
- **LINGUAGEM E MÍDIA II**

Coordenador(a): *Adenil Alfeu Domingos*

A ESCRITA DA INTERNET: DA TELA DO COMPUTADOR PARA A TELA DA TEVÊ

Denise Telles Leme Palmiere (USF)

A escrita utilizada em alguns gêneros emergentes na esfera da comunicação digital - os chamados "gêneros digitais" - apresenta características peculiares. Nos chats, por exemplo, pela imposição

do instrumento mediador - a tela do computador - a conversa que se estabelece é uma "conversa escrita-teclada", na qual os interlocutores abrem mão da escrita convencional, talvez por ser esta considerada inadequada para a interação pretendida nesse contexto discursivo. As fronteiras entre linguagem oral e escrita se dissolvem; os interlocutores transportam traços da oralidade para a escrita, resultando na reconfiguração dos recursos expressivos desenvolvidos pela escrita convencional. No entanto, essa escrita não está mais restrita às telas dos computadores: desde março de 2005, os assinantes da televisão a cabo Net foram surpreendidos com os "cyber movies", filmes em que as legendas apresentam-se redigidas com a escrita utilizada na Internet. Este trabalho tem como objetivo tecer algumas considerações a respeito dessa transposição da escrita típica de gêneros digitais para o contexto televisivo, focalizando seus efeitos sobre falantes de diferentes faixas etárias.

A MANIPULAÇÃO DA IMAGEM: A VERDADE CONSTRUÍDA PELA MÍDIA

Michelle Beatriz Godoy Santos Ceschin (UNESP)

As novas tecnologias estão facilitando cada vez mais, a manipulação das imagens que a mídia oferece ao público. Sabemos que o discurso da imagem é sempre um simulacro, portanto, um ponto de vista do enunciador ideologicamente preparado para tal fim. A publicidade, por exemplo, mostra sempre um objeto hiper-real no sentido dado a essa palavrapor Baudrillard, pois ele só aparece nas suas virtualidades, quase sempre super-valorizadas escondendo os seus defeitos e ineficiências. Segundo esse autor, o hiper-real banalizou a vida contemporânea. Tornou o real mais real do que ele mesmo. A imagem das notícias de jornal e revista também estão passando por esse processo manipulador. Não é difícil encontrar duas imagens em uma mesma revista com evidentes trabalhos de distorção. Basta um olhar atento sobre as imagens dadas para que se perceba pormenores extremamente reveladores de manipulação: tinta encobrindo partes do texto fotográfico; partes do corpo diferentes em duas imagens de um mesmo personagem e assim por diante. Este trabalho pretende mostrar essas manipulações em duas capas de revistas diferentes, VEJA e ISTOË, tratando do mesmo tema, que foi o assunto da semana do dia 25 de outubro de 1995, quando o bispo da Igreja Universal, Sergio V. Helder, agrediu, na tevê, a socos e pontapés uma imagem da nossa senhora.. Percebe-se nessas imagens do mesmo discurso de uma igreja dominante sobre a outra, onde o "bem" está santificado em uma imagem de Nossa Senhora, e o mal concretizado na imagem do bispo que tem nas mãos uma bíblia em chamas. Assim sendo, quem é adepto do bispo olha como o lado oposto está praticando uma injúria; quem é adepto do outro lado vê a injúria na imagem do bispo. Portanto, mal e bem são pontos de vista de um mesmo objeto ideologicamente montado pela mídia.

A METADISCURSIVIDADE EM ENTREVISTA TELEVISIVA E SUAS CORRELAÇÕES COM AS ESTRATÉGIAS ARGUMENTATIVAS

Fábio Fernando Lima (USP)

Este trabalho assume por objetivo apresentar, a partir de uma óptica textual-interativa da linguagem e dos estudos desenvolvidos em torno da Teoria da Argumentação, uma descrição dos procedimentos metadiscursivos na língua falada, correlacionando-os, paralelamente, à dimensão argumentativa da linguagem. Nesse sentido, para além da descrição das diversas modalidades de metadiscurso, baseada sobretudo na classificação elaborada por Borillo (1985), procurar-se-á sustentar que tais expressões exercem papel de grande destaque, em especial nos contextos em que se verifica polemicidade na interação, como procedimentos verbais que

ancoram o desenvolvimento de estratégias discursivas quando um interlocutor visa particularmente à persuasão de um outro, o qual pode ser ou não o seu destinatário direto.

Entende-se aqui, por metadiscurso, "um movimento auto-reflexivo que faz o discurso dobrar-se sobre si mesmo, instituindo-se enquanto discurso para referenciar o próprio "fazer" discursivo" (Risso, 1999).

O corpus básico para a realização desta pesquisa constitui-se de uma entrevista dada pelo então candidato à Presidência José Serra ao programa Opinião Nacional, veiculada pela Rede Cultura no dia 5 de setembro de 2002.

MALHAÇÃO: UMA LEITURA SEMIÓTICA

Cristiane Machado Módolo (UNESP)

Malhação, soap-opera produzida pela TV Globo, é exibida de segunda a sexta-feira, às 17 horas e tem como público-alvo adolescentes de 13 a 18 anos. O programa apresenta duas principais características: a tentativa de retratação do universo adolescente e a discussão de temas polêmicos da faixa etária a que se destina. O objetivo dessa análise é verificar como os procedimentos discursivos das temáticas de Malhação são construídos para causar efeitos de sentido em seu público. Para isso, serão analisados dois capítulos, exibidos em agosto de 2004, que foram escolhidos em razão do tema tratado - o antidoping - considerado como mais importante por envolver os protagonistas e também por se identificar com as questões discutidas durante as Olimpíadas, realizadas no mesmo período. Esse trabalho utiliza como base procedimentos metodológicos da semiótica de linha greimasiana. É feita a análise do nível das estruturas fundamentais, no qual procura-se construir o mínimo de sentido que gera o texto, a direção e as pulsões que o marcam. Assim construídas, as estruturas fundamentais convertem-se em estruturas narrativas, também analisadas aqui. A narrativa torna-se um discurso, o plano do conteúdo casa-se com o da expressão e faz o texto. Assim, é possível observar como o texto diz o que diz, como as estruturas estão organizadas para fazer sentido ao público-alvo do seriado. Ainda observou-se a questão de como se dá a identificação dos adolescentes, por meio dos efeitos de realidade, que fazem o jovem se projetar nas situações "reais" do seriado. Isso desperta o interesse e faz o público acompanhar as histórias. Acredita-se que esse seja um dos principais motivos que mantém o IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião e Pesquisas Estatísticas) de Malhação sempre elevado, emplacando médias próximas dos 40 pontos (cada ponto corresponde a uma audiência de 80 mil pessoas na grande São Paulo).

O DIÁLOGO ENTRE PALAVRA, IMAGEM, MOVIMENTO E SOM: ALGUMAS REFLEXÕES SOBRE VALETES EM SLOW MOTION

Ana Paula Silva Oliveira (PUCCAMP)

O objetivo deste trabalho é analisar o entrecruzamento de linguagens presentes no CD-ROM Valetes em Slow Motion produzido pelo antropólogo Kiko Goiffman. Ao observar as práticas e discursos dos presos, o autor propõe uma discussão sobre o tempo no sistema carcerário brasileiro. Essa forma de escritura escolhida por Goiffman gera uma experiência sensorial em que imagens, objetos e sons derivados da pesquisa realizada por ele ou pela tecnologia dialogam com o receptor-usuário, pois o insere no espaço-tempo-prisional. As informações em forma de música, imagem, texto, escultura ou qualquer outra modalidade de saída têm a intenção de criar naquele que navega, as possibilidades de conhecimento e interpretação do tempo e espaço carcerário. Para fazer esta análise, será realizada a aplicação da teoria das três matrizes da linguagem e pensamento na hipermídia proposta por Santaella (2001) que compreende as

misturas entre as linguagens verbal, visual e sonora no interior da hipermídia, entendida como uma nova linguagem por causa do processo de convergência das mídias. Os procedimentos teórico-metodológicos de investigação utilizados para o estudo deste material serão compostos pela análise do conteúdo do CD-ROM e pelas reflexões propostas por vários autores para analisar os processos híbridos de linguagem que ocorrem no interior da hipermídia, entre eles Santaella (2001), Machado(1993) e Plaza(1993).

O PROCESSO DE SEMIOSE DA IMAGEM

Adenil Alfeu Domingos (UNESP)

Semiose, segundo a semiótica norte-americana, trata-se da ação dos signos. Aquém do símbolo, convencional e arbitrário da terceiridade do discurso do homem, Peirce colocava o ícone, cuja base é a similaridade entre objeto e seu representem, no juízo perceptivo e, em secundidade, o índice como contigüidade relacional entre imagens. Como professor de semiótica a alunos de DI e Jornalismo, percebi, nitidamente, a diferença de produzir semiose em terceiridade destes e em primeiridade e secundidade daqueles. Servir-nos-emos do livro de Hans Donner para mostrar como uma imagem não verbalizada leva esse designer a produzir outras. Parte-se, então, da imagem que virou símbolo da Rede Globo de televisão em que esse designer relata seu processo de criação, dando nascimento posterior a uma série de objetos derivados da mesma, como relógios, móveis, obeliscos, etc. Objetiva essa análise desmistificar a idéia de que todo processo de pensamento humano necessita obrigatoriamente da palavra, para provar que sob toda pele do signo verbal age um signo-objeto percebido antes e que gera, inclusive, os pensamentos abstratos e generalizações. Peirce, baseado em Duns Scoto, mostrou como essas entidades são existentes, pois movem nosso pensamento. Como vivemos na era da imagem é preciso entender que a vida é um grande texto a ser lido. Não são apenas os textos verbais ou até sincréticos, existentes dentro dos livros didáticos que devem ser lidos. Se entendermos texto de modo abrangente, a própria "sala de aula" é uma tessitura a ser lida, como o é também o vestuário cotidiano em que se tem tanto uma escolha paradigmática e uma combinatória sintagmática formando uma imagem do gosto, do status, etc. do seu usuário. Ler além das palavras, acreditar na semiose da imagem, como base da própria linguagem já que o ficcional só pode nascer baseado no real, é o objetivo deste trabalho.

O SUJEITO DE CONSCIÊNCIA CRÍTICA: PUBLICIDADE TELEVISIVA E A COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA EM SALA DE AULA

Neuza Regina Mattos Dargham (UNESP)

Este trabalho tem por objetivo utilizar-se da publicidade televisiva como comunicação midiática verbal e não verbal. A possibilidade frente à própria comunicação de se colocar como o foco na produção de conhecimento e não apenas no conhecimento, leva-nos a uma nova relação epistemológica do professor e aluno. Algumas perguntas são necessárias para se pensar esse problema: que conhecimentos necessitamos para enfrentamento do mundo virtualizado? Quem serão os cidadãos consumidores dessa realidade midiática? Qual a importância de uma publicidade televisiva como meio de comunicação midiática em sala de aula na aprendizagem do discurso sincrético? Como preparar professores para educar no mundo virtual digitalizado? Toma-se como "corpus" aqui o discurso da publicidade para exemplificar o que se pensa sobre esse problema. Sugere-se a efetiva transformação da relação professor e aluno com relação à linguagem da mídia. Propõe-se inclusive certas mudanças curriculares e comportamentais, onde o aluno-consumidor passe a participar como cidadão consciente e reflexivo do seu contexto social,

interagindo como mediador no mundo virtual de nossa sociedade do consumismo selvagem e não como simples sujeito passivo. A proposta, ainda, é descrever e analisar o discurso da publicidade televisiva, destacando-se o desenvolvimento da pesquisa qualitativa, como uma metodologia, onde o pesquisador-pesquisado e enredado vai formar-se como consumidor consciente. O diálogo se dará entre a propaganda televisiva e o leitor frente ao embricamento do ato de análise crítica construtiva, já que se espera que esse sujeito de consciência crítica assuma o seu verdadeiro papel social, até mesmo frente ao consumismo virtual que nos passou a envolver. Aliás, essa análise do mundo tecnológico constitui uma demanda importante como temática de educação moderna, mas ainda pouco utilizada como investigação científica da pedagogia educacional.

O TEXTO FÍLMICO: AS PERSONAGENS E O CONFLITO: O TECIDO

Fábio Sadao Nakagawa (PUC-SP)

Esta comunicação visa entender quais os vínculos comunicativos existentes entre as personagens que atuam em *Inocência* (1982); *Ele, o boto* (1987); e *A ostra e o vento* (1997), que são longas-metragens dirigidos por Walter Lima Jr. Dessa maneira, as perguntas que envolvem esta pesquisa podem ser esboçadas da seguinte forma: em que medida é possível perceber uma trilogia fílmica, a partir dos laços que se formam entre as personagens, protagonistas de cada filme? Como são feitos esses feixes de relações? Como uma personagem pode modelizar outra personagem? Expostas as questões, as hipóteses de análise principais estão baseadas nas relações existentes entre as personagens e as narrativas, nas quais: 1) há uma relação sincrônica entre as esferas de ação que delimitam o conflito em cada enredo, tornando-o comum a cada personagem. 2) A atuação de cada protagonista nesta esfera de ação parecer funcionar como o mecanismo semiótico que projeta o eixo sincrônico sobre o diacrônico. 3) Este eixo diacrônico é a evolução temporal formada pelas distintas passagens do tempo, vivenciadas por cada personagem: Marcela (passagem da infância para a adolescência); *Inocência* (da adolescência para a maturidade); e Teresa (que atua em diferentes fases que compõem a própria maturidade). 4) Dessa maneira, o conflito -elemento invariante-, que é construído pelo embate entre a autonomia da personagem e o seu aprisionamento, ao ser percorrido por cada personagem, que está circunscrita em uma fase temporal própria -elemento variante-, também é resignificado, tornando-se assim uma espécie de elemento híbrido que tanto permite "emparelhar" cada narrativa, permitindo com que elas sejam comparadas, quanto ele torna-se o principal elemento desconectivo.