

Análise Semiótica de Capas da Revista Galileu: As Relações Sígnicas Presentes nas Redes Sociais¹

Camile Simon DUTRA²
Maria Eduarda Farias NEVES³
Stephani FERREIRA⁴
Jozieli CARDENAL⁵

Centro Universitário de Pato Branco (UNIDEP), Pato Branco, PR

RESUMO

O presente artigo propõe uma análise semiótica comparatista de duas capas da Revista Galileu. Foram escolhidas e comparadas as capas da edição 274, de maio de 2014 e a edição 331, de fevereiro de 2019. Diante das duas capas, é possível perceber as alternâncias dos signos ligadas ao debate sobre a influência das redes sociais na comunicação humana. Portanto, foi buscado o diálogo entre conceitos desenvolvidos por Charles Sanders Peirce, Ferdinand de Saussure e Mikhail Bakhtin e Lucia Santaella, a partir da relação dialógica entre os receptores, objetos e símbolos sociais.

PALAVRAS-CHAVE: Signo; Revista Galileu; Redes sociais; Sociedade; Comunicação.

Introdução

A semiótica é a ciência que se dedica ao estudo dos signos e de seus significados (SANTAELLA, 1983). Nesse sentido, foi escolhida a Revista Galileu para uma análise comparatista de duas capas, em que, ambas enfatizavam o tema de redes sociais e as consequências na vida do ser humano. Além do mais, foi utilizado como embasamento pensadores da semiótica, que por sua vez, trazem os conceitos que sustentam a presente análise.

1 As redes sociais como protagonistas das interpretações semiológicas

A internet tornou-se um dos maiores meios de comunicação, que se expande a cada dia com o avanço da tecnologia, e para entender melhor esse ambiente, é possível identificar as construções semiológicas presentes na criação das interpretações,

¹ Trabalho apresentado na IJ05 – Comunicação Multimídia do 22º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 08 a 10 de junho de 2023.

² Estudante de Graduação do 3º período do Curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário de Pato Branco (UNIDEP), e-mail: camiledutra31@gmail.com.

³ Estudante de Graduação do 3º período do Curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário de Pato Branco (UNIDEP), e-mail: madunevespb@gmail.com

⁴ Estudante de Graduação 3º período do Curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário de Pato Branco (UNIDEP), e-mail: stefhaniarierref@gmail.com

⁵ Orientadora do trabalho, professora do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda do Centro Universitário de Pato Branco (UNIDEP), e-mail: jozieli.cardenal@unidep.edu.br.

especificamente nas redes sociais, um ambiente cercado por signos – é nele que acontecem diversos debates, um ambiente que divide opiniões e culturas, pois:

Todo signo, como sabemos, resulta de um consenso entre indivíduos socialmente organizados no decorrer de um processo de interação. Razão pela qual as formas do signo são condicionadas tanto pela organização social de tais indivíduos como pelas condições em que a interação acontece. Uma modificação destas formas ocasiona uma modificação do signo. (BAKHTIN/VOLOCHÍNOV, 2014, p. 45)

Nesse sentido, não basta compreender a evolução da tecnologia e os benefícios que ela traz para a sociedade, mas é necessário, também, entender os malefícios que ela vem trazendo para a vida do ser humano. A edição 274 da revista Galileu, traz como chamada principal a frase “Tudo por um like”, que demonstra a expansão das redes sociais em 2014, contexto em que redes sociais como Facebook e Twitter já estavam sendo um sucesso. Nesse período, o Instagram ganhava espaço na sociedade. Esse conjunto de possibilidades interacionais oportunizou o caráter massificado do engajamento, pois promover-se com um vídeo viral ou ser reconhecido na internet, tornou-se um objetivo do ser humano. Eis, portanto, um lugar para ser aceito e reconhecido; onde tudo tem como principal objetivo a obtenção de likes, e também, a disseminação de notícias falsas que é fomentada pelos usuários dessas plataformas.

Dessa forma a internet é responsável pela construção e disseminação de diversos signos sociais. Isso aparece na segunda capa analisada, a 331 de 2019, traz o título “Não faça do celular uma arma, a vítima pode ser você”, no qual o Instagram já estava no auge do seu sucesso, a frase reflete esse medo, ou seja, a capacidade da internet, “aprisionar” seus usuários, o domínio sobre quem está conectado a ela, sendo nela, que as pessoas buscam pela aceitação, vindo diretamente de pessoas desconhecidas, a internet é responsável por criar uma realidade “[...] é quando uma tecnologia se espalha pelo cotidiano das pessoas e deixa de ser notada que seus efeitos são mais fortes” (MARTINO, 2015, p. 138).

A semiótica é a ciência que se dedica aos estudos dos signos, no qual toda mensagem que existe, possui o seu significado, destacando também a bagagem cultural de cada usuário, “[...] a semiótica é a teoria de todos os tipos de signos, códigos, sinais e linguagens. Portanto, ela nos permite compreender palavras, imagens, sons em todas as suas dimensões e tipos de manifestações”. (SANTAELLA, 1983, p. 58). Sendo assim, fenômenos só existem porque fazem parte de uma sociedade e cultura, e a internet é

entendida como principal fonte de sucesso, engajamento e satisfação de muitas pessoas, sendo então, um próprio signo, e só existe dessa forma, porque as pessoas moldaram esse comportamento, as pessoas querem ser vistas na maior potência de engajamento, que virou a internet.

A análise é determinada pelo ser humano, onde ele está inserido dentro do ambiente social, diante das séries de informações que se depara, está apto a julgar pela primeira impressão, ou seja, a primeira ação é relacionar aquilo com outros símbolos e outras questões, sem antes ver os demais verbo-visuais presentes. Segundo as Categorias Universais de Peirce, a partir da análise fundamentada pelo mesmo, é considerado como “primeiridade”. Após esse primeiro olhar, os seres humanos, geram uma primeira reação e reflexão, seja ela positiva ou negativa, mas, que vai de acordo com o sentimento, e como aquilo pode-se remeter, seguindo da observação e da leitura profunda dos outros verbo-visuais, sendo, portanto, considerado “secundidade”. Diante de toda a análise, a “terceridade” atua como ponte para ações e reflexões mais intensas, em outras palavras, é nesse estágio que o ser passa a interpretar e se questionar sobre aquilo que viu, a linkar com outros signos que não estão expostos ali.

2 Análise semiótica comparatista aplicada nas edições 274 e 331 da revista Galileu



Imagem 1: Revista Galileu, edição de maio de 2014.

A edição 274 da revista Galileu foi publicada em maio de 2014, e abordou como tema central a influência das redes sociais na comunicação humana, com isso, a revista trouxe o meme viral “cara de cavalo” para ilustrar a capa da edição.

O Título da revista “Tudo por um Like” é uma frase de impacto que pode ser direcionada ao sintagma de Saussure. Segundo a concepção de sistemas de signos de Ferdinand de Saussure (2003), essa expressão é entendida como um paradigma, e seu real significado é formado por sua junção verbal, o que se enquadra no aspecto do sintagma.

A simbologia das cores também está presente na capa, se a cor é inserida em um determinado contexto, junto com outras cores o seu significado muda perante a estrutura, segundo a escritora Eva Heller (2013, p.22). A cor predominante na capa é a azul, que simboliza a tecnologia e reforça a mensagem que a revista quer passar. Na capa da revista a palavra “LIKE” está em destaque com letras de tamanho maior e grifada em rosa, em comparação com as outras palavras da frase, assim enfatizando a importância do termo e chamando a atenção do leitor.



Imagem 2: Revista Galileu, edição 331 de fevereiro de 2014.

A segunda capa, foi publicada cinco anos após a primeira, ela é a edição 331 de fevereiro de 2014. Essa edição aborda como o celular pode criar vícios e pode virar uma arma de distração. Através de uma análise semiótica, na capa, há uma grande relação entre as cores, desenhos e textos, um complementa o outro, fazendo com que as pessoas tenham um fácil entendimento do que está sendo mostrado, tudo isso pode ser somada na construção sígnica da tricotomia de Peirce- índice, ícone e símbolo (SANTAELLA, 2007). Na capa da revista Galileu, a representação de um personagem tentando sair de dentro do celular pode ser interpretada como um signo em formação. O celular com a

pessoa presa dentro dele é o ícone desse signo, que evoca o sentimento de desespero. Como símbolo, essa imagem se desenvolve a partir da representação visual do desenho. O uso das cores tem um papel fundamental na hora de transmitir sentimentos e emoções, sendo que isso está ligado a psicologia das cores, segundo Eva Heller (2013). Na capa, a cor predominante é novamente o azul, usado principalmente porque representa a tecnologia e é válido para a mensagem que a revista quer passar.

Considerações

Os signos são responsáveis por todas as interpretações que formam a sociedade, e a internet, é um meio que se expande a cada dia, sendo uma ferramenta repleta por signos, pessoas com opiniões e bagagem ideológica. Nas capas, através dos signos, é possível compreender os rumos que ela levou, para passar a mensagem ao público, no qual tudo tem um motivo para estar ali, e muito mais que isso, levar as pessoas a interpretarem o efeito da internet na sociedade e suas consequências, se cada pessoa não dosar e utilizá-la com discernimento do que está sendo interpretado e produzido.

É necessário procurar fontes verídicas nesse ambiente, para ter a orientação correta, a bagagem, para decidir como escolher viver nessa esfera digital, sem ser persuadido por enganações e notícias falsas, nas quais o conteúdo semiótico de cada um vai implicar a todo instante nesse meio, pois é um lugar de constantes alterações e transformações, no qual as pessoas podem alterar, criar e enganar facilmente.

As capas analisam, uma bagagem de signos que são conhecidos da maneira que são, pois passaram pela maior rede de computadores que é a internet, uma rede real em suas ações e efeitos, tudo que acontece nela, liga todas as áreas de uma sociedade conectada, afetando a comunicação e os embasamentos reais de uma sociedade.

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, M. M. (VOLOCHÍNOV, V. N.). **Marxismo e filosofia da linguagem**. Trad. Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira. 16ª ed. São Paulo: Hucitec, 2014.

HELLER, E. **A psicologia das cores**: como as cores afetam a emoção e a razão. Trad. Maria Lúcia Lopes da Silva. 1ª ed. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

MARTINO, L. M. S. **Teoria das Mídias Digitais**: linguagens, ambientes, redes. 2. Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

SANTAELLA, L. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

SANTAELLA, L. **O que é semiótica**. 1a ed. São Paulo: Brasiliense, 1983.

SAUSSURE, F. **Curso de Linguística Geral**. 30. ed. São Paulo: Cultrix, 2003.