

Analice Dutra Pillar
Maria Helena Wagner Rossi
Fabiane Villela Marroni
Organizadoras



**DIÁLOGOS
ENTRE
EDUCAÇÃO
E ARTE**

GEARTE 25 ANOS

EDITORA TEXTOS

**Analice Dutra Pillar | Maria Helena Wagner Rossi |
Fabiane Villela Marroni**

Organizadoras

**DIÁLOGOS
ENTRE
EDUCAÇÃO
E ARTE**
GEARTE 25 ANOS

EDITORA TEXTOS

Copyright © GEARTE, 2022

Editora Textos [desde 2005]

Contato: editoratextos@gmail.com

www.editoratextos.com.br

Pelotas, RS

Os dados e a completude das referências e figuras dos capítulos são de inteira e única responsabilidade de cada autor(a).

Projeto gráfico e diagramação: Textos projetos editoriais

Capa: Umbelina Maria Duarte Barreto

Presidente do Conselho Editorial

Marcos Villela Pereira

Conselho Editorial

Ana Claudia Mei Alves de Oliveira (PUC-SP) • Anamélia Bueno Buoro (CPS-PUCSP) • Eric Landowski (CNRS | França) • João Ciaco (CPS-PUCSP) • José Luiz Fiorin (USP) • Marcelo Machado Martins (UFPE) • Moema Rebouças (UFES) • Yvana Fechine (UFPE)

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Diálogos entre educação e arte [livro eletrônico] : Gearte 25 anos /
organização Analice Dutra Pillar, Maria Helena Wagner Rossi,
Fabiane Villela Marroni. -- Pelotas, RS :
Editora Textos, 2022.
PDF.

Vários autores.
ISBN 978-65-999045-0-9

1. Artes 2. Educação 3. Gearte – História 4. Professores –
Formação I. Pillar, Analice Dutra. II. Rossi, Maria Helena Wagner.
III. Marroni, Fabiane Villela.

22-132760

CDD-370.1

Índices para catálogo sistemático:

1. Educação e arte 370.1

Aline Grazielle Benitez – Bibliotecária – CRB-1/3129

Impresso no Brasil / *Printed in Brazil*

CONSUMO DE (DES)INFORMAÇÃO: UMA ANÁLISE PELA SEMIÓTICA DISCURSIVA

Fabiane Villela Marroni

Analice Dutra Pillar

Introdução¹

Vivemos tempos de profundo obscurantismo social. As incertezas que norteiam nossas práticas cotidianas nos surpreendem a cada dia que passa. Ao nos depararmos com notícias da grande mídia, como jornais, revistas, rádio e televisão (on-line ou impressa), a temática predominante construída é a do medo e do porvir, principalmente atreladas a assuntos políticos, econômicos e sociais. Landowski, em seu livro *A sociedade refletida*, coloca que “encontramos, hoje, dois tipos de especialistas de opinião pública. Uns interrogam-se sobre seu modelo de existência e sobre as condições de sua

¹ Artigo reduzido, publicado originalmente nos Anais do 15º Colóquio de Moda (semiótica social), UNISINOS, setembro de 2019: GT Comunicação e mídias digitais contemporâneas. Artigo completo: MARRONI, Fabiane Villela; PILLAR, Analice Dutra. O novo medo e o medo do novo: o (des)encantamento no consumo de (des)informação. In: OLIVEIRA, Ana Claudia (org.). *Sociosemiótica III: interação, mídia e cultura participativa*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2021. p. 239-267.

manifestação, outros respondem por sua existência e encarregam-se, por profissão, de manifestá-la” (1992, p. 19). Nessa discussão, valores diversos circulam em nosso meio, em posicionamentos sociais e pela escolha (ou não) do nosso tipo de leitura. Nunca tivemos tanto acesso à informação e nunca se percebeu tanta desinformação. A facilidade de muitos em acreditar em “verdades” disseminadas via redes sociais – para maioria a única fonte de busca –, por exemplo, nos faz acreditar em uma sociedade extremamente volátil em termos de informação. O fenômeno interessante percebido é que, nesta volatilidade, há grupos que se “acomodam” quando se identificam com determinadas posições/posturas retóricas e partem para o campo do dogmatismo. Parece-nos que os discursos, principalmente relacionados à política no Brasil, neste momento, são regidos pela modalidade da certeza, assemelhando-se a um discurso religioso. Neste discurso, de acordo com Fiorin (2014):²

[...] explica-se de tudo: de onde viemos, para onde vamos, qual o sentido do sofrimento, e assim por diante. Ele anuncia dogmas a que se adere pela fé. O discurso científico é modalizado pela contingência. Ele propõe modelos parciais de exploração da realidade. Por isso, nunca chega à verdade absoluta. Ao contrário, nele, ela é sempre provisória. É por essa razão que a ciência progride sempre. A fé é algo alheio à ciência. Enquanto o dogma fecha o discurso religioso, o conhecimento é uma aventura de múltiplas possibilidades. (2014, p. 7).

Com a facilidade de acesso aos meios de comunicação, principalmente às redes sociais, o “encantamento”, ou a sensação de deslumbramento de pertencer a um grupo que compactua de suas ideias e que nelas acredita, fortalece a postura do sujeito que participa de tal comunidade, de tal debate, de tal interlocução.

² Em prefácio do livro *Interações arriscadas* (2014), de Eric Landowski.

Neste artigo, discutindo a partir de uma perspectiva crítica, abordaremos, de forma breve, as formas de manipulação/persuasão utilizadas nos processos interacionais contemporâneos em meio digital, a partir de contratos de confiança, utilizando, como base teórica, a semiótica de Algirdas Julien Greimas. Esta escolha foi feita por sua ampla capacidade de analisar textos de qualquer natureza e a possibilidade de investigar estratégias interacionais sincréticas, que caracterizam as mídias digitais. A teoria semiótica, também chamada de teoria da significação, é responsável por explicitar as condições da apreensão e da produção do sentido. De acordo com Landowski, “o sentido, longe de ser recebido ou percebido, é pensado como fruto de um ato semiótico gerador, que o constrói” (1992, p. 167), portanto, consequência do fazer de um sujeito competente. Então, a teoria semiótica, ao “explicar o que o texto diz e como ele faz para dizer o que diz” (BARROS, 1990, p. 7), leva em consideração a presença de um sujeito em relação a um enunciado, ou seja, como afirma Landowski, a um “objeto, cujo sentido faz ser o sujeito” (1992, p. 167).

As cruzadas e as verdades: a apoplexia diante dos *novos tempos*

As redes sociais, neste trabalho, em especial o microblog *Twitter*, caracterizam-se por serem, ou possibilitarem, um espaço amplo de discussão e de acesso à informação, um espaço democrático virtual. Formam-se grupos, comunidades afinadas com valores e verdades, em que sujeitos, com mais facilidade em relação à retórica, têm a possibilidade de tornarem-se “pregadores”, donos do conhecimento e da verdade, não necessariamente atentos aos fatos, ou de uma exploração da realidade de uma forma lógica.

A lógica trata dos raciocínios necessários, ou seja, aqueles cuja conclusão decorre, obrigatoriamente, das premissas enunciadas. Já a

retórica ocupa-se dos raciocínios, cuja conclusão é provável, plausível, possível, mas não necessária. Ela versa não sobre o que é verdadeiro, mas sobre o que é preferível (aquilo que é menos pernicioso, o que é mais útil, o que é mais adequado etc.) num dado momento para determinada comunidade. (FIORIN, 2014, p. 25).

Assim sendo, saímos do domínio da língua como um sistema de signos, para entrarmos em um universo, o da língua como instrumento de comunicação, cuja expressão é o discurso. Hoje, tornou-se comum compartilhar informações em um determinado grupo, que vê e entende o mundo a partir dos valores que compartilham e acreditam, ou seja, que “falam e entendem uma mesma linguagem”. Para muitos, a denominação para esses grupos é caracterizada como “bolha”. É na “bolha” que conversam, trocam informações, notícias, *memes*. E, na constituição desses grupos, é que são formados verdadeiros “apartheids³ digitais”, que no idioma *africânder* significa separação. Leonardo Sakamoto, em entrevista à revista *IHU* on-line, em 3 de outubro de 2017, coloca que:

O processo de intolerância existe nas sociedades, com ou sem internet. A internet capitaliza esses processos e as redes sociais não são, necessariamente, bons lugares para fazer debate público, porque elas são boas para construir conceitos, mas não para construir significados coletivos. É difícil construir significados coletivos, porque isso depende do outro, e as redes acabam polarizando as discussões e criando bolhas. Neste sentido, nós só vemos as postagens daquelas pessoas com as quais mais interagimos e concordamos. Então, a tendência é que se veja mais aquilo com o que mais se concorda. [...] as redes sociais criam bolhas que podem se transformar em caixas de reverberação em torno de si, e fazem com que as pessoas não tenham

³ Popularizou-se em função do nome dado ao sistema político que esteve em vigor na África do Sul e que exigia a segregação racial. O *Apartheid* foi um violento sistema de segregação da população negra, que vigorou entre 1948 e 1994, comandado pela minoria branca na África do Sul.

acesso e não se importem com qualquer outro assunto que esteja fora da sua bolha.⁴

Baldan (1988, p. 47) entende que, se nossa relação com o objeto-mundo é mediatizada pela ideia que temos desse mundo, então nossa percepção de mundo é mediatizada pela linguagem. Trata-se de uma relação imaginária, *sígnica*, que, pelo fato de o ser, é aprendida: aprendemos a ver o mundo e a falar dele com a linguagem do nosso grupo. “Ao aprender a língua do seu grupo, cada indivíduo assimila, também, a sua ideologia” (LOPES *apud* BALDAN, 1988, p. 47).

A linguagem é fator primordial, tanto da significação quanto da comunicação, e é por ela que conseguimos nos expressar. A linguagem, segundo Hjelmslev,

[...] é inseparável do homem e segue-o em todos os seus atos. A linguagem é o instrumento graças ao qual o homem modela seu pensamento, seus sentimentos, suas emoções, seus esforços, sua vontade e seus atos, o instrumento graças ao qual ele influencia e é influenciado, a base última e mais profunda da sociedade humana. (1975, p. 185).

Do ponto de vista semiótico, as mídias contemporâneas digitais são consideradas como “texto sincrético”, pois sua estrutura é resultado de uma articulação de várias linguagens e não pela anulação de uma em benefício da outra. Como diz Assis Silva, “não há apagamento dos elementos sincretizados, mas há uma base comum que permanece e sobre a qual se assenta a percepção do sincretismo” (1994, p. 74). Textos sonoros, visuais, verbais serão tratados no conjunto de seu articular, pois é na relação existente entre esses textos que o significado é construído, como um todo de significação.

⁴ Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/159-noticias/entrevistas/572257-bolhas-de-intolerancia-nao-constroem-significados-coletivos-entrevista-especial-com-leonardo-sakamoto>. Acesso em: 27 nov. 2018.

Mas, como a articulação de linguagens influencia o usuário das mídias digitais contemporâneas? Uma das condições é que ele seja persuadido através do estabelecimento de várias estruturas contratuais corroboradas pela presença do próprio sincretismo. Assim sendo, ao convocar o sujeito, este novo meio realiza “certos tipos de atos sociais transformadores das relações intersubjetivas (critério sintático e pragmático), estabelece sujeitos ‘autorizados’ (com direito à palavra), instala ‘deveres’, cria expectativas, instaura ‘confiança” (LANDOWSKI, 1992, p. 10).

Nesses espaços das redes, nesses grupos ou bolhas formadas por afinidade, a própria resposta do “outro”, ou um “like” coadunando com sua retórica, com sua fala, propicia um prazer, uma reação eufórica. A retórica, então, caracteriza-se por ser

[...] a disciplina que, na História do Ocidente, deu início aos estudos do discurso. Tira ela seu nome do grego *rhéseis*, que quer dizer “ação de falar”, donde “discurso”. *Rbetoriké* é a arte da oratória, de convencer pelo discurso. A emergência da primeira disciplina discursiva traz consigo a consciência da heterogeneidade do discurso. Com efeito, desde o seu princípio, estava presente nos ensinamentos de Córax que todo o discurso pode ser invertido por outro discurso, tudo o que é feito por palavras pode ser desfeito por elas, a um discurso opõe-se um contradiscurso [...]. (FIORIN, 2014, p. 9).

O autor acrescenta, ainda, que “é chamada arte (do latim *ars*, que traduz o grego *techné*), porque é um conjunto de habilidades (é uma técnica, entendiam os antigos) que visa a tornar o discurso eficaz, ou seja, capaz de persuadir” (2014, p. 10).

As tecnologias nos colocaram num espaço amplo de discussão, de diversas “Ágoras” (no *Twitter*, os *trending topics*, por exemplo), que compartilham (ou não) dos mesmos anseios, geralmente não se preocupando com uma interlocução efetiva. O importante é “divulgar”, colocar sua posição em relação à temática abordada, ou o

assunto do momento. É como posicionar-se, tornar-se “pertencente” a um grupo a partir de uma discussão estabelecida. É uma presença semiótica, que faz sentido para quem dessas discussões participa. Como diz Landowski, “nunca estamos presentes na insignificância” (2002, p. IX). Se a postagem é polêmica, é retuitada ou distribuída inúmeras vezes, não importando o valor real da informação: se procede, se foi verificada em veículos da imprensa, na comunidade, na família, por exemplo. O importante é a crença, é o sistema de valores do sujeito, de sua visão de mundo, de suas memórias.

Se um corpo é capaz de conservar, em nome da memória figurativa, os traços e marcas de suas interações com outros corpos, então se pode levantar a hipótese de que todo o sujeito da enunciação, que só pode enunciar se for corpo-actante, está, por princípio, em condições de testemunhar suas experiências. Seguindo-se esse raciocínio, e colocando-se na perspectiva da práxis enunciativa, não há, jamais, corpo enunciante sem história e sem passado de enunciação, sem memória de interações anteriores e sem marcas passíveis de ser atualizadas. (FONTANILLE, 2017, p. 151).

Parte-se do pressuposto de que, a maioria dos usuários das redes sociais somente visualiza as informações, participando pouco do diálogo. Há uma contemplação do debate e gozijo ao ver os embates. Paixões que afloram em uma linha tensiva. Geralmente, em grupos do aplicativo de conversas *WhatsApp*, ou no microblog *Twitter*, é comum receber uma aluvião de conteúdos políticos, concretizados em textos verbais, verbo-visuais, visuais, sonoros ou sincréticos (vídeos, por exemplo). Muitas vezes são montagens para que o leitor, associando com sua visão de mundo, olhe e creia na mensagem, não parando para analisar, pesquisar e concluir (ou não) que é uma mensagem passível de não ser compartilhada.

Greimas e Fontanille, em *Semiótica das paixões* (1993), observam que “certas paixões, a admiração, por exemplo... –, mas, também, o

‘espanto’ ou o ‘estupor’ sugerem já a possibilidade de um horizonte tensivo ainda não-polarizado” (p. 23). Um sentir não-polarizado compactua, concorda, mas não dogmatiza. Aqui, nesta discussão, a polarização, numa divisão de forças, significaria, no seu extremo, um vazio de conteúdo caracterizado pela ausência de articulações, utilizando as palavras dos mesmos autores. “A coabitação de duas exigências inversas, respectivamente ligadas às ‘forças’ e às ‘posições’, permite compreender que, antes de toda categorização, o sentir, bombardeado entre duas tendências, só pode engendrar instabilidade” (GREIMAS; FONTANILLE, 1993, p. 24).

Um exemplo dos inúmeros equívocos de abraçar “verdades” (na política, principalmente) é constatado no grau de engajamento, ou na forma como as pessoas interagem nas redes sociais. Acredita-se mais naqueles perfis (aqui no caso, o *Twitter*), que tem um alto grau de engajamento. Quanto mais seguidores, para os usuários mais desatentos, mais se acredita na “verdade” colocada, compartilhada. Percebe-se, nesses grupos formados, uma única linha de convergência de ideais (político, cultural e social), caracterizados, em seus extremos, em verdadeiras cruzadas morais. É a era do desalento em relação a discussões mais consistentes. Vive-se um momento de acesso a um turbilhão de informações e, ao mesmo tempo, temos a sensação de um vazio, um vácuo. Esse efeito de sentido pode ser atrelado ao espírito do tempo, que em alemão é muito bem definido pela palavra *Zeitgeist*. É um espaço-tempo caótico, em uma babel virtual, que determina o modo de ser do sujeito “virtual”, que só existe em função de fazer sentido para determinados grupos, em determinadas discussões.

O não ver sentido em determinada realidade virtual, faz com que sujeitos, que compactuam dos mesmos ideais de determinadas “bolhas”, questionem o presente momento como algo deslocado de

sua temporalidade. Conforme Landowski, em seu livro *Presenças do outro*: “se espaço e tempo nos interessam, será exclusivamente a título de *objetos semióticos*, isto é, enquanto fazem sentido” (2002, p. 67). No caso em questão, é um sentido de “não-sentido”, tendo, como consequência, a desilusão. Goethe, no livro *Memórias: poesia e verdade*, coloca sua concepção sobre o mundo real e o ideal:

À medida que se vão cultivando, todas as boas naturezas sentem que têm dois papéis a desempenhar neste mundo: um real e outro ideal, e é nesse sentimento que se deve buscar a base de toda nobreza. Quanto ao papel real que nos coube em sorte, demasiado bem o aprendemos pela experiência; mas é raro que sejamos esclarecidos sobre o segundo. Quer o homem busque sua mais alta distinção na Terra, quer no Céu, quer no presente, quer no futuro, fica, por isso mesmo, exposto interiormente a uma eterna flutuação e, exteriormente, a uma influência sempre perturbadora, até se resolver, uma vez por todas, a reconhecer que o bem é o que está na sua medida. (1971, p. 361).

É importante ressaltar que as mídias digitais contemporâneas, principalmente as redes sociais, são objetos semióticos, que significam na interação. Recorrendo e atualizando a citação anterior de Goethe, pode-se dizer que sempre existirá uma eterna flutuação no interior desses espaços virtuais, e eles estarão sujeitos, comumente, a uma influência externa perturbadora... a dos acontecimentos.

Quando os sujeitos se mostram ou colocam seu(s) posicionamento(s) nas redes, parte-se do princípio, o que não é novidade, que eles se revelam ao *mundo*. A partir do que se posta, das postagens feitas, construímos uma imagem deste sujeito a partir dos nossos valores, que poderão ser associadas a repulsa ou a admiração, por exemplo, que nem sempre coaduna com a imagem *real* de tal sujeito. Ana Claudia de Oliveira, em seu livro *Vitrinas: acidentes estéticos na cotidianidade*, trabalhando a visibilidade como critério definidor das vitrinas, diz:

[...] além dos dispositivos espaciais, a vitrina tem também relações manifestas com a passagem do tempo. Seguindo os modos de existência das coisas no mundo, centrando-nos na oposição permanente/mutável, tem-se que, enquanto a loja é algo relativamente duradouro, a vitrina é, por definição, mutante. As suas atualizações têm uma duração marcada. (1997, p. 47).

Mais uma vez, aqui, pode-se fazer uma associação com os ambientes virtuais sociais e a necessidade do sujeito mostrar o seu posicionamento em relação a diferentes tipos de temáticas. Num caráter de permanente espaço de discussão tem-se a mutabilidade dos acontecimentos, associado a um aspecto temporal. A cada notícia, a cada postagem, há uma duração marcada, e o engajamento torna-se maior ou menor em função da sua importância naquele coletivo, naquela bolha, naquele momento.

O encantamento pela manipulação: uma breve abordagem pela semiótica da experiência

Atualmente, nota-se em informações compartilhadas nas mídias digitais contemporâneas, uma crença ao “dito”, na voz legitimada pela “bolha”. O que é colocado como “verdade” é abraçado por membros do grupo, estabelecendo um contrato unilateral, o que para Landowski, a partir dos regimes de sentido, é definido como programação.

A programação preside, em primeiro lugar, as atividades de tipo tecnológico que concernem as nossas relações com as coisas. Mas ela pode, também, subjazer a um modo de organização social e política de tipo tecnocrático, no que tangue às relações entre as pessoas. Dado que esses dois aspectos podem muito bem seguir de mãos dadas, quanto melhor se conseguir conjugá-los, mais se aproximará de um regime de segurança perfeita, sem acidentes nem desvios de qualquer tipo. (2014, p. 32).

Neste processo de *super vozes*, legitimadas pelas mídias digitais contemporâneas, principalmente pelas redes sociais, tornou-se

necessária, como uma forma de “regulamentação dos debates”, a criação de *fact-checkings*, ou agências/serviços de checagens (Fig.1).

Figura 1. Capa falsa da Veja com declaração contrária à de Joaquim Barbosa (que declarou apoio ao candidato Haddad, do Partido dos Trabalhadores), com circulação nas redes sociais durante as eleições de 2018.

Abaixo, *fact-checking* “Fato ou Fake” e um comentário não compactuando com a checagem



Fonte: acervo da autora.

Mesmo com as checagens das informações, a comprovação de fatos colocados como “verdades” em determinadas espaços serem desmentidos por essas agências, ainda se observa uma não concordância com este tipo de recurso, como mostrado na Figura 1, afirmando o contrato, uma “programação”, estabelecido pela “bolha”, e não pelas agências de *fact-checking*. Desta forma:

Verdade e mentira são, portanto, integrantes dos efeitos de sentido de todo e qualquer ato de interpretação discursiva. Nesses termos, interpretar implica apreender um sentido enquanto saber produzido pelo discurso-enunciado, tal como ele emerge da cooperação dos dois fazeres implicados no ato da enunciação: o do enunciador e o do enunciatário; desse modo, a mensagem surgirá como o lugar de uma prática significativa, o espaço em que ocorre um ato enunciativo que, visto do pólo do enunciador, produz o discurso, a unidade semiótica dotada de um fazer informativo - um fazer saber -, mas que, quando visto do pólo do enunciatário, se manifesta como um texto, unidade semiótica dotada de um fazer interpretativo, produtora de um fazer saber sobre aquele fazer informativo. (BALDAN, 1988, p. 48).

Ao falar de interação, é preciso recorrer ao percurso temático da enunciação, pois é possibilitado, através dele, verificar as estratégias de manipulação, pressupostas da proposição de contratos fiduciário e/ou de veridicção. Ao analisar esses tipos de contrato, vê-se que o primeiro é aquele que desenvolve uma relação de confiança entre o destinador e o destinatário: um propõe e o outro crê (ou não) na sua proposta. O segundo é articulado por um enunciador que, através da instalação de dispositivos veridictórios, tenta persuadir o enunciatário para que ele creia em seus valores e reconheça a verdade em seu discurso. Esse contrato de veridicção, de acordo com Greimas e Courtés,

[...] visa estabelecer uma convenção fiduciária entre enunciador e enunciatário, referindo-se ao estatuto veridictório (ao dizer-verdadeiro) numa evidência (isto é, numa certeza imediata) ou então ser precedido de um fazer persuasivo (de um fazer-criar) do enunciador, ao qual corresponde um fazer interpretativo (um crer) por parte do enunciatário. (s.d., p. 86).

Desta forma, o contrato de veridicção faz parte de um contrato maior, o fiduciário, pois, no fazer interpretativo do destinatário estará presente uma crença, um valor – subjetivo, que o fará aceitar o contrato ou não. No caso das redes sociais, a aceitação é endossada a partir de um encantamento pelo novo e pela crença na imagem e textos

curtos que circulam em altíssima velocidade e, evidentemente, no destinador de tais mensagens. Em circunstâncias, por vezes, duvidosas ou controversas, fazem com que os sujeitos abracem verdades rapidamente, sem reflexão e sem checagem.

Para concluir, pode-se dizer que os processos de persuasão/manipulação em Mídias Digitais Contemporâneas (MDC), principalmente interações em redes sociais, estão associados a atos relacionados a programações pelo encantamento⁵, em todos seus sentidos. Uma interação com uma interlocução efetiva, sem abraçar o obscurantismo e a falácia, só será possível se nos distanciarmos dos discursos dogmáticos. Não abraçar a verdade como absoluta. Neste espaço, é importante a crença na busca dos fatos, da construção do conhecimento a partir da leitura plena e não superficial, com checagem em vários canais de informação e não, somente, na “bolha” a que pertence. Assim, torna-se factível um *não compactuar* com retóricas da desinformação e da insciência.

Referências

ASSIS SILVA, Ignacio. Sincretismo e comunicação visual. *Significação: Revista Brasileira de Semiótica*, São Paulo, n. 10, p. 73-80, dez. 1994.

BALDAN, Maria de Lourdes Ortiz Gandin. Veridicção: um problema de verdade. *Alfa: Revista de Linguística*, São Paulo, n. 32, p. 47-52, 1988.

Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/>

⁵ “[...] ato ou efeito de encantar (-se) **1** sensação de deslumbramento, admiração, grande prazer que se tem como reação a uma boa qualidade do que se vê, ouve, percebe (*o e. daquela cena não nos sai da memória*) (*foi um e. conhecê-la*) **1.1** estado de quem assim se deslumbrou **2** palavra, frase ou qualquer outro recurso a que se atribui o poder mágico de enfeitiçar; encanto, embruxamento (*lançar um e. sobre alguém*) **3** o suposto efeito dessa ação (*um e. havia paralisado os habitantes daquela aldeia*)”. (HOUAISS; VILLAR, 2001, p.1132).

107632/ISSN1981-5794-1988-32-47-52.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Acesso em: 20 out. 2018.

BARROS, Diana Luz Pessoa de. *Teoria do discurso: fundamentos semióticos*. São Paulo: Atual, 1988.

BARROS, Diana Luz Pessoa de. *Teoria semiótica do texto*. São Paulo: Ática, 1990.

FIORIN, José Luiz. *Figuras de retórica*. São Paulo: Contexto, 2014.

FONTANILLE, Jacques. *Corpo e sentido*. Londrina: EDUEL, 2017.

GOETHE, Johann. *Memórias: poesia e verdade*. Porto Alegre: Globo, 1971.

GREIMAS, Algirdas Julien; COURTÉS, Joseph. *Dicionário de semiótica*. Tradução de Alceu Dias Lima *et al.* São Paulo: Contexto, 2008. (Tradução de *Sémiotique, dictionnaire raisonné de la théorie du langage*).

GREIMAS, Algirdas Julien; FONTANILLE, Jacques. *Semiótica das paixões: dos estados das coisas aos estados de alma*. Tradução de Maria José Rodrigues Coracini. São Paulo: Ática, 1993.

HJELMSLEV, Louis. *Prolegômenos a uma teoria da linguagem*. Tradução de José Teixeira Coelho Neto. São Paulo: Abril Cultural, 1975. p. 183-219. (Tradução de *Prolegomenato a theory of language*). [Os Pensadores XLIX].

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles. *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

LANDOWSKI, Eric. *Interações arriscadas*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

LANDOWSKI, Eric. *Presenças do outro*. Tradução de Mary Amazonas Leite de Barros. São Paulo: Perspectiva, 2002.

LANDOWSKI, Eric. *A sociedade refletida: ensaios de sociosemiótica*. Tradução de Eduardo Brandão. São Paulo: EDUC/Pontes, 1992. (Tradução de *La Société réfléchi*).

OLIVEIRA, Ana Claudia de. *Vitrinas: acidentes estéticos na cotidianidade*. São Paulo: EDUC, 1997.

FABIANE VILLELA MARRONI

Doutora e mestre em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Pós-doutorado em Educação. Professora adjunta da Universidade Católica de Pelotas, de 1996 a 2020. Atua com temas relacionados à *semiótica discursiva* (semiótica visual e semiótica sincrética) e *Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação*. Pesquisadora e professora associada do Centro de Pesquisas Sociossemióticas do PEPGCOS da PUC-SP desde 1998 e pesquisadora do Grupo de Pesquisa em Educação e Arte (GEARTE) do PPGEDU/UFRGS.

Contato: fabianemarroni@gmail.com

ANALICE DUTRA PILLAR

Professora titular da Faculdade de Educação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, na área de ensino de artes visuais. Doutora e mestre em Artes pela Universidade de São Paulo e graduada em Artes Plásticas pela UFRGS. Realizou pós-doutorado na Universidad Complutense de Madrid. Pesquisadora do CNPq. Coordena o Grupo de Pesquisa em Educação e Arte (GEARTE/UFRGS/CNPq). É editora-chefe da Revista GEARTE.

Contato: analicedpillar@gmail.com