

Título: Análise da campanha de fim de ano da TV Globo enquanto um mito semiológico: contribuição de uma abordagem semiológica ao letramento acadêmico

Autor(es) Leonardo da Silva

E-mail para contato: marcia.lisboa@estacio.br

IES: UNESA

Palavra(s) Chave(s): Semiologia; Discurso; Letramento; Midia; Leitura

RESUMO

A proposta de análise aqui apresentada aspira aos traços que conferem à mensagem de fim de ano da TV Globo seu caráter mítico. O objeto deste estudo é o filme produzido para o final do ano de 2011 e início de 2012. Estabelecem-se dois momentos elementares de verificação da relação leitor/mito. No primeiro, a forma de o leitor absorver, apreender o mítico como natural, despretensioso, isto é, com ingenuidade. O segundo dá conta do modo de compleição do sistema semiológico de significação do mito, cuja função é dissimular a complexidade real dos modos de produção e significação humanos, assim, revestindo-os de certa simplicidade, ou seja, tornando-os vazios a ponto de se tornarem absolutamente óbvios encerrando um sentido per se, portanto, suprimindo a necessidade de serem explicados. Com base na teoria do mito semiológico de Roland Barthes, intenta-se percorrer os modos de produção de sentidos para tentar desvelar aquilo que o véu mítico não transparece. Ao fim e ao cabo, se pretende aproximar o conceito de letramento ao nível de competências e habilidades de leitura, apreensão e produção de textos específicos em âmbito acadêmico, principalmente no que respeita a disciplinas teóricas, como por exemplo, Teorias da Literatura, Teorias Linguísticas, etc., além de um alto nível de reflexão crítica. A referida teoria concebe o mito como um sistema semiológico, isto é, um sistema de valores cuja forma/significante se dá pela articulação do significante e o significado saussuriano, a saber, o signo linguístico; todavia, este signo, que no sistema da língua resulta da correlação duma virtualidade e dum conceito consolidado no tempo histórico pelos homens, no sistema semiológico é sentido e forma. Fundamentada na dicotomia do signo linguístico para dar conta da estrutura, forma, substância, conteúdo do mito, a semiologia proposta por Barthes vai dizer que o significante do mito é “pleno de um lado, vazio do outro.” Enquanto o significante linguístico é apenas uma imagem virtualizada mentalmente. Somente após ser associada a um conceito essa imagem passa a significar. Por exemplo, o termo *Maison*, para um falante do português e não falante do francês não lhe faz ocorrer nenhuma imagem ou conceito associativos, portanto, pode-se considerá-lo um significante vazio; entretanto, o termo *casa* para este mesmo indivíduo ativa, no mínimo, uma “representação psíquica” e outra nocional, simultaneamente articulados, ou não. Esse primeiro sentido é ampliado pelo mito, mas, ao mesmo tempo, camuflada por ele. O significante do mito é pleno porque traz traços dessa primeira articulação já operados por um recorte pelo qual se constitui o sentido prévio do mito; por outro lado, entorpecendo qualquer sentido preestabelecido, a forma do mito projeta a necessidade de um novo conceito e uma nova significação. Disso resulta um jogo de ausência e presença. O segundo elemento do mito é definido como conceito, que é motivado em relação ao significante mítico, além de uma plasticidade de adequação revestida de uma situação que participa do jogo teleológico. O terceiro é chamado significação, que seria o sentido mesmo do mito, ou o resultado final da articulação dos dois termos anteriores.