



EDITORIAL

São contribuições teóricas os três primeiros artigos que encabeçam este número dos CASA: “A noção de ‘profundidade’ em semiótica”, de Ivã Carlos Lopes, “Uma abordagem sobre leitura: entre sociologia e semiótica”, de Arnaldo Cortina e “Aproximações ao conceito de metáfora em C. S. Peirce”, de Abel Reis.

“A profundidade tem de se esconder. Pois onde? Na superfície” (Hofmansthal). Essa é a epígrafe do primeiro artigo, que vale como um convite ao exame das concepções de profundidade na semiótica greimasiana, desenvolvido e apresentado também de modo profundo, correspondente ao tema de que trata. No âmbito da mesma semiótica, o segundo artigo testa, porém, outras fronteiras da teoria ao mostrar e explorar, com experiência, seus territórios interdisciplinares. O terceiro artigo busca, nos domínios da semiótica peirceana, contribuir para as investigações atuais sobre a metáfora, a despeito do pouco interesse que o conceito despertava nesse contexto.

Seguem a esses sete artigos, que têm variados objetos de análise: a literatura, a canção, o jornalismo, a publicidade e o vídeo game.

Os artigos “O ciúme em ‘Sarapalha’”, de Vera Lucia Rodella Abriata e Ana Cristina Carmelino, e “Uma leitura sobre a configuração passional em ‘Carta de herdade’”, de João Marcos Mateus Kogawa, dedicam-se ao conto e à análise da paixão que dramatizam – a do ciúme no conto de Guimarães Rosa e a da tristeza no texto de Florbela Espanca, respectivamente.

Com “De Peirce a Charaudeau: as qualidades do poético ilustradas por Ziraldo”, Beatriz dos Santos Feres contribui para o tratamento da literatura infantil, no que concerne ao sincretismo verbovisual e à emergência do poético.

Luciane de Paula, em “O suingue funk da canção SLA”, leva sua reflexão ao funk, às canções de Fernanda Abreu, às influências, aos “bailes da pesada”, e busca, na análise da própria canção, a caracterização desse universo cultural carioca.

O artigo “Mulheres de Atenas: fotografia, legenda e projeção de identidades no jornalismo desportivo”, de Ricardo Luiz Teixeira de Almeida, acrescenta às discussões sobre gênero (masculino/feminino) uma análise do tema na mídia desportiva e, assim, contribui também para as reflexões sobre as relações entre discurso e mídia.

“A publicidade na intimidade”, de Milton Chamarelli Filho, identifica, entre as estratégias da publicidade, a busca do estabelecimento da intimidade, cujo modo de construção é também analisado.

No último artigo, “Os jogos eletrônicos como plataforma para o ciberativismo: estudo de caso do McDonald’s vídeo game”, Camila Wenzel e Dimas Tadeu de Lorena Filho analisam, como informa o título, um vídeo game que, de modo irônico, critica a empresa McDonald’s. Além de estudar esse novo modo de expor e divulgar uma crítica – que, a princípio, parece tão persuasivo –, o trabalho também apresenta uma pesquisa com usuários do game, que vale a pena conferir.

Renata Coelho Marchezan
Editora Responsável