

O sistema de cotas nas universidades públicas brasileiras: uma análise semiótica e discursiva sobre edições da Revista Veja ¹

Adriele Vilma RAULINO ²

Julia Gabriela OLDONI ³

Mariana Moreira SCHIMIT ⁴

Jozieli CARDENAL ⁵

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

RESUMO

Contextualização do tema: As revistas circulam no Brasil há mais de 200 anos, suas editorias passaram por diversos momentos e realidades da nossa história, atuando sempre como disseminadores da informação para toda a população. Operando em várias vezes como agente crítico para a realidade de cada período. A partir da análise das capas de determinadas revistas observa-se nelas um grande caráter crítico e semiótico, o que se dá pelo fato de que as capas apresentam mensagens subliminares em sua concepção, que, para serem compreendidas, é necessário ser levado em consideração o contexto em que ela estiver inserida. **Problema de pesquisa:** No artigo em questão realizamos uma análise semiótica de duas capas da revista Veja, a primeira de 2007 edição nº 2011 e a segunda de 2017 edição nº 2542. As duas tratam do mesmo assunto, as cotas no Brasil, apresentando diferentes ideias de pensamento e de fala da revista, sendo que em exatos 10 anos a mesma trouxe duas capas com formas de fala contrárias, primeiramente trazendo uma opinião contrária a questão das cotas, e na segunda mudando seu discurso para apoiar a mesma realidade, nos mostrando como as opiniões mudam em um curto período de tempo. Analisar o contexto é primordial no processo de compreensão de um

¹ Trabalho apresentado na IJ 08 - Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 16 a 18 de junho de 2022.

² Acadêmica do 7º período do curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda do Centro Universitário de Pato Branco (UNIDEP).

³ Acadêmica do 7º período do curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda do Centro Universitário de Pato Branco (UNIDEP).

⁴ Acadêmica do 7º período do curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda do Centro Universitário de Pato Branco (UNIDEP).

⁵ Orientadora do trabalho. Profa. Ma. do curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda do Centro Universitário de Pato Branco (UNIDEP).

conjunto de signos, conforme Mikhail Bakhtin (2014), recortar um signo de seu contexto é automaticamente transformá-lo em outro signo ou signo nenhum, restando apenas o objeto em um formato físico. 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, 2014, p. 45). Sendo assim, o contexto nessa situação é crucial para uma melhor compreensão dos signos expostos na revista, mais precisamente em sua capa, que é a primeira interação que o leitor tem com a tese que será debatida ao decorrer da revista. E também, para compreender a posição da revista sobre o assunto discutido e a representatividade social que o signo está possuindo na capa e na sociedade naquele determinado período de tempo. **Objetivo:** A escolha por analisar as capas da revista *Veja* se deu pela relevância do assunto abordado e sua atual representatividade social no país, visto que analisar o contexto é primordial no processo de compreensão de um conjunto de signos. Conforme Bakhtin (2014), recortar um signo de seu contexto é automaticamente transformá-lo em outro ou em nenhum, restando apenas o objeto em um formato físico. Sendo assim, o contexto nessa situação é crucial para uma melhor compreensão dos signos expostos na capa e a representatividade social. **Metodologia:** Com um caráter comparativo, as capas que foram analisadas se referem a duas edições diferentes da revista brasileira *Veja*: a primeira publicada em 06/06/2007, edição 2011; e a outra publicada em 16/08/2017, edição 2542. Ambas tiveram destaque por abordarem uma política que gera uma argumentação no Brasil. Para o estudo foi utilizado também uma visão semiótica para entender quais as intenções e pensamentos retratados pela revista, compreender seu caráter social, a relação das cores utilizadas em sua construção e toda a simbologia que permeia o material. Portanto, os conceitos abordados são: a) Relações Associativas para o estudo da linguística, por Ferdinand de Saussure (2006); b) As categorias do pensamento sócio, segundo Charles Sanders Peirce (*apud* SANTAELLA, 1983); c) A fenomenologia, os dialogismos e a forma como eles se comportam na mente humana, proposto por Bakhtin (2014); d) A psicodinâmica das cores em comunicação, que foi proposto por Modesto Farina, Clotilde Perez e Dorinho Bastos (2006); e por fim, e) Buscando entender o conceito de semiótica, por Lucia Santaella (1983).

Fundamentação teórica: Por anos, vários estudiosos vêm estudando o que foi chamado de Semiótica, uma forma de compreendermos o que pode-se chamar, em uma forma básica, de mensagens subliminares em textos e imagens. Podemos destacar a fala de Santaella (1983, p 06) "Quando alguma coisa se apresenta em estado nascente, ela costuma ser frágil e delicada, campo aberto a muitas possibilidades ainda não inteiramente consumadas e consumidas. Esse é justamente o caso da Semiótica [...]". É possível definir um signo como: uma representação social do objeto presente naquele contexto (aqui/agora), mas não se deve esquecer que *o objeto em si não é um signo*. Um signo é repleto de conceitos e reflexos da realidade daquele determinado contexto. Ele pode ser desde um som até um objeto físico, o objeto continuará sendo o mesmo, mas o signo muda de acordo com o contexto que é inserido. Um outro conceito que podemos observar ao analisarmos as capas é a presença de relações associativas, aqui podemos citar o conceito de Saussure (2006, p 145), "Os grupos formados por associação mental não se limitam a aproximar os termos que apresentam algo em comum: o espírito capta também a natureza das relações que os unem em cada caso e cria com isso tantas séries associativas quantas relações diversas existam". Que nos mostra uma infinita possibilidade de associações a diversas outras informações. As cores utilizadas nas capas não passam despercebidas pela semiótica. Cada uma das cores presentes carrega consigo uma individualidade e uma representação social muito bem definida, que se faz muito necessária na hora de interpretarmos um signo, ou então no momento de aclarar a cor como um signo que ajuda a reforçar a mensagem passada pelos demais signos. Farina, Perez e Bastos definem a importância da cor ao falar em sua obra sobre a relação do ser humano com as sensações que as cores podem causar em quem as observa. **Principais resultados:** Considerando um canal de comunicação como um veículo de informações e mensagens, buscando expressão em diferentes entendimentos para distintas pessoas, a semiótica se mostra necessária na construção seja de um comercial, como de uma fotografia até uma matéria ou capa de revista. Nos dois casos relacionamos palavras e imagens seguindo a nossa vivência em um país que sofre bastante com problemas raciais. As duas capas se tornam alvos de pesquisa e estudos semióticos pelos compostos de mensagens verbo visual que pesam na sua análise, como as cores, o uso de diferentes imagens, texto, etc. Ambas com pesos semióticos complementares, pois se diferenciam uma da outra, mas trazem um olhar crítico de

posicionamento sobre o assunto. Em virtude dos fatos mencionados, é possível comprovar a relevância significativa que a semiótica produz no meio social, sendo necessária no entendimento e embasamento de conteúdos mostrando muito além do texto ou da imagem representada naquele anúncio, matéria ou propaganda, mas o que cada detalhe está representando naquele específico assunto para aquele determinado público, naquele exato momento.

PALAVRAS-CHAVE

semiótica; sociedade; análise; cotas; revista;

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, M. **Marxismo e Filosofia da Linguagem: Problemas Fundamentais do Método Sociológico na Ciência da Linguagem**. São Paulo: Hucitec, 2014.

BARBOSA, H. **O uso mercadológico da imagem infantil e o julgamento sumário em capas da revista Veja - um olhar bakhtiniano**. 7 p. Artigo Acadêmico (graduação em jornalismo) - Universidade de Taubaté, São Paulo, 200.

FARINA, M; PEREZ, C; BASTOS, D; **A psicodinâmica das cores em comunicação**. São Paulo: Edgard Blücher Ltda, 2006.

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

SAUSSURE, F.D. **Curso de Linguística Geral**. São Paulo: Cultrix, 2006.

Os 50 anos de VEJA: uma linha do tempo. **VEJA**, 2018. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/brasil/os-50-anos-de-veja-uma-linha-do-tempo/>>. Acesso em: 23 de março. de 2020.