



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

## **O QUIASMÁTICO DAS LINGUAGENS MIDIÁTICAS: DA REVISTA DE PAPEL A ON-LINE E VICE-VERSA.<sup>1</sup>**

**Débora Cristina Donadel**

Graduanda em Comunicação Social – UNESP/Bauru

RESUMO: A proposta da pesquisa é analisar o projeto gráfico e editorial da Revista MTV, lançada em março de 2001, em suas versões impressa e on-line, e apontar as influências e as interferências nas linguagens virtual e textual, tanto do on-line para o impresso, como do impresso para o on-line. As duas versões possuem diferenças e semelhanças que podem ser usadas como base de uma discussão sobre o meio impresso tradicional e o recente meio on-line. A linguagem virtual, que surge com o advento da tecnologia digital, resulta da interação entre a mídia virtual nascente e a grande maioria das mídias já clássicas, e apresenta uma capacidade de sincretismo de linguagens como seu diferencial. A linguagem de cada meio se projeta de modo reflexivo, um no outro, daí a metáfora do quiasma de MERLEAU-PONTY, que serviu como título deste trabalho. Para uma segunda fase da pesquisa, serão utilizados os fundamentos básicos da semiótica para a análise do corpus, já que os textos das revistas citadas são produtores de significação e, portanto, são objetos imanentes.

### 1. Introdução

Esta pesquisa se propõe a analisar o projeto gráfico e editorial da Revista MTV em suas versões on-line e impressa. Com isso, pretendemos apontar as influências e as interferências nas linguagens visual e textual, tanto do on-line para o impresso, quanto do impresso para o on-line, além de pesquisar até que ponto uma linguagem vale-se da outra para construir sua própria significação. O corpus pesquisado é composto pelas edições de número um a doze da Revista MTV impressa e sua versão on-line. A versão on-line da Revista MTV é encontrada no site [www.mtv.com.br](http://www.mtv.com.br), e o acesso é feito pelo link “serviços”.

A Revista MTV impressa é publicada pela ZMA3 e foi lançada no mercado em março de 2001. Ela tem a característica especial de ser a porta voz de uma outra mídia, que não a impressa nem a on-line: a televisiva. A Revista MTV é, antes mesmo de ser

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Sessão de Comunicações – Temas Livres, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 03. setembro.2002.



especializada em música, especializada em MTV (*Music Television*). É esse seu principal assunto, que rende mais de 120 páginas mensais, e resulta em uma diagramação com espaço privilegiado para a informação visual. O processo de produção da Revista, com o uso de programas de editoração, como o Pagemaker, faz com que ela seja digitalizada antes mesmo de se tornar papel.

Ao observar a Revista MTV e acessar *sites* de revistas on-line na internet, é possível perceber entre essas mídias pontos de contato e de divergência quanto às suas linguagens. A linguagem virtual, que surge com o advento de “novas tecnologias”, resulta da interação entre a mídia virtual nascente e a grande maioria das linguagens midiáticas já clássicas. As empresas de comunicação de massa perceberam o novo filão no mercado e começaram a lançar seus produtos também via *on-line*. Um exemplo dos veículos de comunicação que surgiram nesse contexto é a Revista MTV e suas versões impressa e on-line. A revista impressa tem seu projeto gráfico influenciado por páginas “virtuais”, do mesmo modo que percebemos que sua versão virtual mantém as raízes da versão impressa. Essa interdependência entre essas linguagens mostra que toda mídia emergente não aparece para destruir as “já existentes”. Na verdade, em termos de comunicação, há sempre um diálogo entre o novo e o antigo e vice-versa, no sentido de que um acaba aprimorando o outro e não simplesmente eliminando-o. SANTAELLA diz ser preconceito acreditar que o nascimento de um meio resulte no fim dos meios já existentes, pois “(...) a história tem nos mostrado que a tendência dos meios não é a de desintegração (...), mas a de criar sistemas integrais, interdependentes de modo que um meio se alimenta do outro ao mesmo tempo que o retroalimenta”. (1996:140).

Não podemos negar, portanto, que a linguagem do mundo virtual ainda está em construção, e está sendo alimentada, em primeira instância, pela linguagem impressa, ao mesmo tempo em que aquela a alimenta, com suas novas descobertas. KERKHOVE (1997), conhecido como o sucessor de Mcluhan, coloca que as tecnologias são “extensões dos seres interiores”, o que torna a realidade tecnodependente. MCLUHAN (1972) fala sobre o efeito produzido pela alfabetização no organismo do leitor, um exemplo de “tecnodependência” da realidade. Uma cultura letrada usa o sentido visão mais que qualquer outro, além de lhe dar importância ao ponto de colocá-lo como premissa para a verdade: é necessário ver para que se possa crer.

Segundo MERLEAU-PONTY (1971), há uma interação intensa entre o homem e o mundo que o circunda de modo tal que há um processo quiasmático entre eles. Essa



metáfora serviu-nos como base geradora das idéias que pretendemos desenvolver nesse trabalho. Ou seja, o impresso e o virtual projetam-se de modo reflexivo, de tal maneira que um está no outro e vice-versa.

Percebemos também que as possibilidades trazidas pela nova tecnologia ainda não foram exploradas com profundidade no âmbito do estudo das linguagens. Na verdade, a capacidade do virtual de sincretismo das linguagens midiáticas (sons, imagens, movimento e a linguagem verbal) está à espera de uma caracterização científica mais contundente. Este trabalho se propõe a abordar essa temática, de fundamental importância, na era da comunicação do século XXI.

## 2. Descrição da pesquisa

O aparecimento de publicações impressas baseadas em suas versões *on-line* é novidade no mercado editorial brasileiro. O que é possível perceber nessas publicações, em um primeiro momento, é que sua versão impressa baseia-se na versão *on-line*, no que diz respeito à forma. O papel quer imitar a tela, porém, estamos falando de suportes diferentes, com possibilidades diferentes de produção, reprodução e recepção. Novos recursos de leitura são possibilitados pelo meio virtual: uma possibilidade quase que ilimitada de *links*, uma leitura vertical, um novo direcionamento de leitura com maior liberdade de escolha do leitor em relação ao chamado hipertexto, que pode ser verbal, visual, sonoro, animado.

Uma das influências do impresso no virtual é o próprio conceito de revista, que determina uma formação discursiva consagrada pelo “já dito” anteriormente, de modo cultural. A revista é tida como um gênero de discurso informativo impresso, que foi caracterizado por uma formação ideológica, que determinava o que dizer e como dizer dentro desse suporte, passando assim a ter uma funcionalidade de comunicação própria em nossa sociedade. CHARTIER (1999:139) lembra que no meio eletrônico a organização da informação é diferente, e ainda está em construção, e que “a cultura impressa -e, antes dela, a manuscrita - produziu tiragens, hierarquias, associações entre formatos, gêneros e leituras; pode-se supor que, na cultura que lhe será complementar ou concorrente por numerosos decênios,



isto é, o texto eletrônico, os mesmos processos estejam em funcionamento”. CHARTIER (1999:128) fala também das diferentes experiências de leitura do leitor que tem acesso aos dois meios: “Ler um artigo em um banco de dados eletrônico sem saber nada da revista na qual foi publicado (...) e ler o “mesmo” artigo no número da revista no qual apareceu não é a mesma experiência. O sentido que o leitor constrói, no segundo caso, depende de elementos que não estão presentes no próprio texto, mas que dependem do conjunto de textos (...), do projeto intelectual e editorial da revista ou do jornal”. A relação entre leitor e texto modifica-se de acordo com o contexto da interação.

A ligação, a dependência entre a linguagem do impresso e a “nova” linguagem virtual do corpus escolhido, em um segundo momento, acontece também em relação ao conteúdo. É visível a reutilização de material da revista impressa para o on-line, além da manutenção dos mesmos temas, das mesmas idéias, ou seja, do mesmo projeto editorial da Revista MTV impressa.

Nessa situação, demonstra-se a novidade que o meio digital possibilitou em relação à produção jornalística: o papel do editor agora é dividido com o público alvo. É o leitor que escolhe o caminho a seguir, o que vai ler, que parte desse hipertexto o interessa mais. Assim, a interatividade entre o leitor e a mídia está se modificando diante da revista on-line. Não é necessário que se siga um caminho de leitura já determinado, pois, no virtual, não há somente páginas enumeradas: um, dois, três... Pode-se ler outros livros, outros textos, visuais ou não, animados, sonoros, bastando para isso que o leitor faça o seu próprio percurso de leitura, dentro das possibilidades dadas pelo *site*.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Diante disso, como estudante de jornalismo, vejo que a função do jornalista ao produzir o texto on-line deve ser repensada. Agora, ele deve possibilitar os links, deixando aberta sua obra, possibilitando uma leitura vertical que, teoricamente, não é finita como a leitura horizontal clássica no suporte papel. É a perda parcial do domínio do meio sobre o leitor, no que diz respeito à ideologia adotada pelo enunciador.

A leitura do verbal acontece de maneira linear: da esquerda para a direita, de cima para baixo. As barras de rolagem dos programas de navegação da internet mantêm, de certa forma, esta linearidade, porém, o suporte digital possibilita imagens em movimentos, cores, uma interação entre o verbal e o não verbal diferente da vista em outros suportes. A imagem é produtora de pontos de tensão, pontos de entrada do olhar na sua superfície. Em geral, cores primárias e grande concentração de luz atraem os olhos, funcionando como lugar de entrada do observador no texto. A partir daí, as imagens criam, com suas linhas e traços, linhas de força do olhar sobre a página, dirigindo o olhar do observador de modo centrífugo ou centrípeto na observação da imagem. A leitura da imagem é não-linear.

Essa pesquisa justifica-se pela necessidade de estudo da nova situação do leitor diante da tecnologia digital. No primeiro capítulo da obra “A aventura do livro: do leitor ao navegador”, CHARTIER fala sobre a possibilidade de participação do leitor no texto eletrônico, e como tal participação “embaça a idéia de texto, e também a idéia de autor”( ver atrás da pagina) (p.24). O autor lembra que essa liberdade não é absoluta, mas é expandida pelo novo suporte eletrônico do texto, que permite intervenções do leitor “mais numerosas e mais livres do que qualquer uma das formas antigas do livro” (p.88).

### 3. Metodologia

Valendo-se dos princípios básicos da teoria semiótica em geral, utilizada como instrumento de análise de texto, essa pesquisa será realizada segundo o método hipotético-dedutivo. Através da análise imanente dos textos, em busca do que eles dizem e como fazem para dizê-lo, tentar provar as hipóteses latentes da identidade-alteridade das revistas impressas e on-line.

Como fundamentação teórica nos valeremos da obra de Lúcia Santaella, desenvolvida a luz da semiótica peirceana. Em seu livro *Cultura das Mídias*, Santaella trata da interdependência entre mídias e problematiza o “computador como mídia semiótica”, contextualizando-o na pós-modernidade e caracterizando-o como interdisciplinar, tal como é a semiótica.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Servindo-se dos princípios dessa semiótica, no que trata dos conceitos de primeiridade, secundidade e terceiridade, utilizaremos os três níveis de organização da linguagem, descritos por Décio PIGNATARI (1999:26) para a leitura do corpus: a) sintático, níveis da forma; b) semântico, relacional; c) pragmático, níveis de relações entre conhecimentos, entre o signo e seus significados.

Tal escolha deve-se ao fato do corpus ser composto por linguagem audiovisual e verbal, em sua versão *on-line*, valendo-se de imagens, palavras e suas relações, em busca de uma pragmática sócio-cultural de uso dos signos.

#### 4. Análise dos resultados

Esta pesquisa de iniciação científica é realizada com o apoio da FAPESP, e teve início em março de 2002. Sua primeira fase consiste na discussão dos meios on-line e impresso e um levantamento dos pontos de semelhança e diferença entre as versões ad Revista MTV. Em uma segunda fase, que está prevista para começar em julho de 2002, a pesquisa se aterá à análise mais aprofundada e mais significativa do corpus, com o uso de princípios básicos da teoria semiótica em geral. A publicidade no on-line e no impresso será estudada também na segunda fase. Espera-se possuir alguns resultados da segunda fase em setembro de 2002.

Os resultados obtidos até o momento dizem respeito à discussão sobre os diferentes suportes e um levantamento inicial sobre as características de cada versão da Revista MTV estudada.

Foi possível observar que a Revista MTV impressa e a on-line trazem conteúdos em comum, como, por exemplo, algumas colunas de opinião, a seção de lançamento em cds e uma seção aberta para o leitor. O mesmo conteúdo, no entanto, está apresentado de formas diferentes. A seção “Lançamentos” é menor na versão on-line, ainda que o “espaço” do on-line seja, a princípio, ilimitado. A “Seçãozona”, espaço destinado ao leitor, também se apresenta de maneira diferente: no papel, ela é limitada a duas páginas; no on-line, o leitor pode entrar a qualquer hora e colocar sua opinião, escrever uma poesia ou um texto narrativo, escrever algumas letras sem sintaxe. Enfim,



o leitor do on-line tem acesso a um espaço aberto, sem o intermédio de um editor que possa escolher o que cabe na página, que tipo de texto condiz com a linha editorial da Revista, ou simplesmente qual informação passada pelo leitor é inteligível. Esse livre acesso do leitor-autor também é verificada na seção “Fórum” da versão on-line, em que uma enquête é realizada, e existe espaço para a opinião do leitor.

Outro ponto de ligação entre as versões, que ocorre em relação à forma, é o uso de ícones que funcionam como link para o desdobramento de um determinado assunto. Na revista on-line, os ícones funcionam como *metaforma*. Metaforma é um conceito desenvolvido por JOHNSON (2001), que especifica o que serve de guia dentro do espaço-informação<sup>2</sup>. Então, o ícone visual e/ou verbal na revista on-line funciona como guia de navegação, como indicação de caminho dentro do *site*. Na revista impressa, os ícones também constroem um hipertexto, como no on-line, mas o caminho indicado sempre leva a mais texto, verbal e não-verbal, e a mais papel.

Ainda que alguns ícones da revista impressa indiquem o que o leitor deveria estar ouvindo enquanto lê a revista (“Para ler ouvindo *All you need is love*, dos *Beatles*”- Revista MTV impressa, número 2, abril de 2001, p. 17), o ícone em si não é capaz de guiar até a música. No on-line existe a possibilidade de sincretismo de linguagens midiáticas com a ligação entre um ícone e um arquivo MP3, por exemplo. Ou ainda, a indicação de uma rádio on-line em que se poderia encontrar a música, sem sair da frente do computador, sem precisar desconectar, e sem precisar gastar dinheiro algum com a compra de cds...É necessário lembrar que o *site* da Revista MTV não proporciona nenhum *link* para nenhuma outra rádio ou arquivo musical, e nem dá a indicação do que o leitor deveria estar escutando.

A Revista MTV impressa trabalha com uma separação por temas. Cada “seção” da revista está separada por duas páginas com uma imagem, freqüentemente acompanhada de uma mensagem verbal. A partir da edição número cinco, essas divisões, ou “aberturas visuais”<sup>3</sup>, começaram a ser utilizadas para campanhas com idéias levantadas pela proposta editorial da Revista. Essas páginas de abertura se assemelham às páginas de abertura de *sites*, as chamadas *Home*. O índice (que é também uma “metaforma”) da revista impressa poderia receber a imagem de uma seta de mouse percorrendo a “tela-papel” sem problema algum. Dividido por seção e por cores, o índice analógico se assemelha a uma barra de *menu* da Revista digital.

---

<sup>2</sup> Conceito desenvolvido por JOHNSON (2001). Os espaços analógicos contem informação, mas o espaço-informação digital constitui a própria informação.

<sup>3</sup> Revista MTV número cinco, julho de 2001. Editorial, p.8



As duas versões apresentam o mesmo padrão de cores e a mesma tipologia, e ambas seguem um padrão de diagramação, que se apresenta de maneira mais flexível no papel. A versão on-line apresenta os mesmos ícones, que levam a seções que ocupam sempre o mesmo espaço, com as mesmas cores. A revista impressa possui uma maior flexibilidade, já que pode aumentar o número de páginas de uma seção, sem se preocupar com a possibilidade do leitor achar que o texto é grande o suficiente para tornar sua leitura desconfortável na frente da tela do computador. Pode também trabalhar com imagens que ocupam muitos *bites* sem questionar se isso pode dificultar o acesso ao *site*. Essas afirmações demonstram a importância da tecnologia utilizada no meio e a influência que o suporte possui na leitura e na relação entre o enunciador e o enunciatário. Ou seja, pode-se afirmar que o enunciado (o texto em si) sofre alterações quando em diferentes suportes. A principal diferença entre as duas versões é que uma, a impressa, é material, constituída por átomos; e a on-line é constituída por *bites*, é um espaço-informação, e não um espaço material. Essa característica faz com que a Revista impressa tenha começo e fim delimitados pelo papel, e pelo corpo editorial da revista. A versão on-line apresenta começo e fim no próprio veículo, porque é também regida pelo mesmo corpo editorial, mas apresenta a possibilidade de saída para outros sites, como, por exemplo, para aqueles cujo endereço está nos banners publicitários.

Ainda que o digital apresente a possibilidade de “espaço” não finito, a revista impressa tem uma quantidade maior de informação, apesar da versão on-line apresentar algumas seções exclusivas, como a “Fórum”. Outro conteúdo exclusivo do on-line é a seção com o sugestivo nome de “No papel e +”, com capas que não foram publicadas na versão impressa.

A versão on-line possibilita a interação direta do leitor, sem nenhum intermédio de edição, mas não apresenta vídeos nem músicas, talvez por uma deficiência tecnológica da conexão à internet nacional. A edição número doze da revista impressa, no entanto, tentou trazer imagens em movimento no papel. Na página 103, dedicada à divulgação da nova programação da rede televisiva MTV, estão três “livrinhos” com imagens seqüenciais, sobre os quais se lê: “destaque e assista”. A mesma edição trouxe como brinde um cd com músicas do programa televisivo LUAU MTV. Revista multimídia no papel. A edição anterior, número onze, atreveu-se a tentar ser interativa: uma seção da Revista foi reservada para jogos de passatempo e recortes de papel.

## 5. Balanço Geral

Este item deveria dar espaço a conclusões, mas ainda não temos resultados definitivos, somente provisórios, pois a pesquisa encontra-se a meio caminho.

Com as observações feitas até o momento, é possível constatar que a afirmação feita por CHARTIER (1999), sobre a organização da informação em diferentes meios ser também diferente, comprova-se na análise das duas versões do corpus ora estudado.

As versões impressa e on-line possuem a mesma linha editorial e a mesma equipe de produção. Os produtores da Revista MTV impressa também produzem a MTV on-line, mas essa apresenta ainda outros produtores: os seus leitores, que





INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

constroem a Revista não só na intervenção por textos, mas também na criação de um caminho próprio de leitura. Na versão impressa, por sua vez, o caminho de leitura é oferecido pela equipe de produção.

A versão on-line trabalha com links para as seções, mas não produz ligação entre os textos. Nesse sentido, a versão impressa trabalha melhor com ícones visuais como links ao ligar palavras do texto a outros contextos, ou ao levar a um aprofundamento temático, ou ao ligar o texto principal a um comentário.

O uso diferente entre as versões dos ícones visuais como links pode parecer contraditória, já que existe a possibilidade de uma leitura vertical no meio digital, diferentemente do impresso. A versão on-line, porém, parece “forçar” o leitor a uma leitura vertical para que ele não fuja do produto digital a ele oferecido, podendo, no entanto, ultrapassá-lo, com a intervenção que o navegador faz sobre ele.

Os pontos de ligação entre os dois veículos são relevantes, mas não é possível confundi-los. Eles possuem características que os diferenciam, mas não apagam seus pontos de ligação que evidenciam uma reflexão quiasmática entre os meios digital e analógico, entre as versões impressa e on-line da Revista MTV. Fica evidente também um reflexo entre as linguagens midiáticas estudadas. Assim sendo, parece-nos que a revista on-line procura uma linguagem própria, interagindo com a revista impressa. Como a primeira pe a mais nova linguagem entre as duas citadas, há, por certo, uma maior influência da impressa sobre a on-line. No entanto, esta não deixa de agir também sobre aquela.

## Bibliografia

- ANDRADE, Maria Margarida de. *Introdução à metodologia do trabalho científico*. São Paulo: Atlas, 1998.
- BAIRON, Sérgio e PETRY, Luis Carlos. *Hipermídia Psicanálise e história da Cultura*. Caxias do Sul: EDUCS; São Paulo: Editora Mackenzie, 2000.
- BERLO, David Kenneth. *O processo da comunicação: introdução à teoria e à Prática*. São Paulo; Martins Fontes, 1999.
- BROSSO, Rubens e Valente, Nelson. *Elementos de semiótica: comunicação verbal e alfabeto visual*. São Paulo: Editora Panorama, 1999.
- CADOZ, Claude. *Realidade Virtual*. São Paulo: editora Ática, 1997.
- CAMPOS, Anderson Gurgel. *Aventura da notícia: da folha impressa à folha digital*. Bauru: dissertação de conclusão de curso, habilitação em jornalismo, 1997.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

CANEVACCI, Massimo. *Antropologia da Comunicação Visual*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

CHARTIER, Roger. *A aventura do livro: do leitor ao navegador*. São Paulo: Editora Unesp/Imprensa Oficial do Estado, 1999.

CORTÁZAR, Julio. *O jogo da Amarelinha*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

FERRARA, Lucrecia D'Alésio. *Leitura Sem Palavras*. São Paulo: Editora Ática, 1997.

FONSECA, Joaquim da. *Comunicação Visual*. Porto Alegre: Editora da Universidade/ UFRGS, 1990.

GUIMARÃES, Luciano. *A cor como informação*. São Paulo: Annablume, 2001.

JOHNSON, Steven. *Cultura da Interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

KERKHOVE, Derrick de. *A pele da Cultura*. Editora Relógio d'água: Lisboa, 1997.

LEVI-STRAUSS, Claude. *Mito e significado*. Lisboa: Edições 70, s/d.

LÉVY, Pierre. *As tecnologias da inteligência*. Rio de Janeiro, Ed.34,1993.

\_\_\_\_\_. *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34,1999.

\_\_\_\_\_. *O que é virtual?* São Paulo. Ed. 34, 1996.

\_\_\_\_\_. *A conexão planetária: o mercado, o ciberespaço, a consciência*. São Paulo: Ed. 34, 2001.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

\_\_\_\_\_. *A Inteligência coletiva*. São Paulo: Edições Loyola, 2000.

MANGUEL, Alberto. *Lendo imagens*. São Paulo: Cia das Letras, 2001.

MCLUHAN, Marshall. *A Galáxia de Gutenberg*. São Paulo: Cultrix/Companhia Editora Nacional e Edusp, 1972.

MERLEAU-PONTY, Maurice. *O visível e o invisível*. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1971.

MORAES, Denis de. *O concreto e o virtual: Mídia, cultura e tecnologia*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

NEGROPONTE, Nicholas. *A vida digital*. Trad. Sérgio Tellaroli. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

NÖTH, Winfried. *Panorama da Semiótica. De Platão a Peirce*. São Paulo: Annablume, 1995.

\_\_\_\_\_. *A semiótica no século XX*. São Paulo: Annablume, 1996.

NÖTH, Winfried e SANTAELLA, Lucia. *Imagem. Cognição, semiótica, mídia*. São Paulo: Iluminuras, 2001.

PEIRCE, Charles Sanders. *Semiótica e filosofia*; introdução, seleção e tradução de Octanny Silveira e Leonidas Hegenberg. São Paulo: Cultrix, Editora da Universidade de São Paulo, 1975.

PIGNATARI, Décio. *Informação, Linguagem e Comunicação*. 20ª edição. São Paulo: Cultrix, 1999.

RIZZINI, Carlos. *O jornalismo antes da tipografia*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1977.

SANTAELLA, Lucia. *Cultura das Mídias*. São Paulo: Experimento, 1996.

\_\_\_\_\_. *A teoria Geral dos Signos. Semiose e autogeração*. São Paulo: Ática, 1995.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

\_\_\_\_\_. *Matrizes da linguagem e pensamento. Sonora visual verbal.* São Paulo: Iluminuras, 2001.

VILAS BOAS, Sérgio. *O estilo Magazine: o texto em revista.* São Paulo: Summus, 1996.

## Periódicos

GEHRINGER, Max e LONDON, Jack. *Odisséia digital.* São Paulo: Editora Abril, 2001.

MACHADO, Cassiano Elek. *PRISA deve investir em rádio no país.* Folha de S. Paulo/Ilustrada, 01/05/2002, p.E6