, sua projeção em relação ao mundo para refletir sobre si mesma. Ela se olha no espelho e vê as marcas da velhice em seu rosto, embora calmo, “triste, magro”, os olhos “tão vazios”, o lábio “amargo”, as mãos “sem força, tão paradas e frias e mortas” e “este coração que nem se mostra”. As rugas e os sinais do envelhecimento inevitáveis nos levam a enxergar um sujeito cujo estado de alma é completamente disfórico. No caso do parceiro da amada de nosso relato ilustrativo, não só estes traços da idade que chegou, como aqueles do “eu lírico” do poema de Meireles, mas também o câncer, a artrose, a artrite, a gota, a obesidade, a insuficiência cardíaca e a diabetes vinheram a somar e estabelecer um retrato não mais desejado, momento em que a atração pela beleza da juventude se transforma numa rejeição declarada que chega a deixar seu velho parceiro em situação de humilhação.

O “eu” lírico de “Retrato” busca encontrar o espelho em que perdeu a face jovem. O parceiro de nosso relato ilustrativo busca incansavelmente lutar contra a morte súbita diagnosticada pelos seus médicos na esperança de que sua baixa fração cardíaca (21%) volte para a fração normal de 55%, na expectativa de que possa amenizar a rejeição sofrida.

Para Greimas e Fontanille, não é possível que o sujeito epistemológico da construção teórica esteja livre da contaminação tímica, porque ele não pode, não consegue se apresentar como puro, racional, cognitivo. Em sua trajetória na direção do advento da significação e de sua manifestação discursiva ele sempre encontra um estágio de sensibilização tímica (1993, p. 14). Nesse aspecto, o corpo acaba sendo o mediador de uma homogeneização, aquela mistura entre a forma externa e a interna que resulta no mesmo aspecto do conteúdo em seu interior. É o corpo que sintetiza o exteroceptivo e o interoceptivo pela proprioceptividade somática do sujeito de estado que passa a revelar um estado de alma e a sincretizar, como uma solução química, que após a mistura apresenta um mesmo aspecto e concentração interior, sua percepção de si mesma e a percepção do mundo, suas reações disfóricas no caso da repulsão e eufórica, no caso da atração, ambos apresentados como um único produto. Veja o esquema que segue para melhor compreensão:

16 Leia-se, ainda, “Da Efemeridade à Nostalgia na Poesia de Cecília Meireles”, publicação de 2023.



**Figura VII:** Esquema da exteroceptividade/interoceptividade.  
Fonte: Os autores.

O corpo sente e isso não pode ser ignorado. O que é adequado e eficaz do corpo é o sentimento. São as categorias proprioceptivas que tornam o sujeito sensível e patêmico. Desse ponto de vista, o “eu” lírico de “Retrato” de Meireles é um sujeito passional, porque deseja manter a juventude, mas não é capaz. Para ela continuar jovem, ela precisa parar de envelhecer. É o fato de não ser capaz de parar o tempo que coloca esse sujeito em uma junção, disjunta da juventude. Este é o seu dilema. Não consegue evitar o envelhecimento. Ela permanece apenas no desejo e essa é sua frustração. Sujeito volitivo. A mudança é o fenômeno que gerou uma visão desfiguradora do envelhecimento. É o aspecto «real» de seu rosto no presente, oposto ao passado, que a desaponta. Não consegue se manter jovem, como o personagem de nosso relato.

Segundo Greimas, proprioceptividade é um termo complexo ou neutro e é um classificador do conjunto de categorias sêmicas que denotam os resultados semânticos a partir da percepção que o ser humano tem de seu próprio corpo (1979, p. 357). É uma espécie de sinônimo de timia, pois contém significados psíquicos e fisiológicos. O ser humano, percebendo seu corpo, lhe dá um significado. Para percebê-lo, no entanto, é preciso senti-lo.

A psicologia da percepção chama exteroceptividade e interoceptividade como propriedades originárias do mundo exterior. São os dados interoceptivos que não encontram correspondência neste mundo externo ao sujeito e que são pressupostos pela percepção dessas propriedades exteroceptoras. Finalmente, é “A percepção do homem do seu próprio corpo” (1979, p. 175).

Em “Retrato”, seu rosto e outras partes do corpo mostram seu envelhecimento. Eles estão expostos e visíveis ao mundo exteroceptivo e provocam um choque psicológico, uma angústia de não poder descobrir o rosto que ela costumava ter. O corpo, como Greimas coloca, é o mediador da percepção de que “o mundo transforma-se em sentido – em língua -, que as figuras exteroceptivas interiorizam-se e que a figuratividade pode então ser concebida como modo de pensamento do sujeito” (1993, p. 13). O pensamento desse sujeito narrativo revela sua frustração, embora admitindo que a mudança foi “tão certa”, “tão fácil”, implacável.

Como estabelece Greimas, é aí que estamos na presença de um sujeito metacognitivo, posto que tem consciência sobre a existência de um estado de coisas do mundo exterior que domina sobre o sujeito em seu interior (2002/1986). Esta percepção, essa metacognição nada mais é que a apreensão da perda do bem, de algo bom, o que revela a disjunção do sujeito de um objeto de valor com o qual ele estava em conjunção num tempo anterior (2002/1986). É assim que Greimas chega à concepção de meta-sujeito, aquele que sabe sobre a estrutura de comparação destes dois estados do sujeito, o estado de coisas e o estado de alma, do sujeito em conjunção, ou em disjunção de seu objeto de valor no eixo da temporalidade.

Para Greimas, a “estrutura da comparação de dois estados do sujeito”, como conjunto e disjunto é realizada pelo pelo metasujeito a partir de sua percepção sobre a existência de um eixo temporal que envolve, no caso de “Retrato”, e do par de nosso relato, iusto é, a categoria semântica do passado ( $S \cap Ov$ ) e o presente ( $S \cup Ov$ ). O estágio da juventude corresponde à durabilidade da vida e aponta para o estágio do envelhecimento, quando ocorre distensividade, levando ao fim. Marcas presentes, como a ausência de juventude e a presença do envelhecimento. A privação da juventude, a perda, a falta dela que leva o sujeito à dimensão tímica, à disforia, essa imensa dor, como o caso do sujeito moribundo da relação “amorosa” que ilustramos.

### Traição e vingança: Uma linha tênue entre o amor e o ódio?

Canta Chrissie Hynde que “há uma linha tênue entre o amor e o ódio”<sup>17</sup> (1984), uma espécie de aviso sobre à indiferença do parceiro que, num mundo machista, chega em casa as 5 da manhã e a parceira o recebe com uma doce voz sem questionar onde ele esteve e lhe pergunta se está com fome, pendura seu casaco, pede seu chapéu, sempre sorrindo e sem elevar o tom de sua voz. Este cenário é adequado para mostrar a indiferença. Não se sabe se ele veio de uma “noitada” de divertimento, ou se chegou de um turno de trabalho à noite.

Ao considerarmos a segunda estrofe da canção, a descrição da letra nos mostra que se trata de uma relação amorosa em que o parceiro magoa a parceira por esse comportamento de indiferença: “Don’t think you can keep breakin’ your woman’s heart”. Curtir a noite toda e chegar em casa as 5 da manhã, esperando um comportamento passivo da amada, parece o fruto de uma sociedade machista em que o homem pode fazer o que quiser da mulher, porque ela o vai aceitar na passividade de sua casa, não importa a hora que ele chegue, ou o que faça durante à noite. Mas o aviso soa como uma manipulação por provocação que tem em si uma intimidação, porque arremata: “She gon’ fool you one day”.

A analogia do amor e do ódio surge na letra da canção por meio dos adjetivos “sweet” e “mean” em seu grau superlativo em que podemos opor “a mais doce mulher” à “mulher mais cruel”. A indiferença seria, deste modo, o destinador da transformação do estado de alma da parceira, em que a doçura está para o amor e a crueldade está para o ódio.

A isotopia da indiferença pode ser captada pelo comportamento da parceira que assume uma atitude passiva diante do comportamento do parceiro, ao abrir a porta quando ele chega, já de madrugada, o deixa entrar, não pergunta onde ele estava, lhe oferece comida, lhe pendura o casaco, lhe pede que lhe passe o chapéu, sorri, nunca eleva o tom da voz, ao contrário, lhe fala com uma voz doce, e senta-se, como sujeito da espera. Essa indiferença, no entanto, podemos flagrar em ambos os parceiros. Nele, porque a trata como submissa e passiva as suas ações e, nela, porque parece aceitar aquele contrato fiduciário, o relacionamento, em si, que ocorre daquela forma.

<sup>17</sup> A gravação original data de 1971 por meio da banda The Persuaders. Tradução nossa para o título da canção “A thin line between love and hate”.

A advertência do narrador posto na letra da canção nos informa que de que ela pode mudar um dia, sair dessa situação de indiferença, de doçura para se transformar em alguém que vai enganá-lo um dia e, por isso, ser cruel, amarga, nutrir um sentimento de vingança por conta do tratamento que tem do parceiro. Ela vai se vingar! Esta é a mensagem que aparece na interpretação do narrador:

The sweetest woman in the world  
Could be the meanest woman in the world  
If you make her that way  
You keep on hurtin' her, she keeps being quiet  
She might be holding something inside  
That really really hurts you one day

A tese deste narrador é aquela de que se você não quer que seu parceiro assuma um comportamento de revanche, chegando à vingança, ou mesmo à traição, na pressuposição lógica de que foi traída, então, não deve ser indiferente quanto ao seu comportamento, sua maneira de tratá-la, na perspectiva da reciprocidade do sentimento de amor, ou mesmo de ódio, porque “there’s a thin line between love and hate” e as ações falam mais que as palavras: “I guess action speaks louder than words”.

O aviso “Don’t think you can keep breakin’ your woman’s heart” informa que há uma manipulação por intimidação do enunciador a nós, enunciatários, de que precisamos não magoar a pessoa amada. O verso “And she’ll sit back and enjoy it” mostra a indiferença. “She gon’ fool you one day”, a vingança. É, portanto, o nosso comportamento que vai desencadear essa ou aquela reação, o amor, ou o ódio e, neste caso, você poderá acabar no hospital, “Bandaged from feet to head”, “In the state of shock”. As machucaduras do amor levam o ser humano a comportamentos inusitados, a um estado de alma disfórico, um estado de choque. O elemento surpresa pode surgir, quando não esperamos, nos levando a uma situação moribunda: “Just that much from being dead”. Afinal de contas, “I didn’t think my woman could do something like this to me”. Eis aí o elemento surpresa: “I didn’t think the girl had the nerve”. Chegou a conclusão, ao final, que suas ações provocaram o revés. “here I am. I guess action speaks louder than words”. O não pensar nas nossas ações diante do ser amado nos leva às situações desagradáveis e inesperadas. Subestimar a capacidade de reação, a aparente indiferença de alguém diante dos maus tratos é uma ingênua ignorância. Um péssimo comportamento que um parceiro pode revelar ao outro está tematizado nas advertências “It is a thin line between love and hate”, “Don’t think you can keep breakin’ your woman’s heart”, “The sweetest woman in the world/Could be the meanest woman in the world”, “Don’t think you can keep treatin’ your woman bad/And she won’t ever get mad”.

A conclusão do texto musicalizado nos informa sobre o programa narrativo da traição, o troco: “She’s gonna fool you one day” e essa parece ser a linha tênue que existe entre o amor e o ódio, porque “Every smilin’ face ain’t a happy one”. Vejamos que a repetição do título da canção, do início ao fim, intermediando os outros versos de efeito, vem reforçar a temática do amor e do ódio, embora, neste caso da música, possamos até pensar na indiferença como o oposto do amor, nesta linha tênue que, ao invés de separar, acaba por cruzar esses dois sentimentos que, no nível da aparência, parecem opostos.

## Amor e ódio são face da mesma moeda?

Santos (1996/1997) traz à tona o relato de um relacionamento de um rapaz com uma moça que já durava quatro anos. O rapaz, após experiências espirituais, falou que havia traído a parceira durante o namoro e que queria começar de novo, agora, sob uma base espiritual, como se aderisse a sugestão de Santos de inverter os eixos do amor para se resolver os problemas de sofrimento e dor, quando se tem os relacionamentos centralizados no amor erótico. O rapaz queria que o amor ágape que agora conhecera fosse o eixo principal da relação, deixando o amor filé e erótico circularem ao seu redor:

Aquele rapaz havia se convertido interiormente, devido a algumas experiências profundas que teve com Deus e agora algo em seu interior revelava que, o que vinha fazendo, estava errado. Não queria mais estar enganando a namorada, porque descobrira que estava enganando a si mesmo. Um constrangimento santo adentrara à sua casa e ele não era mais o mesmo. Queria começar tudo de novo. Descobriria que o que o mantinha preso à amada era mais uma relação física, carnal e sexual que propriamente amorosa e celestial. Ele a desejava ardentemente, porque se dava bem na cama, mas era perseguido pela insegurança daquela garota que não confiava em sua sinceridade. Às vezes brigavam muito por questões de ciúmes (SANTOS, 1997, p. 34).

O resultado da confissão e a proposta desse novo contrato fiduciário causou muito pranto, dor e sofrimento, mas sua namorada aceitou a proposta, porém sua insegurança aumentou e ela não era mais feliz. O sentimento de vingança passou a ganhar o seu coração e, num período de um “tempo” que pediram um ao outro, ela acabou dando o troco. Ele descobriu que ela “havia tido uma relação com outro. Embora não estivessem namorando naquela ocasião, o fato dela ter conhecido outro homem o deixou arrasado” (Santos, 1997, p. 34). Este caso de amor serve-nos de ilustração para o a possibilidade de que o homem parece sofrer mais com a traição que a mulher. Santos atribui isso ao fato de sermos frutos de uma sociedade machista, que não admite ao homem ser traído, mesmo que a traição à mulher seja considerada algo normal. Serve-nos, ainda, para mostrar que amor e sexo são sentimentos diferentes e que a honestidade na relação amorosa, por mais que provoque dores, pode facilitar a aceitação da traição, mas a depressão pode ocorrer misturada por um sentimento de não perdão e vingança.

Os autores do “Dicionário de Psicanálise Larousse” da série Artes Médicas organizado por Roland Chemama, afirmam que “o sujeito pode, com bastante frequência, passar a odiar o ser que amava: também pode ter sentimentos mesclados, sentimentos que unem um profundo amor e um ódio não menos poderoso pela mesma pessoa: esse é o sentido mais estrito que é possível dar à noção de ambivalência. Essa ambivalência é explicada pela alienação que pode existir no amor: para quem abdicou de toda a vontade própria na dependência amorosa, é possível se conceber que o ódio possa acompanhar o apego passional, “o enamoramento” (Chemama, 1995).

## A ambivalência do amor.

A base da ambivalência amor e ódio simultâneos é a alienação do amor. Entenda-se por alienação a alheação, o arrebatamento, a transferência de domínio para outrem, o tornar alheio, estranho. Não vamos entrar aqui na defi-

nição do termo do ponto de vista filosófico. Hege1 diz que a alienação é um “processo essencial à consciência e pelo qual ao observador ingênuo o mundo parece constituído de coisas independentes umas das outras, e indiferentes à consciência” (Longman, 1992, p. 613). Sob este prisma, Ortigue está certa em suas pesquisas ao estudar o amor. Não queremos, tampouco, focalizá-la segundo a visão marxista, onde a alienação é “uma situação resultante dos fatores dominantes da sociedade caracterizada pela produção de coisas que se separam dos interesses e alcance de quem as produziu para se transformarem em mercadorias num sistema capitalista ou mesmo a falta de consciência política e social” (Longman, 1992, p. 816). Não é esta a definição que buscamos abordar aqui, mas do ângulo psiquiátrico. A alienação do amor é a indiferença, provocada pela decepção, a falta de consciência e reside entre a renúncia da vontade própria, por depender do amor, e não raro se transforma em ódio, que pode se fixar neste apego suscetível de paixão, que é o encantamento.

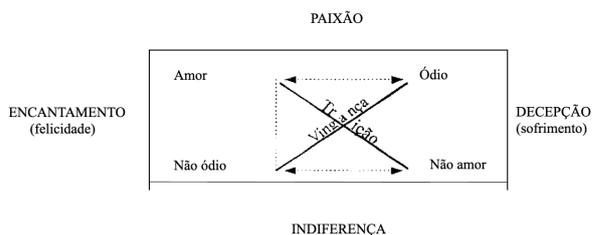


Figura VIII. Quadrado semiótico do amor e do ódio. Fonte: autores.

Segundo o Dicionário de Semiótica de A. J. Greimas/J. Courtés, “compreende-se por quadrado semiótico a representação visual da articulação lógica de uma categoria semântica qualquer (2012, p. 400). Em nosso caso, a categoria semântica principal dester relato é o amor e o ódio. O quadrado semiótico é “A estrutura elementar da significação, quando definida - num primeiro momento - como uma relação entre ao menos dois termos”(2012, p. 400). Essa

distinção de oposição que caracteriza o eixo paradigmático da linguagem: ela é, portanto, suficiente para constituir um paradigma composto de n termos, mas não permite por isso mesmo distinguir, no interior desse paradigma, categorias semânticas baseadas na isotopia (o “parentesco”) dos traços distintivos que nele podem ser reconhecidos. Faz-se necessária uma tipologia das relações, por meio da qual se possam distinguir os traços intrínsecos, constitutivos da categoria, dos traços que lhe são alheios.

A estrutura elementar da significação em nossa análise pode ser assim representada, em que o eixo dos contrários mostra o amor e o ódio como categoria semântica principal, tendo o não ódio e não amor como eixos contraditórios. Cruzando esse jogo de oposição, a traição e a consequente vingança.

Entre o amor e ódio, como termo intermediário, tem-se a paixão, destinadora das obras da carne, do desejo, da atração física que não mede consequências, deixando o indivíduo em busca do prazer. Por essa razão, não podemos confundir ou chamar a paixão de amor, muito menos de amor romântico, como quer Ortigue.

Quando o ser envolvido na relação amorosa não odeia ou não ama a outra pessoa, temos, então, como termo intermediário do eixo dos contraditórios, a indiferença. Seria possível, depois de uma traição e da vingança, flagrar os parceiros de amor indiferentes? A paixão levaria a consumação dos desejos, da traição propriamente dita. A in-

diferença à traição funcionaria, assim, como uma espécie de perdão e a vingança não teria como acontecer. A paixão levaria, fatalmente, ao encantamento, ou o encantamento conduziria à paixão?

O encantamento é um estado de alma que leva a consumação do desejo, de uma paixão passageira e não mede consequências. Embora coloquemos o encantamento como “felicidade”, essa é efêmera, como também é fugaz a paixão. O amor, desta forma, é uma outra coisa. E o ódio é o propulsor da revanche, da vingança. O amor e o ódio não podem, ser, assim, faces da mesma moeda.

Como diz Santos, “Amor e ódio aqui se sustentam no arrebatamento de um ser para a vida do outro, que terá sobre ele o domínio que lhe foi transferido” (1997, p. 34). No relato de amor destes namorados, a salvação estaria na tomada do amor ágape, nas três dimensões de amor propostas por Santos, como eixo principal da relação, porque o amor ágape, parafraseando Paulo, tudo sofre, tudo suporta, nunca falha, sendo o único, capaz de perdoar e recomeçar.

## Conclusão

Erich Fromm, depois de falar do amor entre os pais e filhos (1956, p. 38), afirmou também que há outras manifestações do amor como o amor fraterno (1956, p. 47), o amor erótico (1956, p. 52), o amor próprio (1956, p. 46) e o amor a Deus (1956, p. 63). O amor fraterno de Fromm tem alguma semelhança com o amor amigo de Santos, bem como o amor erótico, mas o amor próprio e o amor de Deus diferem da proposta de Santos do amor ágape, que é o amor espiritualizado, não aquele que você sente por Deus, mas aquele que é a base para a relação amorosa.

As disforias nas relações amorosas, a instabilidade, as paixões flamejantes que são intensas, mas que são, ao mesmo tempo frágeis apontadas por Santos em suas pesquisas com seus jovens alunos, são latentes nas relações amorosas de 99% dos jovens alunos entrevistados.

O poema “Retrato” de Cecília Meireles que mostra o envelhecimento serviu-nos de inspiração na análise da história de um casal de idades diferentes cujo relacionamento ainda persiste graças à colocação do amor ágape como eixo principal, apesar da situação, por vezes, disfórica por conta do tratamento que chega ao desrespeito humano da esposa em relação ao esposo.

Os versos de “A Thin Line Between Love and Hate” nos serviram de instrumento para a verificação de que é possível que a traição gere o programa narrativo da desforra como ocorre na relação do casal de namorados em que podemos ver, ao redor do amor, o afloramento de sentimentos como a paixão, a decepção, a transformação do amor em ódio que desencadeou o programa narrativo da vingança. Um tipo de amor que teve por base o amor erótico, que foi intenso e que, ao mesmo tempo, frágil, porquanto não foi duro para sempre e as dores de amores o acompanharam. O que falar do amor a esta altura? Existem, naturalmente, como vimos por meio da revisão da literatura das psicologias que procuraram definir e estudar o amor na linha do tempo e da análise semiótica dos casos de amor aqui impetradas, tanto da vida real quanto ficcional, no caso da breve análise da letra da canção do The Persuaders, que há muitas formas de amor. São os eixos das relações amorosas que precisam ser repensados. Numa sociedade consumista e de moral decadente que tem o sexo como sinônimo de amor, é impossível que haja lugar para a utopia

de uma felicidade duradoura e genuína como fruto das relações amorosas. Um amor ideal teria, neste caso, que ser pensado do ponto de vista de uma profunda reflexão em torno desta busca constante de valores, o que caracteriza a ideologia em termos semióticos.

## Referências bibliográficas

Antonucci, Toni C. & Akiyama, Hiroko. Social Networks in Adult Life and a Preliminary Examination of the Convoy Model. *Journal of Gerontology*, Volume 42, Issue 5, September 1987, Pages 519–527, doi:10.1093/geronj/42.5.519

Bandura, A. (Ed.). *Psychological modeling: Conflicting theories*. Chicago: Aldine-Atherton Press, 1971.

Bandura, A. *Social Cognitive Theory: An agentic perspective on human nature*. New Jersey: Wiley & Sons, 2023.

Berscheid, E. & Walster, E. Hatfield. *Interpersonal Attraction*. Reading, Massachusetts, Menlo Park, California - London - Don Mills, Ontario: Addison-Wesley Publishing Company. 1969.

Berscheid, E. The Greening of Relationship Science. *American Psychologist*. **54** (4): 260–266. 1999. doi:10.1037/0003-066X.54.4.260. PMID 10217995. S2CID 17857452

Bowlby, J. *Attachment and Loss, Volume I: Attachment* (2 ed.). Basic Books. 1969.

Bowlby, J. *Attachment and Loss, Volume 2: Separation, Anxiety, and Anger*. Basic Books. 1973.

Bowlby, J. *Attachment and Loss, Volume III: Loss, Sadness, and Depression*. Basic Books. 1980.

Blau, Peter M. *Exchange & Power in Social Life*. Transaction. ISBN 9780887386282. New York: Wiley, 1964. 352 p. (Department of Sociology, University of Chicago. IL).

Bretherton, I “The origins of attachment theory: John Bowlby and Mary Ainsworth”. *Developmental Psychology*. **28** (5): 759–775. doi:10.1037/0012-1649.28.5.759 – via APA PsycNet. 1992.

Bronfenbrenner, U. Towards an experimental ecology of human development. *American Psychologist*, **32**(7), 513–531. 1977. doi:10.1037/0003-066X.32.7.513

Bronfenbrenner, U. *The ecology of human development*. Cambridge, MA: Harvard University Press. 1979.

Bronfenbrenner, U. Ecology of the family as a context for human development: Research perspectives. *Developmental Psychology*, **22**(6), 1986. 723–742. doi:10.1037/0012-1649.22.6.723

Buscaglia, Leo. **Vivendo, Amando e Aprendendo**. São Paulo, Editora Record, 18ª Edição, 1995.

Buscaglia, Leo. **Amor**, São Paulo, Record, 11ª edição, páginas 46-59.

Buss, D. M. Sex differences in human mate preferences: Evolutionary hypotheses tested in 37 cultures. *Behavioral and Brain Sciences*, **12**(1), 1–49. 1989. doi:10.1017/S0140525X00023992

- Buss, D. M., et al. Sex Differences in Jealousy: Evolution, Physiology, and Psychology. *Psychological Science*, 3(4), 251-256. 1992. doi:10.1111/j.1467-9280.1992.tb00038.x
- Camões, Luis de. *Amor é fogo que arde sem se ver*. Ediouro, Portugal, 1997.
- Chemama, Roland. *Dicionário de Psicanálise Larousse*. Org. Roand Chemama. Trad. Francisco Franke Settineri, membro da Associação Psicanalítica de Porto Alegre (APPOA), Porto Alegre, série Artes Médicas, 1995.
- Colassanti, Marina. *E por falar em amor*. Rio de Janeiro: Rocco, 4ª Edição, 1985. Páginas 17-20.
- Collins, N. L., & Read, S. J. Adult attachment, working models, and relationship quality in dating couples. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(4), 644-663. doi:10.1037/0022-3514.58.4.64, 1990.
- Dion, K., Berscheid, E., & WALSTER, E. What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24(3), 285-290. 1972, doi:10.1037/h0033731
- Dorra, Raúl. *Entre el sentir y el percibir*. In: *Semiótica, estesis, estética*, Sao Paulo, Puebla, EDUC-UAP, 1999.
- Emerson, E. Prevalence of psychiatric disorders in children and adolescents with and without intellectual disability. First published: 10 January 2003 <https://doi.org/10.1046/j.1365-2788.2003.00464.x>
- Emerson, Richard. Social Exchange Theory. *Annual Review of Sociology*. 2. 335-362. 2003. 10.1146/annurev.so.02.080176.002003.
- Finkel, Eli J, Simpson, Jeffrey A & EASTWICK, Paul W. The Psychology of Close Relationships: Fourteen Core Principles. *Annual Review of Psychology*. Vol. 68, p. 383-411. Janeiro de 2017. Primeira publicação em Setembro de 2016. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010416-044038>,
- Floyd, F. J. et al. *Preventive intervention and relationship enhancement*. In N. S. Jacobson & A. S. Gurman (Eds.), *Clinical handbook of couple therapy* (p. 212-226). 1995, The Guilford Press.
- Fraley, R. C., Waller, N. G., & Brennan, K. A. An item-response theory analysis of self-report measures of adult attachment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, 350-365. 2000.
- Fromm, Erich. *The Art of Loving*. Harper & Row, 10 East 53d Street \ New York, N.Y. 10022 X 79 80^32. 1956. [https://ia800201.us.archive.org/30/items/TheArtOfLoving/43799393-The-Art-of-Loving-Erich-Fromm\\_text.pdf](https://ia800201.us.archive.org/30/items/TheArtOfLoving/43799393-The-Art-of-Loving-Erich-Fromm_text.pdf)
- Genette, Gérard. *Discurso da narrativa*. Trad. Fernando Cabral Martins. *Arcadia*, 1979. Edição original data de 1972.
- Gottman, John Mordechai. Psychology and the Study of Marital Processes. *Annual Review of Psychology*. 49 (1): 169-197. doi:10.1146/annurev.psych.49.1.169. ISSN 0066-4308. PMID 15012468. 1998.
- Greimas, Algirdas Julien & Courtés, Joseph. *Dicionário de Semiótica*. Tradução do original que data de 1979 de Alceu Dias Lima, Diana Luz Pessoa de Barros, Eduardo Peñuela Cañizal, Edward Lopes, Ignacio Assis da Silva, Maria José Castagnetti Sembra, Tiekio Yamaguchi Miyazaki. São Paulo: Cultrix, 1983. 2nd ed. Contexto, 2012.
- Greimas, A. J. & Fontanilli, J. *Semiótica das Paixões*. Ática, São Paulo, 1993.
- Harry, T. et al. The University of Rochester, 2 Stony Brook University, 3 Yale University, and 4 Northwestern University. nu. *Rev. Psychol*. 2017. 68:383-411. Downloaded from [www.annualreviews.org](http://www.annualreviews.org) Access provided by Northwestern University on 01/05/17.
- Hatfield, E. & Sprecher, S. "Measuring passionate love in intimate relationships". *Journal of Adolescence*. 9 (4): 383-410. 1986. doi:10.1016/S0140-1971(86)80043-4. PMID 3805440.
- Hatfield E., Passionate Love, Companionate Love, and Intimacy. In: Fischer M., Stricker G. (eds) *Intimacy*. Springer, Boston, MA. 1982. doi:10.1007/978-1-4684-4160-4\_17
- Hazan C. & Shaver P., Romantic love conceptualized as an attachment process. *Journal of Personality and Social Psychology*. 52:511-24, 1987.
- Hill, R. *Families Under Stress*. New York: Harper & Row. 1949.
- Hull, C. L. Simple trial and error learning: A study in psychological theory. *Psychological Review*. 37. 1930 (3): 241-256. doi:10.1037/h0073614
- Kelley, H.H. et al. *Close Relationships*. New York: W.H. Freeman. 1983.
- Kenny, D. A. Models of Non-Independence in Dyadic Research. *Journal of Social and Personal Relationships*, 13(2), 279-294. 1996. doi:10.1177/0265407596132007
- Lennon, John. Love. Faixa sete do álbum "John Lennon Collection/Plastic Ono Band", 1970, Original Sound Recordings da Emi Records, Ltd, 1982.
- Lewis, James W & Christansen, Jen. *Your Brain in Love*. *Scientific American* 304, 2, (February 2011) doi:10.1038/scientificamerican0211-92. Scientific American, a division of Nature America, Inc. <https://www.jstor.org/stable/e26002363>
- Malloy, T.E. & Kenny, D.A. The Social Relations Model: An integrative method for personality research. *Journal of Personality*, 54: 199-225. 1986. doi:10.1111/j.1467-6494.1986.tb00393.x
- Markman, H. J. & al. Prevention of marital distress: A longitudinal investigation. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 56(2), 210-217. 1988. doi:10.1037/0022-006X.56.2.210
- Meireles, Cecilia. *Viagem. Poesia* (Lisboa, Portugal: Editorial Imperio). 1937.

Ortigue, Stephanie et al. Neuroimaging of Love: fMRI Meta-Analysis Evidence toward New Perspectives in Sexual Medicine. *Journal of Sexual Medicine*. Volume7, Issue11, 2010. Pages 3541-3552. <https://doi.org/10.1111/j.1743-6109.2010.01999.x>

Ortigue S, et al.. Neuroimaging of love: fMRI meta-analysis evidence toward new perspectives in sexual medicine. *J Sex Med* 2010;7:3541–3552

Reis, H. T., Aron, A., Clark, M. S., & Finkel, E. J. (2013). Ellen Berscheid, Elaine Hatfield, and the Emergence of Relationship Science. *Perspectives on Psychological Science*, 8(5), 558–572. <https://doi.org/10.1177/1745691613497966>

Zefirelli, Franco. Irmão Sol, Irmã Lua. Versão original do inglês Brother Sun, Sister Moon, Fratello sole, sorella luna, de 1972. <https://www.imdb.com/title/tt0069824/>, [https://www.youtube.com/watch?v=tBJSBNj0Mnk&ab\\_channel=YouTubeMovies](https://www.youtube.com/watch?v=tBJSBNj0Mnk&ab_channel=YouTubeMovies), [https://www.youtube.com/watch?v=zX6ZDjQbqus&ab\\_channel=F%C3%A3deDublagem](https://www.youtube.com/watch?v=zX6ZDjQbqus&ab_channel=F%C3%A3deDublagem).

Walster, E., Aronson, V., Abrahams, D., & Rottman, L. (1966). Importance of physical attractiveness in dating behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 4(5), 508–516. doi:10.1037/h0021188

## The contribution of semiotics in building a sensitive dimension in the communicational context

It proposes a reflection on the sensitive dimension in the context of experiential journalism, reviewing pioneering experiences and their communicational impact. The sensitive dimension is explored through practices related to experiential journalism, such as artistic journalism and aesthetic journalism, trying to relate journalism and the arts, highlighting the semiotic contribution. It is argued that there is a basis for the empirical study of the sensitive dimension of the communicative act, highlighting the relationships that are established and that can be located on the Map of communicative relationships, in which both problematic issues and experiential possibilities that can be related to experimentation and art can be highlighted, among which an empirical result stands out, a journalistic practice that can contribute to the evoked construction of the communication of the future. The conclusion is that different possibilities of communicative relationships can be used to face the challenges in a context where the sensitive dimension stands out in experiential communication practices.

### Keywords

semiótica; dimensão sensível; comunicação; experiencial; artístico

## Contribuição da semiótica na construção de uma dimensão sensível no contexto comunicacional

**Propõe-se uma reflexão sobre a dimensão sensível no contexto jornalístico experiencial, revisando experiências pioneiras e o impacto comunicacional. Percorre-se a dimensão sensível a partir de práticas relacionadas ao experiencial, como o jornalismo artístico e o jornalismo estético, tentando relacionar jornalismo e artes, destacando a contribuição semiótica. Defende-se que existe uma base para o estudo empírico da dimensão sensível do ato comunicativo salientando-se as relações que se estabelecem e que podem ser localizadas no Mapa das relações comunicativas, em que podem ser destacadas tanto questões problemáticas, quanto possibilidades experienciais que podem ter relação com experimentação e arte, entre as quais se destaca resultado empírico, uma prática jornalística que pode contribuir para a evocada construção da comunicação do futuro. Conclui-se que se possa valer de diferentes possibilidades de relações comunicativas para fazer frente aos desafios em um contexto em que a dimensão sensível se destaca nas práticas comunicacionais experienciais.**

### Palavras-chave

semiótica; dimensão sensível; comunicação; experiencial; artístico

## 1. Introdução

Entre os tensionamentos da era digital surge um cenário disruptivo no qual tem emergido a plataformização e a desinformação, que estão relacionadas ao abuso das corporações e às notícias falsas, ao que se soma a crise do jornalismo. Crises trazem oportunidades de reinvenção de forma a contribuir para aprimorar a experiência tanto dos comunicadores quanto a fruição dos interlocutores. São alguns dos desafios que exigem criatividade para serem enfrentados, o que pode incluir inovações como a comunicação jornalística experiencial, que é sobre o que se busca refletir enfocando sua dimensão sensível e destacando a contribuição da semiótica.

Propõe-se uma abordagem do ato comunicativo, refletindo-se sobre a dimensão sensível no contexto da comunicação jornalística experiencial. Revisa-se experiências pioneiras, os primeiros autores a denominarem experiencial, e expor a primeira experiência documentada (“Harvest of Change”), do jornal *The Des Moines Register*. A seguir lança-se um olhar sobre a dimensão sensível, jornalismo artístico e estético e destaca-se uma prática de jornalismo experiencial (*The Learning Network*), do jornal *The New York Times*, analisada sob a teorização de Uhry (2020; 2021; 2023) e relacionada à semiótica e especialmente ao regime de ajustamento de Landowski (2014), além de exemplos pontuais.

## 2. Comunicação jornalística experiencial

Um dos projetos pioneiros de jornalismo experiencial foi relatado em 17 de setembro de 2014 por DeBarros (2021):

O jornal “*The Des Moines Register*” e Gannett Digital associaram-se para que se possa experienciar a história de uma família de fazendeiros de Iowa com o uso de tecnologia de realidade virtual e vídeo de 360 graus. A experiência foi lançada em “*DesMoinesRegister.com*” como parte da série “*Harvest of Change*” do “*Register*” sobre como as mudanças demográficas e econômicas na América estão afetando as famílias de fazendeiros de Iowa e “leva” os espectadores a um tour virtual pela fazenda da família Dammann, para uma central que inclui a casa da fazenda original de 1888 e o centro nevrálgico da operação de milho, soja da família, o que é melhor visualizado com um “*Oculus Rift*”, de Realidade Virtual, que dá aos espectadores o que seu fabricante Oculus VR chama de uma sensação de “presença”. No projeto, os espectadores podem fazer um tour imersivo e autoguiado pela fazenda, renderizado em 3-D usando o mecanismo de videogame Unity. Ao longo do caminho, há uma dúzia de segmentos de vídeo em 360 graus nos quais a família e outras pessoas que atuam na agricultura discutem seu trabalho e os problemas que enfrentam com tecnologia, culturas geneticamente modificadas, cultura em mutação e o futuro da agricultura em tempos de mudanças rápidas. Total Cinema 360, uma empresa de cinema de Nova York, filmou os vídeos usando câmeras que gravam imagens e sons em todas as direções ao mesmo tempo. O que, quando assistido pelo *Oculus Rift*, parece envolver o espectador, convidando a virar a cabeça (ou mover o mouse) em qualquer direção para ver o que está acontecendo ao seu redor. Há versões bidimensionais, em que se pode baixar aplicativos para PC e Mac e exige um computador veloz e placa gráfica, ou pode-se assistir a uma versão “light” em um navegador da Web depois de baixar um plug-in 3-D do Unity. Para construir a “experiência”, a equipe da Gannett Digital começou com fotos e vídeos feitos na Fazenda Dammann pelo jornal *Register* e, depois, usaram um motor de jogo Unity para renderizar o terreno, os edifícios e a flora da fazenda. Imagens aéreas foram usadas para posicionar e dimensionar objetos com precisão. Tudo no ambiente foi construído em escala, e os edifícios e objetos incorporam texturas reais a partir de fotografias. A Total Cinema 360 filmou os segmentos de vídeo e gravou áudio, incluindo o som natural da fazenda que é ouvido na experiência (Adaptado de DeBARROS, 2021).

A propósito, no YouTube (2021) há o vídeo “*Oculus Rift DK2: Harvest of Change*” que permite ter uma ideia da experiência. No final de 2014, Blair (2021) relatou essa experiência imersiva, denominando-a de “jornalismo experiencial: como a Realidade Virtual pode tratar as notícias em 3D”. Por outro lado, em outro trabalho pioneiro, Caetano (2015) abordou os aspectos “inteligível e sensível no processo de conversão da informação jornalística em experiência visual”. E foi a partir dessas experiências pioneiras que Pavlik (2016) propôs uma “matriz do impacto da virtualidade no jornalismo”, que Longhi e Caetano (2019) reelaboraram e está a seguir sintetizada:

Virtualidade: 1ª. etapa (adoção pré-experiencial) – produção: 2D, câmeras direcionais, microfones, edição manual, processos químicos; narrativa: linear, perspectiva em terceira pessoa, publicação/distribuição fixa; público: audiência passiva, anônima; organização: hierárquica, segura, dirigida por humanos. 2ª. etapa (implementação totalmente experiencial) – produção: 3D, câmeras e microfones 360, espacial, GPS, mobile, drones, ubíqua, em rede; narrativa: interativa (não linear), multissensorial (visão, toque, som), fluida ou dinâmica, personalizável, guiada por dados; público: engajado (participativo) como usuários e colaboradores, conectados, privacidade em risco; organização: conectada, participativa, guiada por dados e algoritmos, automatizada, baseada em nuvem, segurança em risco. (Adaptado de LONGHI; CAETANO, 2019, p. 84).

Da segunda etapa do jornalismo experiencial, Longhi e Caetano (2019, p. 85-88) destacam *The Islamic State*, de 2014, *Ebola Outbreak 360°*, de 2017, ambos disponíveis no YouTube; e *The Displaced, Greenland is melting away*, do *The New York Times*; De cabeça nas nuvens, Um mundo de muros, Brasil na Antártida: o continente gelado visto de cima, da Folha de S. Paulo, entre outros.

Também pode ser relacionado ao jornalismo experiencial o artigo de Pavlik (2017), em que aborda os dispositivos emergentes de mídia experiencial que permitem que as pessoas com deficiências se envolvam cada vez mais em ambientes de aprendizagem móveis e interativos personalizáveis, interativos, envolventes e multissensoriais. O autor delinea a natureza e os parâmetros da mídia experiencial e suas implicações para a aprendizagem de pessoas com deficiências. A articulação de um modelo de mídia experiencial estabelece as bases para investigações futuras. Como uma estrutura preliminar para testar este modelo de mídia experiencial, Pavlik pesquisou pessoas com deficiência que participaram de protótipos de mídia imersiva, multissensorial e interativa, o que é reexaminado no contexto do recente desenvolvimento de dispositivos de realidade virtual disponíveis comercialmente, que são *Google Cardboard*, *Samsung Gear VR* e *Oculus Rift*. E Pavlik (2017), conclui que há uma estrutura para avaliar a eficácia potencial dos dispositivos emergentes de mídia experimental para a aprendizagem entre usuários com habilidades diferentes (PAVLIK, 2017).

Também, para Pavlik (2019a), o jornalismo e o conteúdo da mídia se baseiam na narrativa. Moldar essa narrativa está relacionado à qualidade do meio de entrega de conteúdo e à natureza do engajamento público. Com o desenvolvimento da mídia digital em rede, o papel do público está se transformando para se tornar cada vez mais a de um usuário ativo que vivencia as histórias como um participante, em vez de um receptor passivo de conteúdo. O autor propõe um novo modelo de mídia experiencial baseado em seis qualidades primárias do ambiente digital,

que são 1) interatividade, 2) imersão, 3) apresentação multissensorial, 4) algorítmica e orientada por dados, 5) perspectiva de primeira pessoa e 6) uma interface de usuário natural. A realidade aumentada e a realidade virtual estão entre as formas de mídia experiencial mais amplamente discutidas, e incluem, por exemplo, vídeo avançado de ultra alta definição. A mídia experiencial traz implicações para a natureza, produção, impacto e o futuro da narrativa mediada (PAVLIK, 2019a).

Pavlik (2019b) examina a natureza, os parâmetros e as consequências da realidade virtual, realidade aumentada e outras mídias experienciais no jornalismo, especialmente o conteúdo das notícias. Em função dos avanços nos dispositivos de tecnologia, as notícias experienciais apresentam uma oportunidade de envolver um público cada vez mais fragmentado, além de apresentar as implicações práticas, éticas e políticas para aqueles que criam as notícias, bem como para aqueles que consomem ou interagem com esse conteúdo. O autor propõe uma estrutura conceitual para compreender criticamente a evolução das notícias, focando a análise na experiência do usuário, que está cada vez mais interativa, multissensorial e envolvente (PAVLIK, 2019b).

Pavlik (2019b) traça um guia para a excelência jornalística em notícias experienciais: 1) situa a natureza mutante do jornalismo contemporâneo em um contexto histórico, argumentando que estamos entrando em uma terceira era de conteúdo de notícias ou histórias jornalísticas; 2) discute a natureza do design e um conjunto de seis princípios e práticas que os jornalistas podem empregar na criação de conteúdo de notícias experienciais de qualidade, que podem envolver melhor o público de notícias em evolução; 3) enfoca a experiência do usuário de notícias. A natureza multissensorial, interativa e imersiva dessa experiência é mais evidente na realidade aumentada e na realidade virtual. É cada vez mais uma parte de outras formas de mídia emergentes, incluindo dispositivos de áudio interativos, vídeo de ultra alta definição e dispositivos de mídia baseadas em dados e inteligência artificial; 4) examina a natureza codificada das notícias experienciais. Geolocalização, dados e algoritmos sinalizam uma mudança fundamental nas formas como o conteúdo de notícias não é apenas entregue, mas também acessado e engajado pelo público (PAVLIK, 2019b).

Em síntese, Longhi e Caetano (2019) apontam que o jornalismo experiencial seria o que incrementa as relações afetivas em relação a certos tipos de notícias, seja pela experimentação buscada no fazer jornalístico, seja pela “experiência do leitor/usuário enquanto fruidor de conteúdos”. Da análise dos jornais Folha de S. Paulo, The New York e The Guardian, as autoras sugerem “que se manifesta uma instância na produção e fruição de conteúdos jornalísticos que podemos definir como valor-experiência” (LONGHI; CAETANO, 2019). E o “valor-experiência” seria o fator distintivo do jornalismo experiencial.

### 3. Uma dimensão sensível nas relações comunicativas

Apresentados os antecedentes sobre uma abordagem experiencial, e referido a práticas relacionadas, passamos a sintetizar uma teorização que inclua a dimensão sensível e nos permita analisar as práticas. Considerando o mapa de Martín-Barbero (2003, p. 11-21), a visão geral das relações de comunicação e principalmente a semiótica (LAN-

DOWSKI, 2014; GREIMAS, 2017), Uhry (2020; 2021; 2023) desenvolve uma proposta teórica das relações comunicativas na forma de um Mapa das relações comunicativas dos diferentes territórios da comunicação, com dois eixos relacionais: 1.º Integração de forma mediada: que permite relacionar o aspecto Social/Cultural (o quê e o porquê?) com as mudanças sofridas em direção à predominância do Social/Social/Mercadológico (como?), este mais na perspectiva dos gestores da comunicação, o que envolve a gestão integrada da comunicação e a adequação dos formatos culturais e industriais às conveniências do mercado. 2.º Mediação de forma a integrar: relaciona os atores sociais e analisa as lógicas de produção dos Comunicadores (quem?) e as competências de recepção dos Públicos (a quem?).

Os eixos relacionais fazem referência aos sistemas de mediação serem modelos de integração devido ao encontro dos eixos “Integração de forma a mediar” e “Mediação de forma a integrar” e, com as quatro perspectivas, compõem o Mapa das relações comunicativas. Assim exatamente no quadrante central do Mapa das relações comunicativas, em que os eixos relacionais, que indicam as ações de integrar e de mediar se entrecruzam, é onde localizamos as forças macro ambientais “político-legais, econômicas (e tecnológicas), culturais” (WRIGHT, KROLL, PARNEL, 2000, p. 47-59), ao que se soma a dimensão sensível; e que tem certa semelhança – e é complementado – com o sistema social de Parsons sintetizado e adaptado de Habermas (2003b, p. 334-442): político (normas), econômico (recursos), cultura (valores) e personalidade (simbólico); e ainda se propõe relacionar às lógicas e aos regimes de interação semiótica de Landowski (2014): regularidade (programação), intencionalidade (manipulação), aleatoriedade (acidente) e sensível (ajustamento), como segue: Político (metas) e legal, que envolve o subsistema de integração (normas) e atingimento dos fins e pode ser relacionado à lógica de regularidade e ao regime de interação de programação; Econômico, que engloba o subsistema de adaptação (meios tecnológicos) e comportamento (recursos) e pode ser relacionado à lógica de aleatoriedade e ao regime de interação de risco; Cultural, que abrange o sistema de manutenção de padrões culturais e estruturas (valores) e pode ser relacionado à lógica de intencionalidade e o regime de interação de manipulação; Sensível que envolve “um subsistema de personalidade”, a vida simbolicamente estruturada para atingir fins, desempenhar papéis, o que pode ser relacionado à lógica de sensibilidade e ao regime de interação de ajustamento.

De tal forma, buscando localizar as relações comunicativas, Uhry (2020; 2021; 2023) propôs teorização a partir das perspectivas de análise sintetizadas na Figura 1, em que as setas indicam relações comunicativas em todas as direções (e sugerem feedback) e compõem a teoria das relações comunicativas que se estabelecem na comunicação na sociedade, na forma de um Mapa relacional em que se indica os dois eixos relacionais (mediar e integrar) com contrafluxos em sentido inverso (contra-hegemônicos), as ligações, interfaces, articulações e confrontos entre atores sociais, categorias sociológicas, forças macroambientais, disciplinas, especialidades, formas de comunicar e outras conexões possíveis que sugerem a complexidade.

É algo complexo que se dá por meio da transversalidade comunicacional entre as dimensões, perspectivas, lógicas e atores sociais, sugerindo-se eliminar fronteiras rígidas e havendo comunicação e retroalimentação (feedback) contínuos comunicantes em todas as direções. O modelo relacional não se pretende fixo, imutável, mas, pelo contrário, cada perspectiva ou setor ou termo pode ser comunicante com outros, como em um fluxo em que há imbricamento e, por momentos, as perspectivas podem confundir-se.

A propósito da transversalidade, o modelo indica o fluxo integrar do social ao Social/Mercadológico, mas pode haver contrafluxo comunicacional, ou seja, fluxo contra-hegemônico, no sentido inverso do Social/Mercadológico, de forma a reafirmar os valores socioculturais, em vez do consumismo Social/Mercadológico. Igualmente dos públicos pode haver contrafluxo contra o mediador de forma a integrar, invertendo-se a direção, com o público se assumindo comunicador alternativo e invertendo o sentido do integrar para assumir uma postura cidadã responsável. Com tal teorização que se quer flexível, passa-se a examinar a comunicação na sociedade sob as seguintes perspectivas de análise:



Figura 1: Mapa relacional. Fonte: Uhry (2023, p. 32).

1) Social/Cultural: foco em o que se atua no social (estratégia ou forma) e em o porquê, objetivo ou efeito social a ser comunicado, em que, no seu eixo no sentido da perspectiva Mercadológica (tipos e produtos culturais), está relacionado à adequação dos formatos culturais às conveniências comerciais, ou seja, a industrialização da cultura para fins de consumo dos Públicos e o percurso da comunicação. E, do Social/Cultural em direção aos Públicos, envolve os aspectos macro ambientais culturais e os valores, que estão conectados a manter estruturas e padrões culturais e está relacionado à lógica intencional e às relações interativas manipulativas. E do Social/Cultural aos Comunicadores envolve os aspectos político-legais e o subsistema integrador, das normas, e está relacionado à lógica de regularidade e às relações interativas de programação.

2) Comunicadores: quem é que produz a comunicação, as competências comunicativas, o controle social, as ideologias profissionais e rotinas produtivas e está relacionado com os Públicos, que são cidadãos, consumidores e outros. E, dos Comunicadores em seu eixo no sentido Social/Cultural, considera forças macro ambientais político-legais e as normas (leis) que têm ligação com a integração e envolve a lógica da regularidade e as relações de programação. Dos Comunicadores ao Social/Mercadológico envolve a dimensão econômica e os recursos e pode ser relacionado à lógica de aleatoriedade e às relações interativas de risco.

3) Públicos: para quem? Consumidores e/ou cidadãos e outros e envolve questões de recepção e, no sentido à perspectiva Mercadológica, envolve vida simbólica em função de obtenção dos fins, desempenho de papéis e o subsistema personalidade, relaciona-se ao imaginário, ao sensível, e envolve a lógica da sensibilidade e as relações interativas de ajustamento. E dos Públicos em direção ao Social/Cultural, envolve aspectos culturais e os valores e pode ser relacionado à lógica de intencionalidade e ao regime de interação de manipulação.

4) Social/Social/Mercadológico: como, que envolve a gestão estratégica da comunicação integrada, as forças macro ambientais econômicas e, em direção ao eixo Comunicadores, está relacionado às forças econômicas, aos recursos e envolve a lógica de aleatoriedade e as relações de interação de risco. E o Social/Social/Mercadológico tem ligação com a perspectiva dos Públicos e com as tecnologias do imaginário e do sensível pode ser relacionado à lógica da sensibilidade e às relações interativas de ajustamento.

#### 4. Uma dimensão sensível no jornalismo experiencial

Tendo apresentado uma concepção (UHRY, 2020; 2021, 2023) na qual há uma dimensão sensível e que se destaca a contribuição da semiótica especialmente a de Landowski (2014), focamos agora especificamente a dimensão sensível no contexto do jornalismo experiencial, e inovações como o jornalismo artístico e o jornalismo estético que podem ser relacionadas ao ato comunicativo.

Sintetizando, Landowski (2017, p. 200) destaca aspectos como “abertura em direção à inteligibilidade do sensível” e “problemática da presença e da produção do sentido em ato” levou a elaborar uma proposta de um “modelo interacional ampliado em função da pluralidade dos regimes de sentido”, a teoria que foi concebido “para tempos de crise”, sendo primeiramente esboçado em Landowski (2017b) e sistematizado em Landowski (2014), na forma de uma teorização em macro perspectiva sociosemiótica que consta de quatro regimes de interação e lógicas respectivas:

I. Acidente (risco), fundado na lógica da aleatoriedade, na probabilidade mítica ou matemática, relacionado à descontinuidade e ao “fazer sobrevir”.

II. Manipulação (estratégia), fundada na lógica da intencionalidade, na motivação consensual ou decisória, relacionada à não-descontinuidade e ao “fazer querer”.

III. Programação (regularidade), fundada na lógica da regularidade causal ou simbólica, relacionada à continuidade e ao “fazer advir”.

IV. Ajustamento (sensibilidade), fundado na lógica da sensibilidade perceptiva ou reativa, relacionado à não-continuidade e ao “fazer sentir” (Adaptado de LANDOWSKI, 2014, p. 80).

Na apresentação de seu modelo, Landowski (2014) traz alguns exemplos que evidenciam a operacionalidade do modelo e permitem pistas de como se pesquisar empiricamente os diferentes regimes de interação. Também traz sugestões de que cada um dos regimes teria que ser analisado a partir de atos comunicacionais (LANDOWSKI, 2014, p. 85). É o que torna possível incluir análise também sob uma abordagem empírica sob a ótica do modelo de Landowski, que se refere, por exemplo, ao ajustamento como um modo vinculativo de interação de um e outro poderem se realizar mutuamente (*accomplissement*, no original), criando uma relação interativa gratificante (LANDOWSKI, 2014, p. 52-54).

Do que se destaca a lógica de sensibilidade e o regime de interação de ajustamento proposto por Landowski (2014): a “interação por ajustamento” tem amplas perspectivas de “criação de sentido” por oferecer experiência e conhecimento intuitivo. Ajustamento refere-se a que, na interação, “cada um dos participantes encontra” e “sente na maneira de agir” do outro “que os princípios da interação emergem pouco a pouco”, o que se dá pelo “contato” contagioso, em que os participantes da interação “coordenam suas dinâmicas” relacionais “por meio de um fazer conjunto” que envolve “sentir reciprocamente”, uma “competência estética” de sujeitos “dotados, ademais, de um corpo e, por isso mesmo, de uma sensibilidade”, o “fazer sentir”, um contágio entre sensibilidades” (LANDOWSKI, 2014, p. 47). Assim trata-se o ajustamento de uma interação na “qual nem o sentido nem o valor, nem as condições” em que possam aparecer “estão fixados de antemão, mas no qual eles se criam no ato, em função da disponibilidade” dos participantes “um face ao outro” (LANDOWSKI, 2017, p. 21). E, ao referir-se ao sensível, Landowski (2014, p. 51-52) identifica duas formas: sensibilidade perceptiva que “nos permite não apenas experimentar pelos sentidos as variações perceptíveis do mundo exterior”, que estão ligadas aos outros e ao mundo, mas as “internas que afetam” o próprio corpo e “sensações diferenciadas que fazem por si mesmo sentido”; sensibilidade reativa que é o que “atribuímos, por exemplo, aos toques do teclado de um computador ou um pedal de acelerador” quando os consideramos “sensíveis”, coisas com que se interage “só pelo prazer”, constituindo-se “relações e ajustamento gratificantes”, que geram sentido e “valor numa mútua realização (*accomplissement*) de si”.

A propósito, Greimas (2017) denomina um capítulo de sua última obra “Da imperfeição” de “imanência do sensível” ao comentar e analisar textos tocantes em que apresenta “fratura[s] na vida” dos personagens, na forma de eventos únicos, extraordinários, que deixam “o ressoibo da imperfeição” do sensível, por meio da “transformação fundamental da relação entre o sujeito e objeto”, estabelecendo-se um “novo estado de coisas”. E registra que “A coalescência das sensações pode ser considerada um enriquecimento da comunicação.” (GREIMAS, 2017, p. 77-82). Um dos textos analisados é “O guizo”, em que relata que o senhor Palomar (I. Calvino) passeia na praia e se depara com uma jovem deitada na areia a tomar sol com os seios nus, o que provoca um sobressalto experiencial, a que denomina “isotopia da visualidade pela tatilidade”, uma “fascinação do objeto” pelo deslumbramento dos olhos (GREIMAS, 2017, p. 39-46).

“A distinção entre uma grande estética, das fraturas, e as escapatórias empreendidas por Greimas” é o que Caetano e Fischer (2014, p. 189) destacam, ao se referirem a “dimensão sensível no comunicacional”, do que destacam as “interações contagiantes das redes (não apenas virtuais),” as “coisas (objetos e máquinas) na vida cotidiana e sua condição sensível a outras coisas e seres humanos” e, ao confluir “objetos e olhares, percebemos o ajustamento que foi se forjando”.

Assim, apresentada a dimensão sensível, passamos a abordar o jornalismo artístico e o jornalismo estético, inovações que poderiam ser relacionadas ao sensível. Mesmo considerando que vivemos em um contexto de mudança de valores, práticas e arranjos do trabalho, pode-se supor que há convergências entre jornalismo e arte. Ao pesqui-

sar essas profissões em aparente conflito e considerando ideologias e discursos, pode-se supor que permanecem controversas e complexas. Assim, por meio de uma análise hermenêutica crítica, Postema e Deuze (2021) destacam áreas de tensionamento na confluência de jornalismo e artes e argumentam que o jornalismo sempre esteve entrelaçado com as artes, o que não se limita às democracias ocidentais.

Os autores propõem um *continuum* por meio de um modelo teórico para mapeamento e percepção da coexistência de abordagens artísticas e jornalísticas de notícias que funcionem. O *continuum* de “artes e jornalismo” oferece uma dimensão frutífera de estudar o trabalho jornalístico como uma forma da prática artística em uma variedade de contextos. Em conclusão, é proposta uma consideração do “jornalismo artístico” como forma de profissão para articular sua base criativa com seu objetivo de perseguir a verdade, incluindo as motivações intrínsecas e afetivas de seus praticantes (POSTEMA; DEUZE, 2021, p. 1), o que pode ser relacionado à dimensão sensível.

Como campo de prática o jornalismo é semelhante a outras indústrias criativas e o mundo da arte. As sociedades democráticas consideram ambos cruciais e são vistos como “métodos culturais para formar a consciência” (ADAM, 2006, p. 365). Na atualidade jornalismo e artes enfrentam desafios semelhantes. Jornalistas e artistas operam em condições de trabalho precárias, compartilham aspectos intrínsecos e afetivos, motivações de trabalho semelhantes e, até certo ponto, desenvolvem ética e epistemologias relativas ao dizer a verdade e à arte. Ambos também encontraram desafios econômicos e tecnológicos disruptivos nas últimas décadas, durante os quais os papéis dos profissionais mudaram e a participação do público se normalizou (POSTEMA; DEUZE, 2021, p. 1).

Por sua vez, Adam (2006, p. 367) refere-se a uma abordagem artística: “[...] como o jornalismo é ensinado, ele deve ser banhado na luz da imaginação e na ideia de que o jornalismo pode ser e muitas vezes é uma de nossas artes mais importantes.” No entanto, há um viés de “jornalismo artístico” e “jornalismo cultural” que são quando jornalistas cobrem artes e cultura, embora se trate mais de divulgação das artes e da cultura. O que é possível constatar nos sábados e domingos nos jornais O Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo.

A questão que Postema e Deuze (2021) colocam é como o jornalismo, considerado forma de arte, pode ir além de uma relação dicotômica entre jornalismo e artes? Um *continuum* de artes e jornalismo é vital para compreender o que está acontecendo no trabalho jornalístico contemporâneo. Nesta concepção, as artes são poesia, literatura, teatro, filme, videogames, quadrinhos, fotografia, pintura, escultura, design, arquitetura, música e dança. Os gêneros de jornalismo considerados “estabelecidos” são o cinema (incluindo documentário, tv, rádio), fotografia (fotojornalismo), design (gráficos de notícias) e literatura (jornalismo literário). O ponto de partida é o jornalismo, pois com o termo “jornalismo artístico” a arte se torna o modificador do jornalismo, enfatizando sua relação com os estudos e a prática do jornalismo (POSTEMA; DEUZE, 2021, p. 2-3). Postema e Deuze (2021) destacam como o desenvolvimento centrados em fatos, do jornalismo anglo-americano, influenciou a atitude da indústria de notícias em relação ao trabalho artístico. A noção de jornalismo conjugado com as artes é desvendada por meio de um exame de confluência

de formas, valores e práticas. Os autores examinam os extremos do jornalismo em suas formas artísticas e descrevem práticas que podem ser identificadas como artísticas e jornalística, com a fotografia jornalística, concluindo que:

Em suma, no espectro das artes e do jornalismo, as formas de notícias podem ser identificadas entre os extremos de uma notícia direta, prática e de estilo simples e experiências de arte estimulantes, multissensoriais, evocando vários graus de resposta (emocional) em direção a coexistência de sensíveis e factuais verdades [towards coexisting factual and felt truths, no original. Tradução nossa]. (POSTEMA; DEUZE, 2021, p. 7).

Para Postema e Deuze (2021, p. 10), os valores estéticos – a dimensão sensível – e os valores jornalísticos não devem ser percebidos como dicotomias, mas ser abordadas como extremos de um mesmo espectro: de um lado, os “fatos são sagrados” e, de outro lado, um purista “*art pour l’art*”. A partir do que propõem um *continuum*, o jornalismo artístico concebido como um conjunto deliberado de práticas, movendo-se – como pontos individuais em uma variedade de tons e tons – entre os ideais do jornalista absoluto e do puro artista, entre extremos orientados por fatos e dirigidos por afetos, e entre “fatos reais” e valores “*art pour l’art*”. Na concepção de Postema e Deuze (2021, p. 11-12), o jornalismo como prática artística leva o jornalismo de volta às suas raízes, em uma confluência de gêneros artísticos (pintura, design gráfico, poesia, literatura, fotografia, filme, jogos, quadrinhos, teatro, arquitetura, música e dança) que sempre fizeram parte do noticiário. As produções e serviços apreciados e premiados como artísticos e jornalísticos indicam que o trabalho artístico e a produção devem ser considerados constitutivos da indústria de notícias. Os dispositivos por meio dos quais a produção e as atividades jornalísticas são produzidas e distribuídas requerem uma abordagem mais artística do jornalismo. No *continuum* proposto pelos autores as formas de notícias podem ser identificadas entre os extremos de um resumo de notícias prático e simples e uma experiência de arte estimulante multissensorial, entre evidências verificáveis (fatos) e envolvimento sincero (afeto), evocando vários graus de resposta (emocional) no sentido de coexistir factual e sensíveis verdades. No *continuum*, os gêneros tão díspares quanto jornalismo narrativo, produção de documentários, fotojornalismo e design gráfico de notícias podem mover-se entre verdades factuais e sensíveis; entre os “fatos sagrados”, o discurso do jornalista inexistente que, como um observador distante, relata “nada além dos fatos”, e o discurso “*art pour l’art*” do artista inexistente para quem nada conta além do valor intrínseco das artes. O *continuum* das artes e do jornalismo compreende as práticas envolvidas em uma busca de informações precisas sobre eventos recentes e sua apresentação estética original e deliberada em qualquer forma sensorial, para edificação pública e ressonância emocional (POSTEMA; DEUZE, 2021, p. 11-12). Nossa sugestão é de que a proposta do *continuum* arte e jornalismo (POSTEMA; DEUZE, 2021) esteja relacionada com a dimensão sensível do jornalismo experiencial. Outra prática que pode ser considerada experiencial surge da indagação se o jornalismo pode ser relacionado propriamente com arte. Cramerotti (2009) trata de uma “virada jornalística” no mundo da arte no sentido de, ao invés de buscar operacionalizar o que seria um jornalismo artístico, abordar o “jornalismo estético”, o que se dá a partir das “práticas artísticas na forma de investigação

de circunstâncias sociais, culturais ou políticas” e, nas pesquisas, destacar os resultados que “tomam forma no contexto da arte e não por meio dos canais de mídia” (CRAMEROTTI, 2009, cap. 2).

Em tal concepção, os meios tradicionais concentram-se nas informações que são produzidas, distribuídas e absorvidas por meio dos aparatos convencionais, ao que Cramerotti (2009) denomina “*informing*”. Na tentativa de construir uma alternativa (“*how to inform without informing*”, o subtítulo da obra), a arte tende a usar métodos investigativos e de testemunhar e dispor de mais tempo para obter um certo conhecimento mais sensível sobre um problema, situação, narrativa individual ou histórica, aproximando-se da dimensão estética do jornalismo. E, em tal concepção, o jornalismo torna-se o fator modificador da arte, pois, embora procure o jornalismo, seu foco principal parece estar nos artistas que atuam como investigadores, testemunhas e mergulham subjetivamente na questão a ser narrada (CRAMEROTTI, 2009), o que sugerir aproximação com a dimensão sensível do jornalismo experiencial.

## 5. Considerações preliminares

Refletindo sob tais aspectos, pode-se considerar que o ato comunicativo tem uma dimensão sensível no contexto da comunicação jornalística experiencial, do qual foram destacados aspectos artísticos e estético do jornalismo. E, das práticas do jornalismo experiencial, refere-se a “Expedição Antártida” do jornal Estado de S. Paulo (2021), que é como se estivesse experimentando um voo e além de ver a Ilha Rei George (Antártida), aparece a informação de que “Você está sobrevoando a Ilha Rei George, na Antártida.” No experiencial proposto pelo jornal, está-se convidando o leitor a sair das formas tradicionais e – com a tecnologia – ajustar-se a uma experiência virtual em que lhe é proporcionada a experiência sensível que se sugere possa ser similar a que estivesse chegando pelos ares a Ilha Rei George, na Antártida, o local a lhe ser apresentado no ato comunicativo.

Do exposto, sintetizando, o ponto de partida foi a teoria das relações comunicativas na forma de um mapa relacional (UHRY, 2020; 2021; 2023) com o qual se pode analisar, localizar e percorrer os diferentes territórios da comunicação, propondo-se a examinar as perspectivas Social/Cultural, Mercadológica, Comunicadores e Públicos e demais questões envolvidas, que é complementada por os regimes semióticos de interação, de Landowski (2014). E buscamos alguma articulação com situações ou casos empíricos, verificando se há possibilidades experienciais de verificação da operacionalidade das teorizações que possibilitam estabelecer correlação com experimentação e a arte, por exemplo, o que se sugere possa contribuir para uma construção de futuro para a comunicação, pela formação de leitores críticos e pela experimentação educativa, informativa e artística.

Um exemplo empírico de possibilidades comunicacionais relacionadas com ações experienciais é o seguinte, indicando-se as relações comunicativas: a rede de aprendizado (“The Learning Network”) do jornal norte-americano “The New York Times” (2021) criou o educativo Mentoria de Textos (“Mentor Texts”), com o objetivo de ensinar a escrita que é praticada no Times, desmistificar para os estudantes as técnicas criativas que os jornalistas usavam para encantar, oferecer exercícios para encorajar os estudantes a experimentar essas mesmas técnicas nas próprias produções, o que envolve, por exemplo, aprender a refletir sobre uma

experiência pessoal, como parafrasear uma investigação, como explicar a importância de um tema e como incluir detalhes sensíveis ao criar um argumento. Evidencia-se ação educacional e, ao mesmo tempo, a prática de experimentação, o que envolve responsabilidade social do Times.

Quanto às possíveis relações complexas que se estabelecem, 1º. Os indivíduos que compõem o coletivo de atores sociais “Comunicadores” do Times mantêm uma relação comercial com indivíduos que compõem o coletivo de atores sociais “Públicos”, especificamente consumidores leitores jovens, e divulga os serviços “The Learning Network”, colocados à disposição no mercado consumidor jovem do Times em uma determinada sociedade (norte-americana), uma vez que 2º. os “Comunicadores” têm amparo legal, fruto de relação social que mantêm com os governos e que os autorizam a desencadear 3º. uma relação mediada de comunicação visando atingir os “Públicos” para divulgar ensinamentos de escrita sob mentoria, procurando persuadi-los a participarmos da experiência situada na perspectiva “Social/Cultural”, para que venhamos a experimentar e desenvolver habilidades redacionais 4º. O que, no fundo, envolve propósito comercial proposto pelos indivíduos que compõem o coletivo de atores sociais do “Social/Social/Mercadológico” do Times e 5º. Que, no fundo, é uma forma implícita de relacionamento comercial, de forma a virem os jovens leitores a se 6º. Integrarem (relação comercial) aos leitores do jornal, podendo os indivíduos jovens que compõem o coletivo de atores sociais “Social/Cultural” integrar-se ao coletivo de atores sociais do “Social/Social/Mercadológico” como consumidores do Times, o que pode ser relacionado com o “regime de interação de ajustamento” por ser baseado na sensibilidade, no “fazer sentir” (Landowski, 2014, p. 80).

Trata-se de uma experiência que permite passar do regime da programação jornalística ao regime de interação de ajustamento, que afeta a sensibilidade perceptiva e reativa do experimentador do ato comunicativo e pode trazer “l’accomplissement” - a realização de ambos, o experimentador e os criadores do jornalismo experiencial. Assim, do exposto, para focar empiricamente o jornalismo experiencial, escolhemos partir de uma macro perspectiva socio-semiótica, proposta Landowski (2014), que consta de quatro regimes de interação como já apresentado.

Do que se destaca o regime de interação ajustamento, fundado na sensibilidade, em que o regime de sentido consiste em “fazer sentido” e o regime de risco caracteriza-se pela “insegurança”, relacionados à sensibilidade perceptiva e à sensibilidade reativa, que é o que pode ser relacionado ao ato comunicativo da dimensão do “fazer fazer”, ao “fazer sentir” e à dimensão sensível no jornalismo experiencial como exemplificado com a experiência de “The Learning Network” de “The New York Times” e referido à “Expedição Antártida” do Estadão.

Na apresentação de seu modelo, Landowski (2014) traz alguns exemplos de comediantes, políticos e um policial, o que permite pistas de como se pesquisar empiricamente o jornalismo em sua dimensão sensível. Também traz sugestões de que cada um dos regimes teria que ser analisado a partir de atos comunicativos (LANDOWSKI, 2014, p. 85) como os apresentados, o que torna possível a abordagem empírica sob a ótica do modelo de Landowski, que se refere ao ajustamento como a melhor maneira de um e outro poderem se realizar mutuamente (*accomplissement*,

no original), criando uma relação gratificante (LANDOWSKI, 2014, p. 52-54), tanto para a produção do jornalismo, quando a sua fruição, o que pode ser considerado jornalismo experiencial em sua dimensão sensível.

É um desafio a ser pesquisado, inicialmente debruçando-se sobre jornais em busca da dimensão sensível, o jornalismo experiencial artístico. Outra possibilidade que pode ser considerada como jornalismo artístico é “A arte nos sonha”, de Carlos Netto (2021), em que a música se torna “revelação e inspiração do ser” e em que se concilia um livro com artigos de longo formato (que podem ser considerados jornalísticos) e um site “<http://aartenossonha.com.br>” em que estão as músicas que devem ser escutadas junto com as propostas textuais que poderiam caracterizar uma proposta de jornalismo artístico.

Outra proposição de jornalismo artístico é do jornal A Folha de São Paulo em sua edição de 5 junho 2021, “Seminário Folha meio ambiente”, em que são apresentadas fotos em preto e branco de Lalo de Almeida sobre a área devastada em terra indígena Bacajá (PA), em que fica evidente que o fogo deixa cicatrizes profundas na floresta. É uma imagem de grande impacto e em que se concilia foto e texto com uma força artística expressiva. É uma força artística que é destacado por Rancière (2021, p. 275): “Se a fotografia e o texto são independentes é porque ambos têm vocação a dizer tudo”, ao defender que “*aisthesis* designa o modo de experiência a partir do qual, há dois séculos, reconhecemos como pertencente à arte” (RANCIÈRE, 2021, p. 7).

## 6. Considerações finais

Do exposto, destacam-se aspectos relacionados à dimensão sensível do jornalismo experiencial artístico que vêm apresentando uma combinação de tecnologia e de criatividade, do que se propõe a possibilidade de se vislumbrar aspectos como participação dos públicos, experimentação gratificante, desenvolvimento da sensibilidade e do gosto estético dos leitores. E em que se busca incrementar as relações afetivas em relação às notícias, seja pela experimentação inovadora buscada no fazer jornalístico, seja pela experiência estética ou artística proporcionada ao leitor enquanto fruidor de experiência jornalística sensível, envolvente e enriquecedora.

O jornalismo experiencial artístico pode contribuir para a realização ao aprimorar a experiência tanto dos comunicadores quanto a fruição dos interlocutores. Também podemos considerar outras possibilidades como tecnologias digitais, robôs jornalistas, algoritmos e outras inovações que também podem ser relacionadas ao sensível, como apresentado por Uhry e Caetano (2021). O desafio é desenvolver a capacidade para sentir o problema da perspectiva do outro, desenvolver a sensibilidade e melhor situar os conflitos da realidade. Eis-nos diante da possibilidade de avançar nas pesquisas da dimensão sensível do jornalismo experiencial artístico.

Assim, na figura 2 a seguir apresentam-se sinteticamente algumas relações que se podem ser localizadas como análises no Mapa das relações comunicativas: (i) Estado de S. Paulo com normas informativas sobre Antártida e experiencial de vivenciar a chegar pelos ares; (ii) rede de aprendizado (The New York Times) relacionado com dimensão sensível do imaginário experimental e educativa; (iii) A arte nos sonha com valores artísticos; (iv) Folha de S. Paulo com recursos educativos e artísticos sobre o meio ambiente.

## Referências bibliográficas

ADAM, G. S. Notes Towards a Definition of Journalism. In: ADAM, G.S.; CLARK, R. P. (Ed.). *Journalism: the democratic craft*. New York: Oxford University Press, 2006, p. 344–367.

BLAIR, C. Experiential Journalism: how Virtual Reality could depict news in 3D. *American Journalism Review*, Dec. 10, 2014. Disponível em: <https://ajr.org/2014/12/10/experiential-journalism-virtual-reality-depict-news-3d/>. Acesso em: 09 nov. 2021.

CAETANO, K. L'intelligible et le sensible dans le processus de conversion de l'information journalistique en expérience visuelle. In: *XI Congrès Statutaire de l'Association Internationale de Semiotique Visuelle*, Liège: Université de Liège, 2015.

CAETANO, K.; FISCHER, S. Comunicação, semiótica: parcerias e percursos de uma prática epistemológica. In: OLIVEIRA, A. C. (Org.) *Do sensível ao inteligível: duas décadas de construção do sentido*. São Paulo: OJM Casa Ed., CPS Ed., Estação das Letras e Cores, 2014, p. 179-194.

CRAMEROTTI, A. *Aesthetic journalism: how to inform without informing*. Bristol: Intellect Books, 2009.

DeBARROS, A. Harvest of Change: Virtual Reality project is a journalism first. *The Des Moines Register*. Disponível em: [www.desmoinesregister.com/story/money/agriculture/2014/09/17/harvest-of-change-virtual-farm-virtual-reality/15785377/](http://www.desmoinesregister.com/story/money/agriculture/2014/09/17/harvest-of-change-virtual-farm-virtual-reality/15785377/). Acesso em: 09 nov. 2021.

GREIMAS, A. J. *Da imperfeição*. 2ª. Ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, CPS, 2017.

HABERMAS, J. *Teoría de la acción comunicativa*. Vol. II: Crítica de la razón funcionalista. Madrid: Taurus, 2003.

LANDOWSKI, E. *Interações arriscadas*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, Centro de Pesquisas Sociosemióticas, 2014.

\_\_\_\_\_. *Com Greimas: interações semióticas*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, Centro de Pesquisas Sociosemióticas, 2017.

\_\_\_\_\_. *Pasiones sin nombre: ensayos de sociosemiótica*. Trad. Desiderio Blanco. Lima: Editorial de la Universidad de Lima, 2017b.

LONGHI, R. R.; CAETANO, K. Valor-experiência no contexto do jornalismo experiencial. *Galaxia*, São Paulo, n. 42, set.-dez. 2019, p. 82-95.

MARTÍN-BARBERO, J. *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. 6ª. ed. Barcelona: Anthropos, 2010.

NETTO, C. *A arte nos sonha: a música como revelação e inspiração do ser*. São Paulo: Escuta, 2021.



Figura 2: Análise no Mapa relacional. Fonte: adaptado de Uhry (2023, p. 32).

Do exposto, conclui-se que os exemplos empíricos que guiaram nosso raciocínio reflexivo permitem relação entre comunicação, arte e experimentação, destacando o caso da rede de aprendizado, de The New York Times, com valores espiritualistas com relação à dimensão sensível do imaginário experimental e tentativa de fomento à experimentação do usuário, o que pode ser considerada possibilidade experimental do periódico à experienciar o outro (PAVLIK, 2019) na relação comunicativa, os quais foram apresentados no contexto de meios de comunicação, e que sugerem possibilidades para além de elencar problemas comunicacionais e propor alternativas.

Assim, foi possível articular e repensar teorizações tradicionais para uma proposta teórica das relações comunicativas, sugerindo laços complexos entre comunicação jornalística, experimentação e arte, que podem ser considerados no quadro de uma cartografia dos possíveis para a constituição de alternativas para a construção da comunicação do futuro.

Finalmente, retomando o exposto em Uhry e Caetano (2021), ao mesmo tempo que há crise na comunicação, evidencia-se que há oportunidades para a reinvenção: (i) inovar jornalisticamente no meio digital para que a web venha a se tornar um espaço público que permita a comunicação cidadã; (ii) consolidar-se o movimento internacional para se firmar um contrato de princípios da Internet; (iii) contribuir para aprimorar a experiência tanto dos comunicadores quanto a fruição dos interlocutores, entre outras práticas jornalísticas referidas, como os que envolvem experimentação e artes.

O sugere que, com os casos empíricos referidos, possa-se valer de diferentes possibilidades de relações comunicativas, com diferentes vieses, para fazer frente aos desafios do contexto dos novos tempos tecnológicos em que a dimensão sensível se destaca nas práticas jornalísticas experienciais e nos quais a contribuição da semiótica é essencial.

O ESTADO DE S. PAULO. Expedição Antártida. *O Estado de São Paulo*. Disponível em: <https://arte.estadao.com.br/sustentabilidade/antartida/comandante-ferraz/expedicao/>. Acesso em 09 nov. 2021.

PAVLIK, J. V. The rise of virtuality: transforming cyberjournalism through experiential journalism. In: *VII Congresso Internacional de Ciberjornalismo*. Campo Grande, 2016.

\_\_\_\_\_. Education: enabling learning through immersive, interactive, customizable, and multi-sensorial digital platforms. *Ubiquitous Learning: An International Journal*. Vol. 10 Issue 1, 2017, p. 15-22.

\_\_\_\_\_. Experiential media and transforming storytelling: A theoretical analysis. *The journal of creative industries and cultural studies*, 3, 2019a, p. 46-67.

\_\_\_\_\_. Journalism in the age of virtual reality: How experiential media are transforming news. New York: Columbia University Press, 2019b.

POSTEMA, S.; DEUZE, M. *Artistic journalism: confluence in forms, values and practices*, Journalism Studies, 25 Mar 2020. Disponível em: DOI: 10.1080/1461670X.2020.1745666. Acesso em 09 nov. 2021.

RANCIÈRE, J. *Aisthesis: cenas do regime estético da arte*. São Paulo: Editora 34, 2021.

THE NEW YORK TIMES. *The Learning Network*. Disponível em: [https://messaging-custom-newsletters.nytimes.com/template/oakv2?uri=nyt://newsletter/546fca4b-bf12-5eae-9e2e-8080a8411cdf&te=1&n=the-learning-network&emc=edit\\_In\\_20211018](https://messaging-custom-newsletters.nytimes.com/template/oakv2?uri=nyt://newsletter/546fca4b-bf12-5eae-9e2e-8080a8411cdf&te=1&n=the-learning-network&emc=edit_In_20211018). Acesso em 18 out. 2021.

UHRY, R. *Comunicação na sociedade*. Middletown, DE, USA: Ind. Publ. Amazon, 2020.

\_\_\_\_\_. Teoria das Relações Comunicativas. In: 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação Intercom, 2021, Recife PE. *Anais do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação GT Teorias da Comunicação*. São Paulo: Intercom, 4-9 out. 2021a. v. 1. p. 1-15. Reprint DOI: 10.37885/220609095. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2021/resumos/dt8-tc/ricardo-uhry.pdf>.

\_\_\_\_\_. *Práticas jornalísticas premiadas e a revitalização do discurso noticioso no contexto das relações comunicativas*. Tese (Doutorado) em Comunicação e Linguagens. ISBN 9798863719696. Curitiba: Universidade Tuiuti do Paraná; Orlando, FL: Ind. Publ. KDP, 2023.

UHRY, R.; CAETANO, K. Possibilities to reinvent digital journalism to face the challenges of the new technological times, *Communication and Linguistics Studies*. Vol. 7, No. 3, 2021, pp. 49-56. doi: 10.11648/j.cls.20210703.12.

WRIGHT, P.; KROLL, M. J.; PARNELL, J. *Administração estratégica: conceitos*. São Paulo: Atlas, 2000.

YOUTUBE. *Oculus Rift DK2: Harvest of Change*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=aFIdP5Ze0aU>. Acesso em 09 nov. 2021.

