

Sessão 16: SeDi: Grupo de Pesquisa em Semiótica e Discurso, UFF

RESUMOS

ANÁLISE SEMIÓTICA DA CAPA DO JORNAL *MEIA HORA DE NOTÍCIAS*

Vinícius César Lisbôa SOARES

viniciusrj06@gmail.com

Termos contundentes e cores agressivas marcam o estilo do *Meia hora de notícias*, destaque na mídia popular fluminense. A capa do dia 17 de abril de 2008 trabalha a intertextualidade entre a violência urbana e a epidemia de dengue no Rio de Janeiro e envereda pela idéia de saneamento social, construída como um caminho que levaria à paz. Combinada à teoria das zonas de visualização da página, a metodologia semiótica permite explicitar a controversa axiologia do texto, bem como a estratégia de identificação do jornal com seu público.

A MULHER DE *CAPRICO* ONTEM E HOJE

Raquel Torres GURGEL

raquel_tg@hotmail.com

Capricho, da Editora Abril, é a mais antiga revista feminina brasileira. Surgiu em 1952 como uma publicação quinzenal constituída por fotonovelas que tinham como público-alvo mulheres de 20 a 40 anos. Após uma série de reformas gráficas e editoriais, a revista é hoje voltada a adolescentes e procura abordar assuntos do seu universo. Este trabalho pretende verificar até que ponto houve uma mudança significativa no perfil do enunciatário de *Capricho*, apesar das reformas e da mudança na idade do público-alvo. Isso será feito pela análise semiótica de duas matérias sobre comportamento, uma de 1971 e outra de 2007.

A INTERATIVIDADE NO JOGO ELETRÔNICO *SHADOW OF THE COLOSSUS*

Paulo Cesar de SOUZA JR.

paulojornal@aol.com

Estudar a interatividade no jogo eletrônico *Shadow of the Colossus* e o modo como o sincretismo actancial é explorado no *game* são os objetivos centrais do trabalho. Lançado em 2005 para o console *PlayStation 2*, o título ganhou fama por envolver o jogador num ambiente solitário e por apresentar aparentes inconsistências na narrativa geral. Esta é uma das questões abordadas pela análise semiótica de *Shadow of the Colossus*, que se propõe a adentrar um pouco mais no universo das narrativas dos jogos eletrônicos.

A OUTRA BELEZA AMERICANA

Lucas Calil Guimarães SILVA

calil.lucas@gmail.com

Beleza americana, do diretor Sam Mendes, atrai pelos exageros figurativos e pela crítica à estrutura medíocre que recobre o *american way of life*. Personagem central da história, Lester Burnham empresta sua voz sarcástica à análise semiótica que procura, de modo inusitado, explicitar o sistema de aparências e essências por trás do capitalismo de exibicionismos e frustrações. Ainda estudando os outros três grandes atores discursivos da narrativa, o trabalho revela uma sociedade de consumo agressiva e completa, mas surpreendente. Olhe bem de perto.

ANÁLISE SEMIÓTICA DO FILME *MAIS ESTRANHO QUE A FICÇÃO*

Jéssica Teixeira MAGALHÃES

je_tmagalhaes@yahoo.com.br

O filme *Mais estranho que a ficção* propõe ao enunciatório uma provocação baseada num interessante sincretismo actancial, associado a uma deliberada subversão da hierarquia de vozes comumente estabelecida entre narrador e interlocutor. A análise semiótica aqui proposta pretende mostrar que a originalidade do filme resulta dessa estratégia do enunciatário em colocar num mesmo nível de interação narrador e interlocutor, corroborando o tema ficção *vs.* realidade explorado no filme.

O DISCURSO DA MODA E SUAS ESTRATÉGIAS PERSUASIVAS

Maíra Soares Mathias da SILVA

mathias.maira@gmail.com

A carta ao leitor, o editorial de moda e a publicidade de moda são três subgêneros presentes em boa parte das revistas de moda. A partir de um estudo comparativo desses enunciados veiculados na revista *Vogue Brasil*, analisaremos suas grandes linhas de construção e as estratégias de manipulação de seus respectivos enunciatórios. Lançando mão da metodologia semiótica, investigaremos a maneira pela qual as instâncias da publicidade e do jornalismo, unidas em um mesmo meio de comunicação e, tantas vezes, separadas por linhas bastante tênues, criam valores e os reforçam, num processo contínuo e mútuo.