



Razón y Palabra

ISSN: 1605-4806

octavio.islas@uhemisferios.edu.ec

Universidad de los Hemisferios

Ecuador

de Oliveira Júnior, Firmino Geraldo; Mendonça Ramos Simões, Marina  
O QUE TEM DE SEMIÓTICA?: APROPRIAÇÕES DAS PESQUISAS DA COMPÓS E DO  
PPGCOM DA PUC MINAS ACERCA DA SEMIÓTICA PEIRCEANA.

Razón y Palabra, núm. 88, diciembre, 2014

Universidad de los Hemisferios

Quito, Ecuador

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199532731015>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

**O QUE TEM DE SEMIÓTICA?: APROPRIAÇÕES DAS PESQUISAS DA COMPÓS E DO PPGCOM DA PUC MINAS ACERCA DA SEMIÓTICA PEIRCEANA.**

Firmino Geraldo Oliveira Júnior  
Simões Marina Mendonça Ramos (Brasil)<sup>1</sup>

**Resumo.**

Este artigo discute o tratamento conferido a semiótica peirceana pelos pesquisadores do campo comunicacional. A metapesquisa foi escolhida enquanto instrumento metodológico, propondo sistematizar uma tipologia de 12 artigos da Compós e oito dissertações da PPGCOM da PUC Minas, a partir de três concepções pré-estabelecidas: teoria “pura”, operador analítico e análise metodológica. Busca-se compreender como se configura a articulação dos estudos semióticos peirceanos no contexto dos trabalhos abordados, levantando alguns apontamentos a respeito de suas contribuições para a área da Comunicação e os desafios envolvidos nesse universo.

**Palavras-chave.**

Semiótica peirceana; Metapesquisa; Comunicação

**Abstract.**

*This article discourses about the treatment given by the researchers in the communicational field to the peircean semiotics. The metasearch was chosen as a methodological norm, propounding to systematize a typology of 12 articles from Compós and eight theses from PPGCOM of PUC Minas, as of three pre-established conceptions: “pure” theory, analytic operator and methodological analysis. We seek to understand how the structures of the articles on peircean semiotics are configured in the context of the works discussed, raising some notes concerning its contributions to the Communication field and the challenges involved in this universe.*

**Keywords**

*Peirce’s semiotics; Metasearch; Communication*

## 1 Metapesquisa e semiótica alguns apontamentos

Este artigo pretende compreender como se configura a articulação dos estudos sobre semiótica peirceana (norte-americana) no contexto das pesquisas da Compós e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da PUC Minas. Caracteriza-se como metapesquisa, propondo sistematizar uma tipologia dos artigos e dissertações publicadas para construir uma linha histórica desses estudos. A metapesquisa acerca da semiótica foi traçada enquanto escolha metodológica, sobretudo, devido à carência de estudos sobre “pesquisas que estudam pesquisas”.

A metapesquisa é um sistema teórico-metodológico que propicia o desenvolvimento do campo comunicacional, sobretudo, a partir da autocrítica e autorreflexão das investigações acerca dos objetos da área. Ao fazer isso a metapesquisa consegue enxergar as sínteses, desdobramentos e avanços da literatura em comunicação, justificando-se enquanto importante aparato conceitual de análises sobre perspectivas teóricas e epistemológicas (MATTOS e VILLAÇA, 2012). Dessa forma, as metapesquisas figuram num cenário onde sua principal contribuição têm sido a compreensão, análise e identificação das teorias e metodologias utilizadas, flexionando-as de modo a entender sua evolução histórica e muitas vezes sua aplicabilidade do ponto de vista de diversos autores e obras.

Parte-se do pressuposto que a semiótica peirceana, também chamada de semiótica da comunicação, tem tido diversos tratamentos no âmbito das pesquisas realizadas na Compós (Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação) e no PPGCOM (Programa de Pós-Graduação em Comunicação) desta universidade. Entretanto, as abordagens de Charles Sanders Peirce muitas vezes são articuladas de maneira diferente de suas concepções originais. Em outras ocasiões remetem a um interessante composto de aplicação e associação enquanto teoria fenomenológica que possa ser empiricamente observada em objetos e cenários comunicacionais, sem nenhum tipo de equívoco conceitual.

A semiótica confere aos cursos da área de comunicação, sobretudo a partir dos anos 70, uma contribuição importante, ora enquanto disciplina, ora enquanto conteúdo que se

entrelaça a disciplinas como Teorias da Comunicação, Teoria da Imagem e todas aquelas ligadas à produção audiovisual e imagética. Nas universidades não é incomum encontrar discentes que gostariam de fazer pesquisas com abordagem semiótica, entretanto, devido às complicações que parecem se apresentar do ponto de vista das leituras e da aproximação teórica, esses acabam se enveredando por outros caminhos também muito férteis. Na pós-graduação, quando esse contato se torna muitas vezes inevitável, existe a necessidade de um marco zero, que pouco contribui com o avanço das pesquisas, prejudicando a área que, se iniciada na graduação, terá mais chances de evoluir.

Nesse contexto foram selecionados 12 artigos científicos da Compós e oito dissertações de mestrado do PPGCOM da PUC Minas que compõem o *corpus* analítico do relatório final. O instrumento metodológico para além da metapesquisa é, a partir de uma Análise de Conteúdo das resenhas elaboradas e da leitura de todos os trabalhos abordados, qualificar tais iniciativas, reconhecendo que a semiótica é importante para o campo comunicacional, apresentando-a em quais configurações ela se especifica para a comunidade acadêmica.

A fim de complementar a metapesquisa foi desenvolvido um blog, com o propósito de disponibilizar e facilitar o acesso às resenhas produzidas dos trabalhos do *corpus* ao público interessado.

## **2 DIMENSÕES E DESAFIOS DA SEMIÓTICA NA COMUNICAÇÃO.**

A partir da leitura dos trabalhos do *corpus* é possível observar uma padronização da perspectiva da Semiótica de Peirce. As pesquisas evidenciam também que a abordagem semiótica está contribuindo cada vez mais para quebrar paradigmas na área de comunicação e desencadear novos olhares no que se refere às operações comunicacionais, embora esse fenômeno ainda esteja no plano teórico e que aos poucos está transformando conceitos inseridos nesse universo. Segundo Santaella (2007) isso ocorre porque muitos pesquisadores abordam a semiótica de Peirce em seu sentido geral ou apreendem muitas de suas categorias de maneira superficial sem perceber suas

múltiplas configurações e dimensões. Ou talvez porque a concepção semiótica é complexa e segmentada, dificultando sua aplicação prática no campo comunicacional.

A semiótica é livre de limitações e está presente em todas as dimensões da realidade, oferecendo ferramentas que são úteis para o aprimoramento da comunicação e suas várias interfaces. É perceptível que os trabalhos analisados têm o interesse de impactar e de transformar conceitos que envolvem os processos comunicacionais à luz da semiótica peirceana, mas ainda pecam em seguir modelos que estão amarrados ao tradicional.

A semiótica peirceana é uma teoria complexa e multifacetada da representação [...]. A semiótica ainda inclui a distinção entre representação e referência e entre representação e interpretação. A despeito de sua complexidade, a representação é apenas uma face de um conceito mais geral que é o conceito de mediação. [...] Alguns comentadores afirmam que, na semiótica peirceana, representação é um sinônimo de signo. Isso é menos do que meia verdade. Representação é apenas uma face da mediação, cuja outra face está no conceito de determinação (SANTAELLA e NÖTH, 2004, p.198-199).

Isso significa que, apesar da diversificação dos objetos de estudo e da elasticidade de aplicar a semiótica peirceana nos trabalhos, os filmes, blogs, empresas, eventos, programas de televisão e seus signos, são dinâmicos e sujeitos a constantes mudanças. Trata-se de signos que mudam de significado a cada dia e que são interpretados por seres humanos. Estes têm uma visão de mundo ampla e, ao mesmo tempo, individual, adquirida a partir de experiências e conhecimentos múltiplos, da cultura, dos valores e hábitos que estão inseridos na sociedade. Essa percepção é mutável, assim como os signos, comprovando, assim, a grande dificuldade do emprego da semiótica no campo da comunicação, principalmente, de maneira aprofundada e inovadora.

A padronização dos trabalhos lidos está presente devido às similaridades acerca do tratamento dado a semiótica de Peirce, confirmando a hipótese desse projeto. A maioria deles revela utilizar as três concepções pré-estabelecidas na pesquisa, a saber: teoria “pura”, operador analítico e análise metodológica.

- a) Teoria “pura” ou TP: consiste numa revisão de literatura sobre a semiótica e suas características para elucidar um conceito. Nesse cenário não há a análise de um objeto empírico, apenas a sua subjetivação em

suas várias vertentes é abordada. Nada mais é que um estudo aprofundado sobre a disciplina semiótica e suas diversas dimensões.

- b) Operador analítico ou OA: diz respeito ao emprego da semiótica para puramente analisar um objeto, verificando as propriedades da teoria. É quando se trabalha com as categorias para explicar um determinado fenômeno.
- c) Análise metodológica ou AM: trata-se da metodologia que evidencia que o olhar será semiótico, isto é, uma análise semiótica sobre o objeto de estudo.

Nesse contexto torna-se necessário desconjuntar e organizar os três termos semióticos em tópicos que se dividem entre artigos e dissertações para se obter uma melhor panorâmica sobre o objeto de estudo e suas particularidades. Seus conceitos serão abordados separadamente em cada pesquisa analisada de modo que seja possível compreender como os trabalhos do *corpus* selecionados são produzidos à luz da semiótica peirceana.

## **2.1 Dissertações de mestrado do PPGCOM da PUC Minas.**

Com a leitura dos trabalhos do *corpus* é perceptível a forte presença das três concepções apresentadas acima, algumas mais que outras e vice e versa. Isso significa que a semiótica peirceana é abordada, trazendo à tona conceitos importantes que possibilitam os pesquisadores obterem uma direção em sua análise. Ela serve como ponto de partida e exerce a função de alicerce para as pesquisas, refletindo em resultados fundamentados.

Na dissertação de Viana (2009) a semiótica de Peirce foi empregada para analisar as três campanhas publicitárias escolhidas pelo autor. Ele trabalha com a teoria dos signos e de comunicação e defende que os mesmos contribuíram de maneira relevante para a linguagem publicitária, podendo ser aplicada a qualquer processo de comunicação. Aqui o enfoque está no discurso publicitário ambientado no ciberespaço, tendo como formato a publicidade-entretenimento. O autor ainda complementa que a semiótica permite compreender a perspectiva da linguagem na origem do texto publicitário, que tem como principal função apelativa.

Trata-se de TP, na medida em que Viana (2009) contextualiza o conceito de signo e explica a relação triádica, que é formada pelo ícone, índice e símbolo, dentre outros itens. São elementos que estão sendo revisados num primeiro momento para após serem aplicados no objeto de estudo. Compreende-se, portanto, que a abordagem semiótica de Peirce funciona como o esqueleto do trabalho, conduzindo-o para a próxima etapa, que estaria inserida dentro da concepção de OA e que se apresenta como elemento predominante na pesquisa do autor.

Viana (2009) estabelece uma análise da publicidade-entretenimento a partir de três campanhas publicitárias, apropriando-se dos elementos da semiótica peirceana para comprovar sua ideia. Ele acredita que esse tipo de publicidade é carregado de referenciais simbólicos, indiciais e icônicos, permitindo ao receptor desenvolver um contrato de leitura próprio para este tipo de mensagem e que as três campanhas mencionadas se encaixam nesses processos de produção de sentido, atuando fortemente no raciocínio abduutivo. Essas considerações permitem compreender a grande influência do termo AO no trabalho do autor. Já a AM está ausente na pesquisa de Viana (2009), uma vez que ele trabalha com a análise descritiva e pesquisa bibliográfica.

No caso da dissertação de Silva (2010) os dois termos semióticos são identificados. Em sua pesquisa a autora discute sobre o processo de construção de sentido no contexto organizacional a partir da metodologia de estudo de caso, sob a perspectiva relacional e semiótica, eliminando o termo AM. Ela analisa a organização Vale e seus processos discursivos, na tentativa de compreender a visão dos empregados a respeito do novo posicionamento e reestruturação da marca, alterando o cenário da indústria de mineração. Refere-se ao entendimento de como as relações se estabelecem dentro desse ambiente e como a produção de sentido sobre a marca é formada pelos empregados, tendo como base as materialidades simbólicas e as novas lógicas de consumo, além das infinitas possibilidades de interpretação.

O outro termo, que consiste na TP, está presente no momento em que a autora contextualiza a ideia de signo, significado e interpretante, explicando o processo de produção de sentido nesse ambiente. Ela também define o conceito de semiose e as

categorias de primeiridade, secundidade e terceiridade. Em seguida Silva (2010) aplica esses elementos para compreender o discurso organizacional e a perspectiva da marca como inserida dentro da natureza simbólica e indicial, defendendo que a organização Vale promove sua marca de maneira eficiente. Nesse momento fica evidente a inserção do OA e sua importância sobre todos os aspectos da pesquisa, predominando sobre os demais termos.

A pesquisa realizada por Rios (2010) propõe avaliar três anúncios publicitários de cosméticos antissinais da Avon e suas estratégias de comunicação, abrangendo a Linha *RenewRejuvenate*, a Linha *RenewAlternative* e Linha *RenewUltimate*, fabricadas para satisfazer as mulheres em suas específicas idades. A autora busca identificar as características que estruturam o padrão de beleza feminina nos países capitalistas ocidentais, principalmente no Brasil, investindo nas estratégias comunicativas desenvolvidas pela Avon e no segmento de antiidade. Ela trabalha com a AM, mesclando a análise de conteúdo, a sociossemiótica e os métodos semióticos de análise de imagens estáticas.

Rios (2010) oferece um panorama sobre os discursos publicitários, a imagem estática e a relação entre ícone, índice e símbolo entre significante e significado para conceituar imagem sígnica. Sua pesquisa parte do pressuposto que o congelamento do tempo retrata a realidade da sociedade contemporânea, evidenciando a atemporalidade e a mortalidade. Nesse contexto ela estuda as mensagens publicitárias de cosméticos antissinais da Avon para compreender esses processos de mitificação e de representação simbólica sobre a mulher contemporânea, explorando esses fenômenos a partir dos elementos semióticos. Aqui a TP é confirmada, mostrando-se ser fundamental para a obtenção de resultados relevantes, retirando a possibilidade do OA na pesquisa.

Mayer (2012) abrange o universo da audiodescrição e suas múltiplas facetas em sua dissertação, a partir de discussões teóricas advindas do projeto *Cinema ao Pé de Ouvido*. Ela analisa as técnicas desse mecanismo no contexto cinematográfico e as percepções e dificuldades do deficiente visual nesse ambiente, propondo um suporte para o desenvolvimento de um modelo mais prático e acessível aos deficientes visuais no Brasil.

Sob um olhar semiótico, identificado como AM, a autora explica os conceitos de cognição, fenomenologia, modalidade de tradução intersemiótica, as relações monádicas entre os signos, a noção de primeiridade, a territorialização, dentre outros elementos. Trata-se da TP, uma vez que ela apreende esses termos para pontuar questões importantes. Após sua contextualização Mayer (2012) baseia-se neles para analisar o objeto de estudo, oferecendo à audiodescrição novas possibilidades para este público. Este deve ter auxílio do primeiro para simbolizar a experiência da interpretação da imagem visual ao invés de a indicializar. Isso demonstra que o OA está predominantemente presente na pesquisa, no qual as categorias semióticas são necessárias para perceber esse universo e proporcionar o surgimento de um mundo num ato de conhecer.

A pesquisa elaborada por Oliveira (2012) explora a semiose organizacional e suas particularidades, na tentativa de compreender a construção de sentidos no contexto das organizações e sua influência na constituição da reputação nesse ambiente. Seu estudo tem um suporte de cunho teórico, imbricado no paradigma relacional e nas interfaces da teoria de linguagem semiótica e reputação, ausentando a AM.

A autora mapeia a estrutura do signo, analisando-o como ícone, índice e símbolo. E abrange os elementos da triadicidade, que consistem na primeiridade, secundidade e terceiridade. Após compreender esses fenômenos ela explica o processo semiótico e seu impacto sobre as organizações, evidenciando com essas abordagens a presença da TP. Pode-se notar a presença do OA, uma vez que Oliveira (2012) analisa o objeto de estudo a partir da triadicidade e estabelece a identidade organizacional por meio do signo, índice e símbolo. Essa concepção influencia em todo o estudo, visto que permite compreender a perspectiva simbólica da reputação no tecer da semiose organizacional.

No caso de Hatem (2011) a proposta é contextualizar o fenômeno da participação espontânea dos receptor-agentes, a partir da campanha “não tem preço” da MasterCard. A pesquisa utiliza a metodologia do estudo de caso, que não se encaixa na concepção de AM, mas trabalha com uma análise que tem como substrato teórico a semiótica

peirceana, além da teoria de midiatização, contratos de leitura, bios midiático, dentre outros conceitos que visam atingir os objetivos da autora.

Ela reflete sobre a primeiridade, secundidade e terceiridade, o processo de semiose, a experiência colateral e a relação entre signo, objeto e interpretante. Trata-se da TP que possibilita desvendar os elementos que asseguram a participação espontânea do público na campanha, confirmando a sua predominância na pesquisa. Em seguida Hatem (2011) explica que essa prática está inserida na esfera da primeiridade, uma vez que o público é atingido por estímulos ingênuos, sendo responsável pela produção e recirculação da mensagem publicitária. Nesse contexto destaca-se o OA, visto que a autora trabalha com as categorias semióticas para concluir que a campanha “não tem preço” da MasterCard confirma uma nova interação na sociedade atual, onde os receptores exercem função de emissores.

Na dissertação desenvolvida por Oliveira Júnior (2010) a análise de conteúdo foi empregada para compreender as apropriações das ferramentas interacionais e representacionais constituídas no ambiente da blogosfera policial brasileira, especialmente, no blog “Diário de um Policial Militar”, abandonando a AM. O autor se apóia nos estudos semióticos de Peirce para analisar o processo de mediação, interação e representação no blog em questão, revisando seus conceitos que se situam na área da TP.

Ele observa a semiose como responsável pelos processos comunicacionais adaptados na web e pela representação dos interlocutores nesse ambiente, avaliando a mediação sígnica. Além disso, Oliveira Júnior (2010) aplica a noção peirceana de Experiência Colateral para entender o fenômeno semiótico no blog abordado. O autor também avalia os três modos de signo denominados de ícone, índice e símbolo, explicando que o blog DPM funciona por meio da conexão desses elementos. Todas essas aplicações permitem ao autor identificar os processos de interação e os desdobramentos semióticos na blogosfera policial, sendo a TP o único fator de influência para a conclusão da pesquisa.

Na pesquisa de Diniz (2013) são contextualizadas as estratégias de enunciação trabalhadas no programa “No Astral” da emissora GNT, sob a ótica da semiótica peirceana, inserida na AM. A autora propõe identificar as características do programa que abandona o tradicional contrato de leitura da astrologia das mídias para trazer à tona uma linguagem sensível, permitindo uma maior aproximação e identificação com o público. Ela compara as estratégias do programa abordado com as da revista “Lola” da Editora Abril e percebe diversos aspectos que diferenciam o primeiro da última.

A autora esclarece o significado de linguagem simbólica, a produção de sentido desenvolvida por meio da tríade signo-objeto-interpretante e os conceitos de cada termo semiótico apresentado. Trata-se da TP, possibilitando a Diniz (2013) elaborar suas idéias sobre o programa “No Astral”. Ela defende que o programa valoriza e produz o discurso simbólico de determinados signos e que o processo interpretativo, isto é, a semiose, é imposta pela mesma. Os elementos do OP predominam no trabalho e permitem compreender que o programa trabalha com estratégias sensíveis que estão inseridos na categoria de primeiridade, oferecendo modelos de identidades atraentes, ditando valores, vivendo de simulacros e se adequando a sociedade atual.

## **2.2 Artigos da Compós**

O artigo de Brito (2000) tem como proposta analisar os apresentadores do SPTV, um telejornal local estruturado de maneira diferenciada. Sua pesquisa aborda o SPTV-1ª, uma vez que oferece um formato próprio que se preocupa com os moradores de São Paulo e seus problemas do cotidiano, conquistando sua empatia e identificação. A autora se apóia numa aproximação semiótica para compreender esse fenômeno, destacando a AM.

Esse novo modelo se estabeleceu por meio de uma estratégia de produção de efeitos de subjetividade no discurso, permitindo a participação de convidados no estúdio e a improvisação de seus apresentadores, sobretudo do jornalista Chico Pinheiro. Brito (2000) compreende que essas apropriações do discurso estão inseridas nos sistemas semióticos de subjetividade, concluindo que o enunciador e o enunciatário se transformam em “sujeitos semióticos” capazes de produzir um sentido em função de

suas experiências. Trata-se de aproximar os conceitos da semiótica de sincretismo para compreender o processo de produção de linguagem estabelecida por esse novo formato, trazendo à tona a TP como estrutura da pesquisa.

Soares (2011) abrange em seu artigo as espacialidades de dois eventos culturais institucionais: os festivais de música Skol Beats e Planeta Terra. A metodologia semiótica ou AM é empregada, com o objetivo de compreender as estratégias discursivas de ambas as marcas, seu posicionamento de acordo com o espaço utilizado e o modo que estas incorporam artefatos ligados à cultura, transformando-as em produto para ampliar a experiência do público.

A partir de uma abordagem semiótica e dos Estudos Culturais o autor observa a dinâmica e a lógica dessas marcas, concluindo que todo evento cultural institucional é uma expansão da marca e de suas estratégias discursivas. Outro ponto apreendido diz respeito ao espaço que está situado na esfera da semiótica, na medida em que nele é produzido sentido dentro de um contexto cultural. Fica evidente a apropriação do termo TP, possibilitando desvendar que as marcas apresentam um posicionamento de mundo e habitam em uma cultura e em um estilo de vida.

Já o artigo de Pimenta (2004) discute o emprego de suportes hipermídia e suas possíveis relações, na tentativa de estimular ações políticas diretas no âmbito global, a formação de hábitos de conduta que colaboram para uma democracia participativa e um internacionalismo renovado. A partir de possibilidades semióticas ou AM o autor analisa os recursos hipermídia utilizados na mobilização de protesto à reunião dos dirigentes dos países mais industrializados do mundo, o G8, que ocorreu em Evian entre os meses de maio e junho de 2003. Ele busca compreender esse fenômeno a partir de 04 sites ([www.indymedia.org](http://www.indymedia.org); [www.geneve03.org](http://www.geneve03.org); [www.attac.info/g8evian](http://www.attac.info/g8evian); [www.nadir.org/nadir/initiativ/agp/free/evian/index.htm#lausanne](http://www.nadir.org/nadir/initiativ/agp/free/evian/index.htm#lausanne));, identificando a construção de processos sógnicos e o conceito de multicódigos.

Pimenta (2004) se apodera da TP para perceber que o problema está situado na apropriação do que as organizações querem representar, não se adequando a uma mobilização global. E defende que lhes falta consciência sobre o uso da linguagem e da

produção de sentido, sendo necessário gerar signos genuínos nos indivíduos e transformar hábitos mentais e de condutas para construir uma democracia participativa e um internacionalismo renovado.

No caso de Picado (2001) seu artigo discute sobre o fenômeno comunicacional e seus processos, na perspectiva das abordagens semióticas, no que diz respeito à manifestação de sentido, referindo-se à AM. Ele compreende os discursos sobre a significação, identificando alguns problemas da interrogação filosófica contemporânea, uma vez que ela abandona conceitos fundamentais para a aplicabilidade metodológica no campo da comunicação como uma teoria de significação dentro das ciências sociais.

O autor reflete sobre a importância dos processos de significação, acreditando que deve ser buscado um propósito para as funções comunicativas da representação, aproximando-as da experiência sensível e do princípio de interpretância. Apesar do presente silenciamento e dos limites das investigações semióticas existe uma convergência entre a significação e a comunicação, tendo como base a estrutura semiótica. Esses elementos estão no âmbito da TP, sendo essenciais para Picado (2001) concluir que a semiótica é importante para as teorias de comunicação.

No artigo de Pereira (2008) é proposta uma visão ecológica da comunicação desenvolvida por uma abordagem comunicacional que se funda a partir da análise semiótica, definida como AM. Nele são apreendidos conceitos de ecosemiótica e semiosfera, inseridos na TP, para compreender a aprendizagem infantil no contexto da comunicação com relação às mídias e linguagens do entretenimento, sobretudo, os videogames e desenhos animados. É perceptível para a autora que esse ambiente, onde a criança tem acesso a uma variedade de linguagens que atuam na esfera da cultura, possibilita uma experiência de aprendizagem semiótica nos códigos que estão disponíveis a ela. Essa prática envolve sua imersão e experiência, expressando a alfabetização das linguagens que o entretenimento oferece à semiosfera.

Henn (2014) trabalha com uma metodologia semiótica, destacando a AM, para estabelecer uma aproximação entre as áreas de jornalismo e da semiótica. Ele busca compreender a produção jornalística, os efeitos de sentido produzidos nesse universo e

seus modos de constituição da linguagem para comprovar que o jornalismo desempenha um papel de construtor da realidade social e das operações de enquadramento que demarcam a semiosfera.

O autor aborda o conceito de signo e sua função de representação, além da consciência entendida como inferência. É nesse cenário que a TP surge, dando vida à pesquisa, no qual Henn (2014) conclui que o jornalismo tem potencial de gerar uma gama de estereótipos que são fixados no decorrer do tempo, enquadrando e agendando conteúdos que se processam nas infinitas redes semióticas. A análise sobre as notícias mostraram que existe uma pluralidade de apropriações de sentidos e interpretações, configurando as memórias coletivas que possibilitam construir uma realidade social.

O artigo de Gomes (2002) emprega a semiótica como instrumento metodológico, ou seja, a AM, para levantar questões sobre a recepção e suas implicações, tais como a interpretação, inferência, interação, significado e produção de sentido, buscando compreender como esse processo é desenvolvido dentro da linguagem televisiva e dos telejornais. A partir das contribuições da semiótica de interpretação a autora define o conceito de signo e sua relação com o objeto, gerando o processo semiótico. Após uma abordagem da TP a autora observa que a semiótica possibilita classificar as categorias de signos que estão presentes na televisão, característicos do OA.

Nesse cenário Gomes (2002) reflete sobre as configurações que os telejornais assumem nos contextos sociais, históricos e culturais e como elas são percebidas pelos telespectadores. A TP está predominante na pesquisa, porque elucida as transformações desse meio e o processo de recepção.

O próximo artigo de Pimenta (2007) discute o cenário em que se encontra atualmente o campo comunicacional, apoiando-se na semiótica peirceana, que reflete a AM. Ele busca estabelecer um aprimoramento das configurações dessa área, por meio de referências semióticas, apresentando os pensamentos de Luiz Martino e seus textos produzidos em 2005 no GT Epistemologia da Comunicação da Compós.

O autor identifica o campo da Comunicação como representação de processos sígnicos e como objeto de outra representação, abordando o conceito semiótico de objeto imediato. Ele acredita que este está sendo representado pela área de maneira limitada e previsível, levando-o a trazer à tona o conceito de pragmatismo, que tem como efeito a mudança de hábitos. Nesse contexto busca-se uma representação mais completa e rica dos processos comunicacionais e a superação do modelo tradicional, por meio da transformação de hábitos mentais. Isso demonstra a inserção da TP como suporte para a análise.

Em seguida Pimenta (2007) inclui a categoria de primeiridade dentro da esfera da comunicação, levando em conta as indeterminações que esse campo contém. Ele também identifica as relações indiciais existentes entre as representações e os objetos que elas procuram substituir, se inserindo na secundidade. Por último o autor envolve os signos simbólicos nos processos do campo comunicacional como representação, abrangendo a categoria de terceiridade para explicar a necessidade de modificar e aperfeiçoar os padrões dessa área, visto que esses processos simbólicos representam sentimentos, ações ou pensamentos. Nota-se a concepção de OA e sua grande influência para adquirir respostas na pesquisa.

Cardoso (2004) propõe em seu artigo analisar a estrutura das locações como cenários da narrativa seriada, tendo como suporte metodológico a semiótica peirceana e a semiótica aplicada, evidenciando a AM. Esses instrumentais teóricos possibilitam a ele compreender as particularidades da mensagem e suas diferentes naturezas, o papel dos receptores nesse ambiente e os processos sígnicos, como a cenografia.

O autor apreende o signo em sua função de denotar o objeto, a partir da obtenção de uma Experiência Colateral. Ele explica a presença do objeto imediato e do objeto dinâmico, identificando que o cenário externo das locações em conjunto com a narrativa seriada desempenha um papel de representação que oferece diversas interpretações e significações. Essas características se delimitam na esfera da TP, na qual o autor complementa que as diversas linguagens operam juntas para transmitir uma mensagem específica, sendo importantes as ferramentas da semiótica para se obter um melhor diálogo entre os elementos cenográficos.

Num segundo momento Cardoso (2004) relaciona as categorias de primeiridade, secundidade e terceiridade com os cenários. Estes proporcionam sentimentos ingênuos e imperceptíveis ao receptor para depois ser percebido e, em seguida, interpretado pelo mesmo. Ele aprofunda os conceitos semióticos, abordando o cenário como um qualisigno, sin-signo e legi-signo em seus variados contextos, além das possíveis funções de ícone, índice e símbolo. Fica evidente o OA, que fornece toda a base para o autor compreender que o cenário deve exercer a função de sentimento, percepção e ação mental e, por fim, interpretação.

O artigo de Azevedo (2001) reflete os níveis de interatividade e suas particularidades, buscando compreender como é constituída a articulação da linguagem e a participação do público, dividindo-a em três fases: passivo, reativo e interativo. A partir da análise semiótica, isto é, a AM, o autor percebe melhor a ruptura da noção de emissor-receptor no decorrer desses períodos.

Ele abrange a semiótica como referencial teórico, ou melhor, como TP, para entender como esses códigos se formam e produzem linguagem. Esta é carregada de símbolos, no qual os humanos os armazenam na tentativa de copiar o mundo à sua verossimilhança. Graças aos avanços tecnológicos que permitiram a interatividade houve a ampliação da participação do público. E para ele a teoria dos signos contribuiu para uma análise mais abrangente sobre a interatividade e as linguagens inseridas nesse universo, uma vez que os meios digitais estão cada vez mais presentes na vida dos indivíduos, provocando a necessidade de criar o hábito do público em administrar uma linguagem artística e híbrida. A TP é percebida como condutora da pesquisa, possibilitando compreender o processo da linguagem a partir dos três momentos do público e o emprego de uma semiótica da intervenção.

Azevedo (2001) aponta a primeiridade como um estágio que estabeleceu uma língua mais rígida, no que diz respeito às leis gramáticas impostas pela sociedade. São essas leis que podem ter causado o autoritarismo da linguagem, provocando à tecnologia modos de romper com este cerco para abrir um espaço novo para a interatividade. Esse fenômeno está inserido no OA.

No artigo de Alzamora (2001) busca-se compreender o jornalismo a partir dos três gêneros tradicionais – informação, interpretação, opinião – pelo prisma da semiótica peirceana, abrangendo a AM. O autor explora as especificidades da linguagem da internet, na tentativa de encontrar possíveis alterações necessárias em função das transformações sócio-culturais para a inserção do jornalismo cultural online.

Ele aborda os conceitos semióticos normativos e de pragmatismo e faz uma rápida revisão teórica sobre as categorias fenomenológicas, agregando a TP em sua pesquisa. Em seguida o autor divide as ciências normativas em Estética (primeiridade), Ética (secundidade) e Lógica ou Semiótica (terceiridade), revelando que a relação desses fenômenos permite construir textos em jornalismo cultural que se engendam a partir da interpretação (primeiridade), informação (secundidade) e opinião (terceiridade). Esse processo indica a forte presença do OA, possibilitando Alzamora (2001) entender a natureza plural do jornalismo cultural e sua complexidade de estrutura que apresenta predominância de primeiridade, priorizando a dimensão estética e interpretativa da linguagem jornalística. Outro ponto percebido pelo autor é que o radiojornalismo se encontra na lógica da primeiridade, enquanto o telejornalismo ocupa a categoria da secundidade e o webjornalismo se localiza na esfera da terceiridade. Este é terreno fértil para novos modos de produção de mensagens, nascendo um jornalismo adaptado ao hibridismo e a uma linguagem sonora, visual e verbal semioticamente mesclados.

O último artigo analisado aqui é de Pimenta (2005). Ele aborda a obra de teóricos neomarxistas italianos, tais como Negri, Marazzi, Jollivet e Cocco, voltados para a compreensão das novas relações de produção constituídas pela economia pós-fordista, implicando questões cognitivas e sociais. O autor sustenta que eles se apóiam numa concepção semiótica de caráter linguístico, dialogando com as teorias de Peirce e o conceito de Pragmática. Nesse contexto é perceptível que a pesquisa é de cunho teórico, abandonando a AM.

Pimenta (2005) estuda o ativismo global analisado pelos teóricos e propõe duas abordagens semióticas do ativismo. A primeira refere-se à lógica estrutural adotada por eles. Já a segunda o autor acredita ser mais apropriada, consistindo numa análise sobre a perspectiva de Peirce, na qual a compreensão da linguagem é ampliada por abranger as

categorias de primeiridade, secundidade e terceiridade. Ele defende que essa linha teórica conduz para possíveis mudanças de hábitos mentais e de conduta para a formação de novos significados, levando em conta o ativismo via hipermídia e suas características. E ainda propõe a alteração de pensamentos da comunidade para enriquecer os processos representativos que permitirão a semiótica e o pragmatismo peirceano percorrerem na defesa do ativismo global. São elementos característicos da TP, que estão presentes em toda a pesquisa.

### **3 CONSIDERAÇÕES FINAIS.**

As pesquisas do *corpus* selecionadas estabelecem uma abordagem semiótica peirceana de maneira a contribuir para o avanço de sua aplicação prática no campo comunicacional. Apesar da padronização evidente que envolve os estudos, é possível visualizar pequenos avanços para quebrar paradigmas nessa área e a demasiada vontade de romper com o modelo tradicional.

Esses estudos trazem à tona um novo olhar sobre os conceitos semióticos, uma vez que buscam aprofundá-los cada vez mais para se obter resultados inovadores no campo comunicacional. Entretanto, as similaridades acerca do tratamento dado a semiótica peirceana reflete as limitações que ainda estão presentes nos trabalhos. No caso das dissertações a tendência é utilizar a TP como ponto de partida para, em seguida, contextualizar o restante e aplicar a semiótica de Peirce para analisar o objeto de estudo, identificado como OA. Este tem relevância na maioria dos trabalhos, garantindo melhores resultados a respeito dos efeitos semióticos sobre assuntos que estão em constante movimento e transformação. Já nos artigos da Compós o enfoque está na TP, abrangendo uma análise superficial sobre conceitos dinâmicos e mutáveis que se inserem nesse universo.

O que realmente falta é apurar o olhar de tal maneira que seja possível se adaptar a uma nova lente que decodifique verdadeiramente os processos comunicacionais em sua complexidade de estrutura. Fugir do comum para compreender os conceitos semióticos peirceanos como fenômeno multifacetado, segmentado, dinâmico e instável.

A partir dos trabalhos analisados fica visível uma maior frequência do aproveitamento da semiótica peirceana nas investigações dos processos comunicativos, principalmente, ligados a interface da cibercultura. Neles é abordado o ambiente virtual como processo sógnico aberto, auto-referente e que abrange complexas relações.

Outro ponto destacado nessas pesquisas é que o modelo tradicional (emissor/receptor, sujeito/objeto) é anulado, na tentativa de desenvolver abordagens maleáveis sobre questões que assumem diversos papéis complexos nesse ambiente híbrido e plural, apontando os variados níveis intersemióticos de linguagens (verbal, visual e sonora) e seus engendramentos na cibercultura.

Nesse contexto há o reconhecimento de que a comunicação é um processo multifacetado e que está sujeito a constantes transformações. Pressupõe-se, portanto, que os trabalhos trazem à tona um possível modelo peirceano de comunicação hipermidiática. Um modelo fluído, múltiplo e constantemente aberto, que reflete o mecanismo da semiose e o processo fenomenológico das relações signo/signo, signo/objeto e signo/interpretante. Os fluxos semióticos da informação hipermidiática são constituídos a partir da complexa estrutura sógnica e suas diversas manifestações, cabendo aos pesquisadores desmembrá-los de maneira inteligente e aprofundada para apreender melhor a configuração da comunicação na rede.

## REFERÊNCIAS

ALZAMORA, Geane Carvalho. (2001). **Jornalismo Cultural Online**. Disponível em: < [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_1218.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1218.pdf)>.

AZEVEDO, Wilton. (2001). **Passivo, reativo e interativo: três níveis de lei, para uma semiótica de intervenção**. Disponível em: < [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_227.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_227.pdf)>.

BRITO, Yvana Carla Fechine de. (2000). **Estratégias de personalização dos apresentadores do SPTV: uma aproximação semiótica do problema**. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_1393.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1393.pdf)>.

CARDOSO, João Batista Freitas. (2004). **Semiótica das locações: uma leitura do ambiente natural como espaço cenográfico**. Disponível em: < [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_630.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_630.pdf)>.

DINIZ, Moema Najjar. (2013). **Astrologia audiovisual: uma análise semiótica das estratégias de enunciação do programa “No Astral”**. Dissertação de Mestrado em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, Estado de Minas Gerais, Brasil.

GOMES, Itania Maria Mota. (2002). **Televisão, telejornalismo e recepção: o que a investigação sobre recepção pode ganhar no diálogo com os *cultural studies* e a semiótica**. Disponível em: < [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_1184.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1184.pdf)>.

HATEM, Isabela Soares. (2011). **A interação que não tem preço: o consumidor como co-produtor da mensagem publicitária**. Dissertação de Mestrado em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, Estado de Minas Gerais, Brasil.

HENN, Ronaldo. (2008). **Jornalismo como semiótica da realidade social**. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_375.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_375.pdf)>.

MATTOS, Maria Ângela; VILLAÇA, Ricardo Costa. (2012). Aportes para nova visada da metapesquisa em comunicação. In: **Comunicação e Sociedade**. n. 57, jan./jun. Ano 33, 199-218.

MAYER, Flávia Affonso. (2012). **Imagem como símbolo acústico: a semiótica aplicada à prática da audiodescrição**. Dissertação de Mestrado em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, Estado de Minas Gerais, Brasil.

OLIVEIRA JÚNIOR, Firmino Geraldo de. (2010). **A Polícia caiu na rede: interações e representações mediadas pelo blog “Diário de um Policial Militar” na blogosfera policial brasileira**. Dissertação de Mestrado em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, Estado de Minas Gerais, Brasil.

OLIVEIRA, Kátia Cristiane A. Cardoso de. (2012). **Semiose Organizacional: a circulação dos sentidos na construção da reputação**. Dissertação de Mestrado em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, Estado de Minas Gerais, Brasil.

PEREIRA, Mirna Feitoza. (2008). **Ecologia da comunicação: uma compreensão semiótica**. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_352.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_352.pdf)>.

PICADO, José Benjamin. (2001). **Por que a Semiótica interessa às Teorias da Comunicação?**. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_1273.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1273.pdf)>.

PIMENTA, Francisco José Paoliello. (2005). **Duas abordagens semióticas do Ativismo via Hipermídia**. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_835.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_835.pdf)>.

PIMENTA, Francisco José Paoliello. (2004). **Redes Multicódigos: possibilidades semióticas para o Ativismo Global**. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_678.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_678.pdf)>.

PIMENTA, Francisco José Paoliello. (2007). **Semiótica, como teoria da representação, e o campo da Comunicação**. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_227.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_227.pdf)>.

RIOS, Mivla Helena Vilela. (2010). **Anúncios de Cosméticos Antissinais: sinais de uma beleza jovem, saudável e atemporal**. Dissertação de Mestrado em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, Estado de Minas Gerais, Brasil.

SANTAELLA, Lúcia; NÖTH, Winfred. (2004). **Comunicação e Semiótica**. São Paulo: Hacker.

SANTAELLA, Lúcia. (2007). **Semiótica aplicada**. São Paulo: Thomson Learning.

SILVA, Fernanda de Oliveira. (2010). **Um discurso que vale? Construções de sentido a partir de uma marca organizacional**. Dissertação de Mestrado em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, Estado de Minas Gerais, Brasil.

SOARES, Thiago. (2011). **Sobre espacialidades, marcas e eventos: aproximações entre a Semiótica e os Estudos Culturais na análise de eventos culturais institucionais**. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_1640.doc](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1640.doc)>.

VIANA, Pablo Moreno Fernandes. (2009). **A Publicidade-Entretenimento da Web: recursos de produção de sentido, pactos (ou contratos) de leitura e apropriações midiáticas da publicidade do ciberespaço**. Dissertação de Mestrado em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, Estado de Minas Gerais, Brasil.

## APÊNDICE

12 artigos da Compós e 08 dissertações do PPGCOM da Puc Minas que trabalham com a semiótica peirceana foram analisadas ao longo da pesquisa, possibilitando encontrar três concepções (teoria pura, operador analítico e análise metodológica).

Títulos	Teoria Pura	Operador Analítico	Análise metodológica
A PUBLICIDADE-ENTRETENIMENTO DA WEB: recursos de produção de sentido, pactos (ou contratos) de leitura e apropriações midiáticas da publicidade no ciberespaço	X	X	
UM DISCURSO QUE VALE? Construções de sentido a partir de uma marca organizacional	X	X	
ANÚNCIOS DE COSMÉTICOS ANTISSINAIS: sinais de uma beleza jovem, saudável e atemporal	X		X
IMAGEM COMO SÍMBOLO ACÚSTICO: a semiótica aplicada à prática da audiodescrição	X	X	X
SEMIOSE ORGANIZACIONAL: a circulação dos sentidos na construção da reputação	X	X	
A INTERAÇÃO QUE NÃO TEM PREÇO: o consumidor como co-produtor da mensagem publicitária	X	X	
A POLÍCIA CAIU NA REDE: interações e representações mediadas pelo blog Diário de um Policial Militar na blogosfera policial brasileira	X		
ASTROLOGIA AUDIOVISUAL: uma análise semiótica das estratégias de enunciação do programa “No Astral”	X	X	X
ESTRATÉGIAS DE PERSONALIZAÇÃO DOS APRESENTADORES DO SPTV: uma aproximação semiótica do problema	X		X

SOBRE ESPECIALIDADES, MARCAS E EVENTOS: aproximações entre a semiótica e os estudos culturais na análise de eventos culturais institucionais	<b>X</b>		X
REDES MULTICÓDIGOS: possibilidades semióticas para o ativismo global	<b>X</b>		X
Por que a semiótica interessa às teorias da comunicação?	<b>X</b>		X
ECOLOGIA DA COMUNICAÇÃO: uma compreensão semiótica	<b>X</b>		X
JORNALISMO COMO SEMIÓTICA DA REALIDADE SOCIAL	<b>X</b>		X
TELEVISÃO, TELEJORNALISMO E RECEPÇÃO: o que a investigação sobre recepção pode ganhar no diálogo com os <i>cultural studies</i> e a semiótica	<b>X</b>	X	X
SEMIÓTICA: como teoria da representação, e o campo da Comunicação	X	<b>X</b>	X
SEMIÓTICA DAS LOCAÇÕES: uma leitura do ambiente natural como espaço cenográfico	X	<b>X</b>	X
PASSIVO, REATIVO E INTERATIVO: três níveis de lei, para uma semiótica da intervenção	<b>X</b>	X	X
JORNALISMO CULTURAL ON LINE: uma abordagem semiótica	X	<b>X</b>	X
Dois abordagens semióticas do Ativismo via Hipermídia	<b>X</b>		

Os “**X**” em negrito representam a predominância em cada caso.

<sup>1</sup> Firmino Geraldo de Oliveira Júnior, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Brasil, [Firmino.junior@yahoo.com.br](mailto:Firmino.junior@yahoo.com.br) Marina Mendonça Ramos Simões, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Brasil, [ninamrs@hotmail.com](mailto:ninamrs@hotmail.com)