



Tudo tem um fim: a abordagem do amor pela revista *Superinteressante*¹

Anita Gonçalves Hoffmann²

Camila Machado de Souza³

Éverly Pegoraro⁴

Universidade Estadual do Centro-Oeste, Guarapuava, PR

RESUMO: O presente estudo analisa a capa de uma edição da revista *Superinteressante* (maio de 2010). Por meio da teoria semiótica de Charles Sanders Peirce e da teoria de análise de imagem de Martine Joly, o objetivo da pesquisa é investigar como o tema “Amor” é abordado na revista dentro do âmbito científico, bem como identificar os modos de produção de sentidos construídos na capa da revista.

PALAVRAS-CHAVE: Semiótica; Revista *Superinteressante*; Amor; Ciência.

1.1 INTRODUÇÃO

O estudo da imagem é um trabalho complexo e abrangente. Tal feito pode ser executado considerando-se um dos diversos aspectos da imagem, como a geometria na matemática ou os vetores na informática, como pode também ser estudada diante de uma teoria mais geral, que permita ir além da funcionalidade da análise. Essa teoria é a semiótica. Estudar determinado fenômeno à luz da teoria semiótica é considerar seu modo de produção de sentido, ou seja, a maneira com a qual se formulam as interpretações.

A semiótica surgiu no início do século XX e seus precursores são o linguísta suíço Ferdinand Saussure (1857-1913) e o cientista norte-americano Charles Peirce (1839-1914). Saussure deu preferência ao estudo dos signos lingüísticos enquanto Peirce buscou enquadrar todos os sistemas de signos possíveis, incluindo a imagem, em uma teoria geral que abrangesse a língua e fosse além, em uma perspectiva mais ampla.

De acordo com Lúcia Santaella (1983), o saber analítico que a linguagem verbal permite e a ilusória exclusividade que a língua ostenta como linguagem e meio de

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 26 a 28 de maio de 2011.

² Acadêmica de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Estadual do Centro-Oeste. aninarusegawa@gmail.com.

³ Acadêmica de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Estadual do Centro-Oeste. camilawho@gmail.com.

⁴ Orientador do trabalho - Professora Mestre em História Social do Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual do Centro-Oeste. everlyp@yahoo.com.br



comunicação privilegiados acabaram por legitimá-la como o “saber de primeira ordem”, como se as únicas formas de conhecimento fossem aquelas veiculadas pela língua em sua manifestação verbal, oral ou escrita. O que Pierce fez foi resgatar todos os outros saberes que possibilitam a sensibilidade que as linguagens verbais não permitem e enquadrá-los em uma teoria geral dos signos.

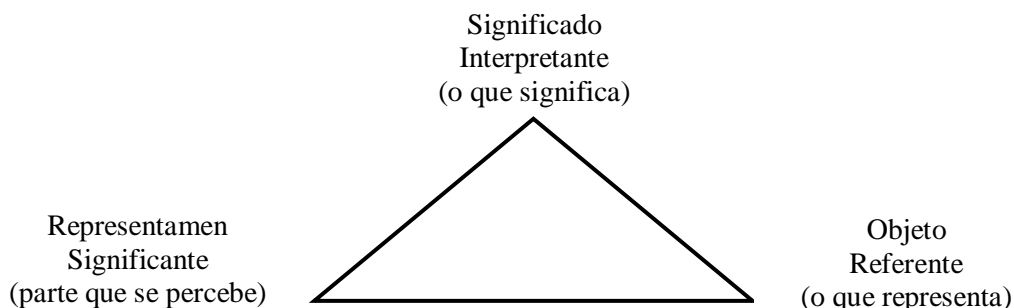
1.2 O SIGNO

Signo, de acordo com a teoria pierciana, é toda coisa que está no lugar de outra coisa, tudo que existe para significar algo além de si. Ou seja, tudo pode ser signo a partir do momento que dele é possível extrair uma representação. A interpretação do signo, por sua vez, é fruto de uma série de determinantes contextuais como cultura, posição social e idade.

Para Pierce (*apud* JOLY, 1996, p. 33), o signo é “[...] algo que está no lugar de alguma coisa para alguém, em alguma relação ou alguma qualidade”.

Um signo intenta representar, em parte, um objeto que é a causa ou determinante do signo, mesmo se o signo representar seu objeto falhamente. Mas dizer que ele representa seu objeto implica que ele afete uma mente de tal modo que determine naquela mente algo que é mediatamente devido ao objeto. (PEIRCE *apud* SANTAELLA, 1983, p. 58)

Nesse sentido, Pierce demonstra que há uma união entre três pontos (e não apenas dois, como em Saussure); a) o signo em si, “representâmen” ou significante; b) o que ele representa, “objeto” ou referente; c) o que significa, “interpretante” ou significado. Esse triângulo representa a dinâmica de qualquer processo semiótico. Embora os signos possam ser múltiplos e variados, todos têm, segundo Pierce, a triangulação que vincula o significante ao referente e ao significado.



Apesar da estrutura comum, os signos não são iguais, pois, como aponta Martine Joly (1996), “[...] uma palavra não é o mesmo que uma fotografia”. Para distingui-los em suas especificidades, Peirce propôs uma classificação bastante intrincada cujos três principais tipos de signo são o ícone, o índice e o símbolo.

O ícone corresponde à classe dos signos imitativos que mantêm uma relação de analogia com o objeto representado. Uma fotografia, um desenho ou uma imagem são ícones quando se assemelham ao objeto representado.

O índice é o signo que indica. São os signos que mantêm uma relação causal com o objeto representado, como, por exemplo, fumaça para fogo, bocejo para sono.

O símbolo, por sua vez, é o signo de lei, ou seja, aqueles que mantêm uma relação de convenção com o seu referente. Signos como logotipos, placas de trânsito e bandeiras nacionais são exemplos de símbolos.

1.3 A IMAGEM COMO SIGNO

Dentro da sistematização de Peirce, a imagem surge como uma subcategoria do ícone. Tomando ícone como o signo que tem uma relação de analogia com o seu referente, pode-se, inclusive, distinguir os tipos de analogia possíveis para a significação. Peirce os classificou em imagem, diagrama e metáfora.

A categoria da imagem abrange os ícones que mantêm uma relação de analogia qualitativa entre o a face visível do signo (representamen) e o objeto (referente). Todas as formas de desenhos e pinturas figurativas, bem como as fotografias, são imagens.



O diagrama se faz valer através da analogia de relação dentro do próprio objeto, ou seja, as relações entre as partes do referente. O organograma de uma população que explicita sua divisão social, etária e econômica e um projeto de motor que demonstre a função de cada peça são considerados signos icônicos de diagrama.

A metáfora, finalmente, funciona por meio de um paralelismo qualitativo. Olhos oceânicos, por exemplo, a partir da justaposição dessas palavras, o significado de olhos entra em paralelo com o de oceano e vice-versa, fazendo surgir uma relação entre ambos.

De acordo com Joly (1996), o ponto-chave entre as diferentes significações da palavra “imagem”, tanto as visuais, mentais ou virtuais, é o da analogia. A imagem é, antes de tudo, algo se que assemelha a outra coisa.

A partir dessa constatação, Joly (1996) deduz duas consequências. A primeira é que, em função desse denominador comum da analogia, a imagem situa-se na categoria das representações. “Se ela parece é porque não é a própria coisa: sua função é, portanto, evocar, querer dizer outra coisa que não ela própria, utilizando o processo da semelhança”. Logo, se a imagem é representação, ela pode ser concebida como um signo. Daí provém a segunda constatação da autora; a imagem é um signo analógico. “A semelhança é o princípio de seu funcionamento” (JOLY, 1996, p. 39).

Logo, a teoria semiótica considera a imagem como um ícone, ou seja, como signo analógico.

Não se deve esquecer, que, se qualquer imagem é representação, isso não implica que ela utilize, necessariamente regras de construção. Se essas representações são compreendidas por outras pessoas além das que a fabricam, é porque existe entre elas, um mínimo de convenção sociocultural, em outras palavras, elas devem boa parcela de sua significação a seu aspecto de símbolo, segundo a definição de Pierce. A teoria semiótica permite-nos captar não apenas a complexidade, mas também a força da comunicação pela imagem, apontando-nos essa circulação da imagem entre semelhança, traço e convenção, isto é, entre ícone, índice e símbolo. (JOLY, 1996, p. 40)

Para Joly (1996), a significação global da imagem se dá mediante a interação de três diferentes tipos de signos, a saber, *plásticos, icônicos e lingüísticos*. Os signos plásticos compreendem cores, formas, linhas, a própria composição interna e texturas. Os signos icônicos correspondem às figuras que podemos reconhecer através da



analogia. Os signos linguísticos, por sua vez, dizem respeito à linguagem verbal, aos textos que podem acompanhar a mensagem visual e que, muitas vezes, cumprem o papel de contextualizar o significado da imagem.

Para efetuar a análise de uma imagem, Joly (1996) nos propõe os seguintes passos: a) Observar as espécies de significantes plásticos, icônicos e linguísticos presentes na imagem. b) Fazer o batimento desses significantes com seus significados lembrados por convenção ou hábito. c) Observar o cruzamento destes diferentes tipos de signos e os significados que emergem desse cruzamento. d) Formular uma síntese desses diversos significados, elaborando uma versão plausível da mensagem implícita vinculada à imagem.

2. A ABORDAGEM INTERESSANTE DA CIÊNCIA

Fruto da tentativa da Editora Abril de criar uma revista que tratasse sobre ciência, tecnologia e fatos do cotidiano, a *Superinteressante* (na época, *Super Interessante*) surgiu no Brasil em setembro de 1987 e se mantém no mercado editorial do país até os dias atuais.

A revista brasileira foi inspirada na espanhola *Muy Interessante*, porém, desde o começo já foi possível perceber que as duas teriam uma grande diferença: enquanto a *Muy Interessante* tinha uma temática mais voltada para curiosidades e coisas estranhas, a *Super* queria tratar de ciência de uma forma séria, porém acessível, e ser reconhecida pela comunidade acadêmica. “Uma revista com texto simples, matérias fáceis, mas que deveria tratar de assuntos científicos com correção. A revista acompanhou o modelo espanhol, porém as matérias eram todas pautadas e editadas pela redação de *Superinteressante*” (AGUIAR, 2006, p.24)

Implicitamente, o projeto da revista *Superinteressante* parecia querer colocá-la como uma espécie de leitura obrigatória para aqueles que quisessem estar em progressão tanto na vida profissional, quanto na vida escolar. Era um projeto muito audacioso para um veículo de informação e entretenimento, porque buscava, de certa forma, suprir uma carência no processo educacional dos leitores, um problema muito maior do que os projetistas apresentavam. Certamente, tratava-se apenas de uma pretensão mercadológica, sem reflexões mais amplas sobre a questão. Mesmo porque, diante das



expectativas, (...) o público a ser atingido já deveria possuir uma bagagem cultural, que seria apenas ampliada com a leitura da revista (CARVALHO *apud* AGUIAR, 2006, p.25)

Durante sua trajetória até os dias atuais, a *Superinteressante* passou por várias mudanças na sua linha editorial e em seu *design*. No começo, a revista tinha um ar mais sério e didático; a forma de abordar os temas científicos era bastante positivista e assuntos ligados às Ciências Humanas eram protelados. Foi nos anos 2000 que a revista passou por uma grande reconfiguração tanto em sua temática quanto em sua diagramação: ficou mais dinâmica e começou a dar mais valor a temas mais subjetivos do saber humano, como a pseudociência, por exemplo.

Apesar de possuir públicos de todas as idades e classes sociais, a *Super* é voltada essencialmente a jovens, de classe média e média alta, que já trazem uma boa bagagem cultural e desejam ampliá-la. Segundo o site da Publiabril⁵, a maioria dos leitores da revista é do sexo masculino (55%), mora no sudeste (49%) e está na Classe B (56%).

A linguagem científica é dividida de três formas: difusão científica, disseminação científica e divulgação científica. Segundo Wilson Bueno (BUENO *apud* AGUIAR, 2006), a difusão científica “se refere “a todo e qualquer processo ou recurso utilizado para a veiculação de informações científicas e tecnológicas”. Dentro dessa categoria, podemos subdividir esses processos em disseminação científica e divulgação científica. O que difere a disseminação da divulgação é o fato de a primeira ser voltada estritamente a um público especialista. Ela pode ser intrapares, que é voltada a um público especializado de uma só área científica ou de áreas afins; ou extrapares, que pode ser voltada a públicos especializados em áreas científicas distintas.

O tipo de jornalismo que a *Super* faz pode ser considerado como divulgação científica, pois veicula informações sobre a ciência de forma compreensível ao público em geral. O jornalista, por meio das técnicas de comunicação de massa, serve como um mediador entre a linguagem complicada dos cientistas e a compreensão dos leitores.

A divulgação científica trata de expor o saber científico em certos graus de compreensão para um público não-especialista, mas que tem um certo nível de conhecimento prévio. Este saber preliminar é importante para facilitar e, com isso, tornar mais rápida a interpretação

⁵ Site da Publiabril <http://www.publiabril.com.br> . Pesquisa feita no dia 09/11/2010

das informações advindas do universo científico (CARVALHO *apud* AGUIAR, 2006, p.27)

O Jornalismo Científico tem a função de proporcionar ao cidadão comum a compreensão dos diversos ramos da ciência por meio de reportagens, notas, artigos e entrevistas. Mas seu papel não se restringe a ser um simples tradutor do mundo acadêmico, ele deve contribuir para despertar nos leitores o interesse pelo mundo do conhecimento científico, respondendo dúvidas e gerando ainda mais curiosidade.

3.1 O AMOR EM ANÁLISE



Revista *Superinteressante*. Ed 278. Maio de 2010

A edição nº 278 da *Superinteressante* traz ao leitor três capas. As três tratam do mesmo tema e mostram uma espécie de evolução cronológica. A primeira estampa o título “Amor”, a segunda, “Rotina” e a terceira, “Fim”. As três capas seguem o mesmo modelo de design e, além da linha fina, que muda em cada capa, o que mais atrai a atenção do leitor é um coração recheado de elementos estratégicos. Na primeira capa, esses elementos remontam ao início de um namoro: muitas flores, bombons, fotos afetuosas e até mesmo algemas de pelúcia, que fazem referência ao sexo frequente e desprezencioso de um começo de relacionamento. Na segunda capa, os elementos que preenchem o coração tomam outro caráter. O *buquet* de flores é substituído por um



relógio, os bombons, por engrenagens, a foto, por contas a pagar e as algemas, que eram de pelúcia, começam a lembrar mais algemas reais. A terceira e última capa é menos colorida e apresenta louças quebradas, a foto queimada e, finalmente, as algemas reais.

Analisaremos os signos plásticos, icônicos e linguísticos presentes nas três capas individualmente. Após essa exposição, interpretaremos as capas como um conjunto.

Observemos, primeiramente, os aspectos dos signos plásticos presentes na primeira capa. O coração ocupa mais da metade da página, que segue o modelo tradicional da publicação com margens em vermelho. As cores são abundantes nessa capa e a textura que esse coração confere é de formas suaves e macias.

Quanto aos signos icônicos, podemos identificar rapidamente todos os elementos presentes no coração. As flores, majoritariamente gérberas, preenchem todo o coração e um *buquet* de rosas sobrepõe-se no lado esquerdo do coração. Logo abaixo, dois dados diferentes podem ser notados. Não são dados convencionais de jogos e sim “dadinhos eróticos” em que cada lado indica uma ação a ser realizada entre os parceiros. Na capa, aparecem as inscrições “Apertar” e “Amasso”. Na parte inferior do coração, há vários bombons, presentes bastante comuns entre namorados. Logo ao lado, vemos uma pilha de fotos que mostra um casal aparentemente feliz; a mulher beija a bochecha do homem, que sorri. Do lado direito, temos as algemas, que chamam bastante atenção por serem cor-de-rosa e apeluciadas. Essas algemas, usadas em jogos eróticos, lembram que, neste estágio do relacionamento, apesar de existir compromisso, o sexo é divertido e bastante sensual. Ao centro do coração, temos uma rolha que lembra tanto o champagne como o vinho, bebidas geralmente consumidas em encontros amorosos.

Quanto aos signos linguísticos, vamos destacar apenas as linhas finas relacionadas à matéria de capa. As outras chamadas tratam de temas que não dizem respeito ao objeto desse estudo. Na primeira capa, temos o título “Amor”, logo abaixo vemos que a linha fina faz referência não só ao início do relacionamento, mas a todo o conteúdo da matéria. Isso se dá porque essa é a capa principal, aquela que vai influenciar nas vendas.

Você se apaixona. Fica junto. E um dia tudo acaba. Nada é mais imprevisível que o coração humano, certo? Errado. A ciência está começando a descobrir que existe, sim, lógica no amor. E até uma fórmula. (*Superinteressante*, Ed. 278)



Neste texto, podemos apontar que a revista pretende quebrar um estigma de que o amor é algo incompreensível. Ao dizer que a ciência está descobrindo lógica no amor, a revista assume um papel canal entre o conhecimento científico e o leitor curioso.

Passamos agora à segunda capa. Em relação aos signos plásticos, podemos notar que o coração ocupa exatamente a mesma posição da capa anterior sendo que o que muda são os elementos que compõem o coração, o título e a linha fina. As cores estão mais sóbrias, com acentuação do cinza e do verde escuro. A textura torna-se mais áspera e menos suave.

Os signos icônicos, por sua vez, são significativos. Os elementos representados na capa anterior são parcialmente substituídos por outros com formas semelhantes, mas sentidos praticamente opostos. As flores, que recheavam o primeiro coração, também são representadas no segundo, no entanto menores e rodeadas por folhas secas. O *buquet* de rosas, que tinha forma arredondada, agora é um relógio, um lembrete das obrigações cotidianas. Os dados, outrora eróticos, tornam-se dados comuns de jogos. Os bombons viram engranagens, símbolo do automático e do mecânico. O amor já não é mais flores e chocolates. No lugar onde havia a foto, agora são faturas a pagar, a rolha de champagne virou um cadeado e as algemas ainda são coloridas, mas não mais de pelúcia. As algemas ligam o amor ao compromisso, ao fato de existir um relacionamento sério, com regras e com padrões. Um está diretamente ligado ao outro, seja pelos sentimentos ou pela condição.

Quanto aos signos linguísticos, encontramos o título “Rotina”, que reitera o sentido de todos os elementos do coração: contas, relógio, engrenagens. O texto da linha-fina revela o valor da rotina, mas também que ela é um dos fatores que contribuem para o fim dos relacionamentos:

Rotina também é bom. Graças a ela, nós fazemos filhos, formamos uma família, enriquecemos e até vivemos mais. Mas nem tudo são flores: é nessa alegria que está o começo do fim do seu relacionamento. (*Superinteressante*, Ed. 278)

Na terceira capa, podemos notar uma grande diferença em relação às anteriores no que se refere aos signos plásticos: as cores praticamente somem, dando espaço



apenas ao preto e branco com pequenas pinceladas de vermelho. A textura torna-se dura e quebradiça.

Quanto aos signos icônicos, podemos verificar mudanças profundas quando comparados aos anteriores. As flores não existem mais. O que temos agora são apenas cacos, pedaços de louça quebrada. No lugar do *buquet* há lencinhos de papel e dos bombons, um prato quebrado. Os dados continuam, mas passam a ser vermelhos e a foto está pegando fogo. O cadeado vira um copo de vidro e as algemas tornam-se finalmente reais, metálicas como as usadas pela polícia. O fato de as algemas serem reais remete ao fato de grande parte dos relacionamentos terminar mal, de forma dolorosa e, até mesmo, traumática.

Em relação aos signos linguísticos, percebemos que eles complementam os sentidos formados pelos signos icônicos no coração:

Tudo acaba um dia. Geralmente 7 anos depois que começou – quando a monogamia deixa de fazer sentido para o seu corpo. Entenda por que é tão difícil ficar junto para sempre. E prepare-se: você vai viver uma nova paixão. (*Superinteressante*, Ed. 278)

Respalado em estudos que revelam que o amor é uma estratégia psicológica da evolução, o título anuncia o “Fim”.

Para entender, é preciso voltar no tempo e fazer um passeio pelas savanas africanas 3 milhões de anos atrás. O homem caçava e protegia a família. A mulher cuidava dos filhotes. Mas em determinado momento, os casais se separavam. O objetivo da família nuclear – nome técnico que os antropólogos dão ao conjunto de pai, mãe e filhos – era garantir que o homem ficasse por perto tempo suficiente para criar o filhote. Somente isso. Quando o filhote já estava crescidinho e não exigia atenção integral da mãe (que por isso, podia voltar a se virar sozinha), o pai estava livre para ir embora e procurar outras fêmeas para procriar. (...) A natureza não queria o ideal romântico de amor eterno. (*Superinteressante*, Ed. 278)

A partir da observação dos signos plásticos, icônicos e linguísticos, podemos decifrar as significações implícitas na mensagem. Ao analisar o cruzamento entre os registros visual e verbal, podemos observar como o sentido da capa se articula. A maneira como a imagem se constrói chama a atenção do leitor de imediato. Como a



intenção da capa é vender, pode-se perceber que, ao capturar o olhar espectador (leia-se, possível consumidor), o objetivo da capa começa a exercer sua função.

3.2 TRILOGIA DO AMOR

O Amor é um tema tratado na capa de diversas publicações e de formas também diversas. No entanto, dificilmente ele é mostrado dentro da perspectiva “Começo-Meio-Fim”. A Revista *Superinteressante* inova ao afirmar que o amor tem fim, ou seja, que o ideal romantizado por séculos - e constituído nos alicerces religiosos e sócio-econômicos - é fadado ao fim.

Ao respaldar-se sobre conceitos científicos considerados altamente sólidos como a Teoria Evolucionista, a chamada das capas não abre espaço para questionamentos. As relações amorosas têm, sim, um final previsível, geralmente por traição ou ciúmes. A rotina gera o descontentamento e faz com que o amor esfrie ou acabe. Obviamente, no interior da matéria essa afirmação encontra pontuações, por exemplo, casais que conseguem permanecer vários anos sem romper; “Muita gente tem os genes, os hormônios, todas as oportunidades do mundo, e não trai. Nós não somos robôs biológicos. É possível resistir” (*Superinteressante*, ed. 278).

Nadando contra a maré dos ideais ocidentais românticos, mesmo em pleno século XXI, os sentidos da capa se articulam todos da mesma perspectiva: o homem é movido pela sexualidade e o amor é uma construção antropológica que tem um fim.

A teoria Darwiniana acredita que a sexualidade humana parece estar condicionada ao imperativo reprodutivo, ou seja, deixar descendentes da melhor qualidade possível. (...) A abordagem evolucionista tende a compreender os indivíduos como membros de uma espécie que busca novas formas de sobrevivência e perpetuação, seguindo sua evolução sob a égide do imperativo reprodutivo, o qual não ocorre por acaso. A existência de dois sexos com suas características e funções distintas poderia ser considerada como tática em prol da sobrevivência e da perpetuação da espécie. (BARBOSA, 2008. p. 13-14)

O famigerado fim anunciado pela revista se dá, de acordo com a antropologista Helen Fisher, por traição ou ciúmes.



[A traição] surgiu para que nossos ancestrais pudessem buscar estratégias reprodutivas diferentes. A mulher poderia ter um parceiro para protegê-la enquanto gerava os filhos de outro, enquanto o homem poderia espalhar seus genes alegremente por aí, com outras mulheres. [A natureza] queria que tivéssemos um backup reprodutivo, um plano B genético, e nos meteu nessa confusão. (*Superinteressante*, Ed. 278)

O psicólogo e neurolinguista Steven Pinker alerta que, mesmo em uma relação estável, é natural do ser humano buscar ou apenas ansiar por novas possibilidades.

As leis da probabilidade dizem que algum dia você encontrará um pessoa mais desejável e, se você estiver sempre em busca do melhor possível, algum dia abandonará seu cônjuge. Mas este investiu nesse relacionamento dinheiro, tempo, criação dos filhos e oportunidades de que ele abriu mão. Se o seu parceiro fosse a pessoa mais desejável do mundo, nada teria com que se preocupar, pois você jamais iria querer abandoná-lo. Mas isso não ocorrendo, seu parceiro teria sido tolo em entrar nesse relacionamento. (PINKER, Steven. 1998. p. 439)

De acordo com essa perspectiva, a revista assume uma postura científica de defesa do chamado “imperativo reprodutivo” e, de certa forma, de negação do amor romântico.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A revista *Superinteressante* utilizou um assunto completamente abstrato e complexo, que gera curiosidade em grande parte da população, como pauta principal de sua edição no mês de maio. A escolha do amor como tema pode ser explicada pelo fato de esse sentimento gerar tanta polêmica e questionamentos, logo, assuntos polêmicos conquistam facilmente o interesse dos leitores. A análise das capas da revista *Superinteressante*, a partir dos seus signos plásticos, icônicos e linguísticos, revela uma posição científica da revista em relação ao assunto mais idealizado de todos os tempos. Ao passo que a maioria dos meios de comunicação trata do amor como algo belo e indispensável, a *Superinteressante* optou por mostrar o assunto de forma prática e objetiva, sem romantizar seus aspectos. Para muitos leitores que enxergam o amor de forma mais emocional e dogmática, com certeza a matéria da *Super* foi bastante



chocante. Tratar de forma racional e esquematizada um assunto que não costuma ter explicações consensuais é uma tarefa desafiadora, que pode causar múltiplas reações e repercussões no imaginário de quem lê a revista.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Helvânia Ferreira. **Deuses superinteressantes**: A religião na perspectiva da revista *Superinteressante* – edições de 2000 a 2002. Dissertação de mestrado, 2006. Disponível em: http://www.sapientia.pucsp.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=2939 (acesso em 30/03/2010)

BARBOSA, Debora Regina. **Império do Amor Romântico**. São Paulo, 2008 – 122p. Tese de Doutorado. Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo

JOLLY, MARTINE. **Introdução à análise da imagem** – Campinas: Papyrus, 1996. 12ª ed.

PINKER, Steven. **Como a mente funciona**. São Paulo: Companhia das Letras; 1998.

SANTAELLA, Lucia. **O que é Semiótica?** (Coleção Primeiros Passos.) São Paulo: Brasiliense, 1983.

SUPERINTERESSANTE. São Paulo: Abril, n. 276, maio de 2010.