

- ABC DA ADG: Glossário de termos e verbetes utilizados em Design Gráfico. São Paulo: Associação dos Designers Gráficos (ADG), 1998.
- ABREU, Antônio Suárez. **A arte de argumentar:** gerenciando razão e emoção. 8 ed. Cotia: Ateliê Editorial, 2005.
- AGOSTINHO, Santo [354-430]. **A doutrina Cristã:** manual de exegese e formação cristã. [Tradução do original latino, cotejado com versões em francês e espanhol e introdução: Ir. Nair de Assis Oliveira, csa]. São Paulo: Paulus, 2002.
- ALEXANDRE JUNIOR, Manuel. Introdução. In: ARISTÓTELES [384-322 a.C.]. **Retórica.** 2 ed., revista. Lisboa: Centro de Filosofia da Universidade de Lisboa, Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 2005.
- ALMEIDA JUNIOR, Licínio Nascimento. **Design Gráfico e Retórica:** abordagens e reflexões sobre processos de significação. Rio de Janeiro, 2006. Monografia [Pesquisa apresentada como requisito de avaliação final para a disciplina LET 2240 – Tópicos em Teoria Lingüística / “Teorias da Metáfora”] – Departamento de Letras, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.
- _____. **Seminário:** Retórica e Imagem Publicitária (Jacques Durand). [Seminário apresentado para a disciplina “Narrativo no Discurso Visual” (ART 2235), lecionada pelo Prof. Luiz Antonio Luzio Coelho, PhD]. Programa de Pós-graduação em Design do Departamento de Artes e Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2005a.
- _____. **Discursos da Sedução:** publicidade, retórica e narrativa. [Trabalho final apresentado para a disciplina “Narrativo no Discurso Visual” (ART 2235), lecionada pelo Prof. Luiz Antonio Luzio Coelho, PhD]. Programa de Pós-graduação em Design do Departamento de Artes e Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2005b.

_____. Vera Lúcia Moreira dos Santos Nojima (orientadora). **Banner Pop-up: uma abordagem entre a Semiose e a Usabilidade**. Rio de Janeiro, 2003. 2 v. Dissertação de Mestrado – Departamento de Artes e Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

ALMEIDA JUNIOR, Licínio Nascimento; NOJIMA, Vera Lúcia Moreira dos Santos. A Retórica do Design Gráfico: reflexões para uma teoria do design. *In: III Congresso Internacional da Associação Brasileira de Estudos Semióticos (ABES-2007). Anais Eletrônicos (CD-Rom)...* Vitória: Universidade Federal do Espírito Santo, nov. 2007a.

_____; _____. Ferramental para uma Retórica do Design Gráfico. *In: 4º Congresso Internacional de Pesquisa em Design (ANPEDesign-2007). Anais Eletrônicos (CD-Rom)...* Rio de Janeiro: Centro Cultural da Justiça Federal, out. 2007b.

_____; _____. Contextualizar o Design? *In: 7º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design (P&D Design 2006). Anais Eletrônicos (CD-Rom)...* Curitiba: Centro Universitário Positivo (Unicenp), ago. 2006a.

_____; _____. Representações metonímicas do Design: uma questão de identidade. *In: II Simpósio Nacional: Discurso, Identidade e Sociedade. Programa Interdisciplinar de Linguística Aplicada da UFRJ e Programa de Estudos da Linguagem e de Literatura da PUC-Rio. Anais (Caderno de resumos)...* Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, set. 2006b. Resumo. pp.119-120.

_____; _____. A comunicação dos portais da Web brasileira entre a semiose e a usabilidade. *In: Estudos em Design*. v.13, n. 2 (dezembro). Rio de Janeiro: Associação de Ensino de Design do Brasil, 2005a. pp.31-54.

_____; _____. The globalization in the Brazilian media: deterritorialization process of Brazilian culture: cases of advertisement and design of global products, in the national commerce. *In: 2nd International Meeting, Science of Design. Pride & Predesign - The Cultural Heritage and the Science of Design. European Association of Universities and Colleges of Art, Design and Media. Proceedings book*. Lisboa: Unidade de Investigação em Design e Comunicação (UNIDCOM) / Instituto de Artes Visuais, Design e Marketing (IADE), 2005b. pp. 95-100.

- ALVES-MAZZOTTI, Alda Judith; GEWANDSZNAJDER, Fernando. **O método nas ciências naturais e sociais:** pesquisa quantitativa e qualitativa. 2 ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.
- AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Layout.** Tradução: Edson Furmankiewicz. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- ANDRADE, Maria Margarida; MEDEIROS, João Bosco. **Comunicação em língua portuguesa:** para os cursos de jornalismo, propaganda e letras. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2001.
- ARGAN, Giulio Carlo. **Imagem e persuasão:** ensaios sobre o barroco. Organização: Bruno Contardi. Tradução: Maurício Santana Dias. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.
- ARISTÓTELES [384-322 a.C.]. **Retórica.** 2 ed., revista. [Obras completas de Aristóteles. Coordenação: António Pedro Mesquita. Tradução e notas: Manuel Alexandre Júnior, Paulo Farmhouse Alberto e Abel do Nascimento Pena]. Lisboa: Centro de Filosofia da Universidade de Lisboa, Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 2005.
- _____. **Poética; Organon; Política; Constituição de Atenas.** Coleção Os Pensadores. Coordenação editorial: Janice Florido. Tradução: Baby Abrão, Pinharanda Gomes e Therezinha Monteiro Deutsch. São Paulo: Editora Nova Cultural, 2004.
- _____. **Arte retórica e arte poética.** Tradução: Antônio Pinto de Carvalho. Introdução e notas: Jean Voilquin e Jean Capelle. Estudo introdutório: Goffredo Telles Júnior. Rio de Janeiro: Ediouro; Editora Tecnoprint, 1990.
- _____. **Tópicos; Dos Argumentos Sofísticos.** Tradução: Leonel Vallandro e Gerd Boenheim. [Versão inglesa de W. A. Pickard]. Coleção Os Pensadores. São Paulo: Abril Cultural, 1978.
- ARNHEIM, Rudolf. **Arte e percepção visual:** uma psicologia da visão criadora: nova versão. Tradução: Ivonne Terezinha de Faria. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.
- AUMONT, Jacques. **A imagem.** Tradução: Estela dos Santos Abreu e Cláudio C. Santoro. 7 ed. Campinas, SP: Papirus, 2002.
- AYMARD, André; AUBOYER, Jeannine. **Roma e seu império:** o ocidente e a formação da unidade mediterrânea. Tradução: Pedro Moacyr Campos. Rio de Janeiro: Bertrand, 1993.

- _____; _____. **O Oriente e a Grécia antiga:** o homem no Oriente próximo. Tradução: Pedro Moacyr Campos. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1955.
- AZEREDO, José Carlos (coordenação). **Escrevendo pela nova ortografia:** como usar as regras do novo acordo ortográfico da língua portuguesa. Instituto Antônio Houaiss. 2 ed. São Paulo: Publifolha, 2008.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo.** Lisboa : Edições 70, [1977?].
- BARILLI, Renato. **Retórica.** Lisboa: Editorial Presença, 1985.
- BARTHES, Roland. **O óbvio e o obtuso:** ensaios críticos III. Tradução: Léa Novaes. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.
- _____. A Retórica Antiga. In: COHEN, Jean *et al.* **Pesquisas de retórica.** Tradução: Leda Pinto Mafrá Iruzun. Petrópolis: Vozes, 1975. P. 147-224.
- _____. Introdução à Análise Estrutural da Narrativa. In: MENDONÇA, Antônio Sérgio Lima; NEVES, Luiz Felipe Baeta (orientação). **Análise estrutural da narrativa.** 2 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1972.
- BAXTER, Mike. **Projeto de produto:** guia prático para o design de novos produtos. 2 ed. 2ª reimpressão. Tradução: Itiro Iida. São Paulo: Edgard Blücher, 2003.
- BECHARA, Evanildo. **O que muda com o novo Acordo Ortográfico.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.
- BERGER, John. **Modos de ver.** Tradução: Lúcia Olinto. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.
- BOMFIM, Gustavo Amarante. Coordenadas cronológicas e cosmológicas como espaço das transformações formais. In: COUTO, Rita Maria de Souza; OLIVEIRA, Alfredo Jefferson (orgs.). **Formas do design:** por uma metodologia interdisciplinar. Rio de Janeiro: 2AB, 1999. pp.137-155.
- BRAGA, Marco; GUERRA, Andreia; REIS, José Cláudio. **Breve história da ciência moderna, volume 1:** convergência de saberes (Idade Média). 2 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2006.
- _____; _____. **Breve história da ciência moderna, volume 2:** das máquinas do mundo ao universo máquina (séc. XV a XVII). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.
- BRETON, Philippe. **A argumentação na comunicação.** Tradução: Viviane Ribeiro. 2 ed. Bauru, SP: EDUSC, 2003.

- BRIDGEWATER, Peter. **Introdução ao design gráfico**. Lisboa: Editorial Estampa, 1999.
- BÜRDEK, Bernhard E. **História, teoria e prática do design de produtos**. Tradução: Freddy Van Camp. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.
- CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Edgard Blücher, 2008.
- CASTELLS, Manuel. **Sociedade em rede** (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v.1). Tradução: Roneide Venancio Majer. Colaboração: Klauss Brandini Gerhardt. 5 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2001.
- CAVALCANTI, Keila Garrido. Vera Lúcia Moreira dos Santos Nojima (orientadora). **O cartaz: um estudo de caso de campanha de prevenção da sífilis e da AIDS**. Rio de Janeiro, 2000. 124p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Artes e Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.
- CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica**. 5 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.
- CESAR, Newton. **Direção de arte em propaganda**. 3 ed. S.Paulo: Futura, 2001.
- CHALHUB, Samira. **Funções da linguagem**. 11 ed. 7ª reimpressão. São Paulo: Ática, 2003.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discursos das mídias**. Tradução: Ângela M. S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2006.
- CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. **Dicionário de análise do discurso**. Coordenação da tradução: Fabiana Komesu. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2006.
- CHARTIER, Roger. Do livro à leitura. In: CHARTIER, Roger (org.). **Práticas da leitura**. Tradução de Cristiane Nascimento. 2 ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2001.
- CHAUÍ, Marilena. **Convite à filosofia**. 13 ed. São Paulo: Ática, 2003.
- CHIZZOTTI, Antonio. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. 4. ed. São Paulo: Cortez, 2000.
- COELHO, Fábio Ulhoa. Prefácio à edição brasileira. In: PERELMAN, Chaïm; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Tratado da argumentação: a nova retórica**. Tradução de Maria Ermantina de Almeida Prado Galvão. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005, pp.XI-XVIII.

- COELHO, Luiz Antonio L. Por uma metodologia das idéias. *In*: COELHO, Luiz Antonio L. (org.). **Design Método**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; Teresópolis: Novas Idéias, 2006. pp.39-53.
- COLLARO, Antônio Celso. **Projeto gráfico**: teoria e prática da diagramação. São Paulo: Summus, 1987.
- COTRIM, Gilberto. **Fundamentos da filosofia para uma geração consciente** – Elementos da História do Pensamento Ocidental. 4 ed. São Paulo: Editora Saraiva, 1989.
- COUTO, Rita Maria de Souza; OLIVEIRA, Alfredo Jefferson. Apresentação. *In*: COUTO, Rita Maria de Souza; OLIVEIRA, Alfredo Jefferson (orgs.). **Formas do design**: por uma metodologia interdisciplinar. Rio de Janeiro: 2AB, 1999. pp. 7-12.
- COUTO, Rita Maria de Souza; RIBEIRO, Flavia-Nizia da Fonseca; WILMER, Celso. Design, ensino e universidade: naturezas interdisciplinares. *In*: 6º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design (P&D Design 2004). **Anais Eletrônicos (CD-Rom)...** São Paulo: Fundação Armando Álvares Penteado (FAAP), out. 2004.
- DAYOUB, Khazzoun Mirched. **A ordem das idéias**: palavra, imagem e persuasão: a retórica. Barueri, SP: Manole, 2004.
- DENZIN, Norman K.; LINCOLN, Yvonna S. **O planejamento da pesquisa qualitativa**: teorias e abordagens. Tradução: Sandra Regina Netz. Porto Alegre: Artmed, 2006.
- DESCARTES, René [1596-1650]. **Discurso do método**. Tradução: Paulo Neves. Porto Alegre: L&PM, [1637] 2008.
- DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. Tradução: Jefferson Luiz Camargo. 2 ed. 4ª tiragem. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- DORFLES, Gillo. **Introdução ao desenho industrial**. Lisboa: Edições 70, 1989?
- DROSTE, Magdalena. **Bauhaus 1919-1933**. Tradução: Casa das Línguas. Taschen, 2006.
- DUARTE, Eduardo. Por uma epistemologia da comunicação. *In*: LOPES, Maria Immacolata Vassalo. **Epistemologia da comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 2003. pp.41-54.

- DUBOIS, Jean *et al.* **Dicionário de lingüística**. Direção e coordenação geral da tradução: Izidoro Blikstein. São Paulo: Cultrix, 2006.
- DURAND, Jacques. Retórica e imagem publicitária. *In*: METZ, Christian. **A Análise das Imagens**. [Seleção de ensaios da revista “communications”]. Tradução: Luís Costa Lima e Priscila Viana de Siqueira. Petrópolis: Vozes, 1974. pp.19-59.
- EAGLETON, Terry. **Ideologia**. Uma introdução. Tradução: Silvana Vieira e Luís Carlos Borges. São Paulo: Editora UNESP; Editora Boitempo, 1997.
- ECO, Umberto. Metáfora. *In*: ECO, Umberto *et.al.* **Signo** – Enciclopédia Einaudi 31. Lisboa: Casa da Moeda, 1994. P. 200-245.
- _____. **A Estrutura Ausente**. 3 ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 1976.
- EGHERMAN, Tori. O nascimento de Weimar. *In*: LUPTON, Ellen; MILLER, J. Abbott (orgs.). **ABC da Bauhaus: a Bauhaus e a teoria do design**. Tradução: André Stolarski. São Paulo: Cosac Naify, 2008. pp.38-41.
- EPSTEIN, Isaac. **O Signo**. 3ed. São Paulo: Ática, 1990.
- FABRIS, Severino; GERMANI, Rino. **Fundamentos del proyecto gráfico**. 2 ed. Barcelona: Ediciones Don Bosco, 1973.
- FERRARA, Lucrécia D'Aléssio. Epistemologia da comunicação: além do sujeito e aquém do objeto. *In*: LOPES, Maria Immacolata Vassalo. **Epistemologia da comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 2003. pp. 55-67.
- FIORIN, José Luiz. **Linguagem e ideologia**. 8 ed. (rev. e atualizada). São Paulo: Ática, 2007.
- FIORIN, José Luiz; PLATÃO, Francisco. **Lições de texto: leitura e redação**. 3 ed. São Paulo: Ática, 1998.
- FONSECA, Joaquim da. **Tipografia & design gráfico: design e produção gráfica de impressos e livros**. Porto Alegre: Bookman, 2008.
- FUENTES, Rodolfo. **A prática do design gráfico: uma metodologia criativa**. Tradução: Osvaldo Antonio Rosiano. São Paulo: Edições Rosari, 2006.
- GERGEN, Mary M.; GERGEN, Kenneth J. Investigação qualitativa: tensões e transformações. *In*: DENZIN, Norman K.; LINCOLN, Yvonna S. **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. Tradução: Sandra Regina Netz. Porto Alegre: Artmed, 2006. P. 367-388.
- GIORDANI, Mário Curtis. **História de Roma**. 11 ed. Petrópolis: Vozes, 1991.

- GOMES FILHO, João. **Design do objeto:** bases conceituais. São Paulo: Escrituras, 2006.
- GUIMARÃES, Luciano. **A cor como informação:** a construção biofísica, lingüística e cultural da simbologia das cores. São Paulo: Annablume, 2000.
- GUITTON, Pedro. **Logos do Brasil:** confira os novos talentos do design nacional. Rio de Janeiro: Rio Books, 2002.
- GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. **A imagem da palavra:** retórica tipográfica na pós-modernidade. Teresópolis, RJ: Novas Idéias, 2007.
- HALL, Edith. Literatura e performance. In: CARTLEDGE, Paul (org.). **História Ilustrada da Grécia Antiga.** Tradução: Laura Alves e Aurélio Rebello. Rio de Janeiro: Ediouro, 2002. pp.300-333.
- HARVEY, Paul. **Dicionário Oxford de Literatura Clássica Grega e Latina.** Tradução: Mário da Gama Kury. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998.
- HENDERSON, William Otto. **A revolução industrial.** Tradução: Maria Ondina. São Paulo: Editora Verbo; Editora da Universidade de São Paulo, 1979.
- HENRIQUES, Claudio Cezar. **A nova ortografia:** o que muda com o acordo ortográfico. 2ª reimpressão. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- HERNANDES, Nilton. **A mídia e seus truques:** o que o jornal, revista, TV, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público. São Paulo: Contexto, 2006.
- HESKETT, John. **Desenho industrial.** Tradução: Fábio Fernandes. 2 ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1998.
- HOLLIS, Richard. **Design gráfico:** uma história concisa. Tradução: Carlos Daudt. 2ª tiragem. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- HORCADES, Carlos M. **A evolução da escrita:** história ilustrada. Rio de Janeiro: Editora SENAC Rio, 2004.
- JAEGER, Werner Wilhelm. **Paidéia:** a formação do homem grego. Tradução: Artur M. Parreira. 3 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1994.
- JAKOBSON, Roman. **Lingüística e Comunicação.** Tradução: Izidoro Blikstein e José Paulo Paes. 21 ed. São Paulo: Cultrix, 2005.
- JAMESON, Fredric. **Pós-Modernismo:** a lógica cultural do capitalismo tardio. 2 ed. São Paulo: Ática, 1997.
- JAPIASSU, Hilton. **Introdução ao pensamento epistemológico.** 6 ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves Editora, 1991.

- JAPIASSU, Hilton; MARCONDES, Danilo. **Dicionário básico de Filosofia**. 3 ed. rev. e ampliada. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1996.
- JOHNSON, Allan G. **Dicionário de sociologia**: guia prático da linguagem sociológica. Tradução: Ruy Jungmann. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.
- JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Tradução: Marina Appenzeller. 6 ed. Campinas, SP: Papirus, 2003.
- JONES, Peter V. (org.). **O mundo de Atenas**: uma introdução à cultura clássica ateniense. Tradução: Ana Lia de Almeida Prado. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- KANDINSKY, Wassily. **Ponto e linha sobre plano**. Tradução: Eduardo Brandão. 3ª tiragem. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- KOCH, Ingedore G. Villaça. **Argumentação e linguagem**. 8 ed. São Paulo: Cortez, 2002.
- KONDER, Leandro. **O que é dialética**. 28 ed. São Paulo: Brasiliense, 2006.
- _____. **A questão da ideologia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.
- KOPP, Rudinei. **Design gráfico cambiante**. 2 ed. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2004.
- KRESS, Gunther; LEEUWEN, Theo van. **Reading images**: the grammar of visual design. London: Routledge Curzon, 1996.
- LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. 3 ed. Florianópolis: Editora Insular; Editora da UFSC, 2001.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Sociologia geral**. 7 ed. rev. e ampl. 8ª reimpressão. São Paulo: Atlas, 2008.
- LEACH, Joan. Análise Retórica. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (editores). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. 3 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004. pp.293-318.
- LESSA, Washington Dias; MACHADO, Arlindo Ribeiro (orientador). **A linguagem do design gráfico**. São Paulo, 1998. Tese de Doutorado – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.
- LOCKE, John [1632-1704]. **Ensaio sobre o entendimento humano**. Introdução, notas, coordenação da tradução: Eduardo Abranches de Soveral. Revisão da tradução: Gualter Cunha e Ana Luísa Amaral. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, [1690] 1999. 2 v.

- LOVE, Terence. Constructing a coherent cross-disciplinary body of theory about designing and designs: some philosophical issues. *In: Design Studies*. v. 23. n. 3. Great Britain: Elsevier Science, May 2002. pp.345-361.
- LÖWY, Michael. **Ideologias e ciências sociais**: elementos para uma análise marxista. 17 ed. São Paulo: Cortez, 2006.
- LOYN, Henry Royston (org.). **Dicionário da Idade Média**. Tradução: Álvaro Cabral. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1990.
- LUPTON, Ellen; EHSES, Hanno. **Rethorical Handbook**: An Illustrated Manual for Graphic Designers. *In: Design Papers 5*. Canada: Published by Design Division Nova Scotia College of Art Design, 1988.
- LUPTON, Ellen; MILLER, J. Abbott (orgs.). **ABC da Bauhaus**: a Bauhaus e a teoria do design. Tradução: André Stolarski. São Paulo: Cosac Naify, 2008.
- LUPTON, Ellen; MILLER, J. Abbott. **Design writing research**: writing on graphic design. London: Phaidon, 1999.
- LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer Cole. **Novos fundamentos do design**. Tradução: Cristian Borges. São Paulo: Cosac Naify, 2008.
- MALDONADO, Tomás. **Design industrial**. Lisboa: Edições 70, 1999?
- MANELI, Mieczyslaw. **A nova retórica de Perelman**: filosofia e metodologia para o século XXI. Tradução: Mauro Raposo de Mello. Barueri, SP: Manole, 2004.
- MANGUEL, Alberto. **Lendo imagens**: uma história de amor e ódio. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.
- MANUAL DA REDAÇÃO: Folha de São Paulo. São Paulo: Publifolha, 2001.
- MARROU, H.-I. Educação e retórica. *In: FINLEY, M. I. (org.). O legado da Grécia*: uma nova avaliação. Tradução: Yvette Vieira Pinto de Almeida. Brasília: Editora Universidade de Brasília (UnB), 1998. pp.211-228.
- MARTINS, Gilberto de Andrade. **Estudo de caso**: uma estratégia de pesquisa. São Paulo: Atlas, 2006.
- MARTINS FILHO, Eduardo Lopes. **Manual de Redação e Estilo de O Estado de São Paulo**. 3 ed. São Paulo: O Estado de S. Paulo: Moderna, 1997.
- MÉSZÁROS, István. **O poder da ideologia**. Tradução: Paulo Cezar Castanheira. São Paulo: Boitempo Editorial, 2004.
- MEYER, Bernard. **A arte de argumentar**: com exercícios corrigidos. Tradução: Ivone C. Benedetti. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2008.

- MEYER, Michel. Prefácio. *In*: PERELMAN, Chaïm; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Tratado da argumentação**: a nova retórica. Tradução: Maria Ermantina de Almeida Prado Galvão. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005. pp.XIX-XXI.
- MILLER, Jonathan. **As idéias de McLuhan**. Tradução: Octanny Silveira da Mota e Leonidas Hegenberg. São Paulo: Cultrix, Editora da Universidade de São Paulo, 1973.
- MONTEIRO, João Paulo. **Teoria, retórica, ideologia**. São Paulo: Ática: 1975.
- MORAES, Anamaria. Design: arte, artesanato, ciência, tecnologia? O fetichismo da mercadoria versus o usuário / trabalhador. *In*: COUTO, Rita Maria de Souza; OLIVEIRA, Alfredo Jefferson (orgs.). **Formas do design**: por uma metodologia interdisciplinar. Rio de Janeiro: 2AB, 1999. pp.156-191.
- MORRIS, Charles. **Foundations of the theory of signs**. volume 1. number 2. Twelfth impression. Foundations of the Unity of Science. Toward an International Encyclopedia of Unified Science. Chicago and London: The University of Chicago Press, 1970.
- MUNDO DO RENASCIMENTO, O – arte e pensamento renovam a Europa. Coleção: Grandes Impérios e Civilizações. Volume I. Rio de Janeiro, São Paulo: Edições Del Prado, 1984.
- NIEMEYER, Lucy. **Elementos de semiótica aplicados ao design**. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.
- _____. Ana Claudia Mei Alves Oliveira (orientadora). **O design gráfico da revista Senhor**: uma utopia em circulação. São Paulo, 2002a. Tese de Doutorado – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.
- _____. **Significação, Consumo**. *In*: 1º Congresso Internacional de Pesquisa em Design; 5º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design (P&D Design 2002). **Anais Eletrônicos (CD-Rom)**... Brasília: UnB, out. 2002b.
- _____. **Design no Brasil**: origens e instalações. Rio de Janeiro: 2AB, 1997.
- NIETZSCHE, Friedrich [1844-1900]. **Da retórica**. Lisboa: Vega/Passagens, 1995.
- NOJIMA, Vera Lúcia. Os estudos das linguagens como apoio aos processos metodológicos do Design. *In*: COELHO, Luiz Antonio L. (organizador).

- Design método.** Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; Teresópolis: Novas Idéias, 2006. pp.123-134.
- _____. Comunicação e leitura não verbal. *In*: COUTO, Rita Maria de Souza; OLIVEIRA, Alfredo Jefferson (orgs.). **Formas do design:** por uma metodologia interdisciplinar. Rio de Janeiro: 2AB, 1999. pp.13-27.
- NOJIMA, Vera Lúcia Moreira dos Santos; ALMEIDA JUNIOR, Licinio Nascimento. Globalização e desterritorialização: reflexões preliminares sobre uma ideologia. *In*: **ALCEU:** Revista de Comunicação, Cultura e Política. v.7, n.14, jan./jul. 2007. Rio de Janeiro: PUC, Departamento de Comunicação Social. pp.96-116.
- NOVAIS, Louise; ALMEIDA JUNIOR, Licinio Nascimento. O Cortiço: do código ao tabuleiro, reflexões sobre o hábito da leitura. *In*: FARBIARZ, Jaqueline Lima; FARBIARZ, Alexandre; COELHO, Luiz Antonio L. **Os lugares do design na leitura.** Rio de Janeiro: Editora Novas Idéias, 2008. pp.351-367.
- OLIVEIRA, Marina. **Produção gráfica para designers.** Rio de Janeiro: 2AB, 2000.
- OSTROWER, Fayga. **A sensibilidade do intelecto.** Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- _____. **Criatividade e processos de criação.** 6 ed. Petrópolis: Vozes, 1987.
- PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica e filosofia.** São Paulo: Cultrix, 1975.
- PENN, Gemma. Análise semiótica de imagens paradas. *In*: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (editores). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som:** um manual prático. 3 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004. pp.319-342.
- PERELMAN, Chaïm. **Retóricas.** Tradução: Maria Ermantina Galvão G. Pereira. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- PERELMAN, Chaïm; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Tratado da argumentação:** a nova retórica. Tradução: Maria Ermantina de Almeida Prado Galvão. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- PEREZ, Clotilde. **Signos da marca:** expressividade e sensorialidade. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.
- PESSOA, Maria do Socorro. A análise retórica de acordo com Perelman. *In*: BONINI, Adair; RAUEN, Fábio; VUGMAN, Fernando; FIGUEIREDO,

- Débora de Carvalho. **Linguagem em (Dis)curso**. v. 5. n. 1. Tubarão, SC: Ed. Unisul, 2004, pp.135-151.
- PIGNATARI, Décio. **Informação linguagem comunicação**. 16 ed. São Paulo: Cultrix, 1988.
- PHILIPPE, Marie-Dominique. **Introdução à filosofia de Aristóteles**. Tradução: Gabriel Hibon. São Paulo: Paulus, 2002.
- PLATÃO [c. 427-348 a.C.]. **A República**. Tradução: Pietro Nasseti. 2 ed. 6ª reimpressão. Coleção “A Obra-Prima de Cada Autor”. São Paulo: Martin Claret, 2009.
- PLEBE, Armando; EMANUELE, Pietro. **Manual de retórica**. Tradução: Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- PÓS-GRADUAÇÃO PUC-RIO: normas para apresentação de teses e dissertações. Supervisão: José Ricardo Bergmann. Organização e redação: Anlene Gomes de Souza. Rio de Janeiro: Vice-Reitoria para Assuntos Acadêmicos, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2001.
- RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. **Dicionário de comunicação**. 2 ed. rev. e atualizada. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- REBOUL, Olivier. **Introdução à retórica**. Tradução: Ivone Castilho Benedetti. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
- RIBEIRO, Milton. **Planejamento visual gráfico**. 3 ed. Brasília: Linha Gráfica Editora, 1993.
- RICOEUR, Paul. **A metáfora viva**. Tradução: Dion Davi Macedo. 2 ed. São Paulo: Edições Loyola, 2005.
- _____. O processo metafórico como cognição, imaginação e sentimento. In: SACKS, S. (org.). **Da metáfora**. São Paulo: Educ/Pontes, 1992.
- SAMARA, Timothy. **GRID: construção e desconstrução**. Tradução: Denise Bottmann. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- SANTAELLA, Lucia. **Matrizes da linguagem e pensamento: sonora visual verbal: aplicações na hipermídia**. 3 ed. São Paulo: Iluminuras, Fapesp, 2005.
- _____. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.
- _____. **Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado**. São Paulo: Hacker Editores, 2001.
- _____. **A teoria geral dos signos: como as linguagens significam as coisas**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2000.

- _____. **A percepção:** uma teoria semiótica. 2 ed. São Paulo: Editora Experimento, 1993.
- SANTAELLA, Lucia. NÖTH, Winfried. **Imagem:** cognição, semiótica, mídia. 4 ed. São Paulo: Iluminuras, 2005.
- SCHULMANN, Denis. **O desenho industrial.** Campinas: Papirus, 1994.
- SILVA, Rafael Souza. **Diagramação:** o planejamento visual gráfico na comunicação impressa. [Novas buscas em comunicação; v. 7]. São Paulo: Summus, 1985.
- SILVEIRA, Nise da. **O mundo das imagens.** 2ª reimpressão. São Paulo: Ática, 2001.
- TEIXEIRA COELHO NETTO, J. **Semiótica, informação e comunicação.** 3 ed. São Paulo: Perspectiva, 1990.
- TISKI-FRANCKOWIAK, Irene T. **Homem, comunicação e cor.** 4. ed. São Paulo: Ícone, 2000.
- TRINGALI, Dante. **Introdução à retórica:** a retórica como crítica literária. São Paulo: Duas Cidades, 1988.
- VILLAS-BOAS, André. **O que é [e o que nunca foi] design gráfico.** 5ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.
- _____. **Identidade e cultura.** Rio de Janeiro: 2AB, 2002.
- VOCABULÁRIO ORTOGRÁFICO DA LÍNGUA PORTUGUESA (VOLP). Academia Brasileira de Letras. 5 ed. São Paulo: Global, 2009.
- WELLBERY, David E. **Neo-retórica e desconstrução.** Organização: Luiz Costa Lima e Johannes Kretschmer. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1998.
- ZIZEK, Slavoj. Introdução: o espectro da ideologia. In: ZIZEK, Slavoj (org). **Um mapa da ideologia.** Tradução: Vera Ribeiro. Revisão de tradução: César Benjamin. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996. pp.7-38.

- ARISTOTLE [384-322 a.C.]. The Complete Works of Aristotle in Greek [Book 11]. *In*: Montclair Electronic Text Archive. **Harry A. Sprague Library**. Montclair State University, NY, 2005a. Disponível em: <http://meta.montclair.edu/ancient/greek/aristotle_greek>. Acesso em: 09 jan. 2008.
- _____. The Complete Works of Aristotle in Greek. *In*: Center for Electronic Texts in the Humanities. **Rutgers University Libraries**. The State University of New Jersey, 2005b. Disponível em: <http://grid.ceth.rutgers.edu/ancient/greek/aristotle_greek>. Acesso em: 09 jan. 2008.
- BONSIEPE, Gui. O design como ferramenta para o metabolismo cognoscitivo. *In*: **Portal Vitruvius** [seção Arquitectos – ISSN 1809-6298], ago. 2001. Disponível em: <http://www.vitruvius.com.br/arquitextos/arq015/arq015_03.asp>. Acesso em: 22 dez. 2008.
- BRASIL. Lei n.º 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. Legislação sobre direitos autorais. **Casa Civil – Subchefia para Assuntos Jurídicos**. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/ccivil/leis/l9610.htm>>. Acesso: 28 jun. 2008.
- CONSULTA DE RESULTADOS ELEITORAIS. Justiça Eleitoral. Eleições 2006. Última atualização em: 30/06/2008. *In*: **Tribunal Superior Eleitoral (TSE)**. Disponível em: <http://www.tse.gov.br/internet/eleicoes/2006/result_blank.htm>. Acesso em: 22 dez. 2008.
- CONTEÚDO DO DOSSIÊ, O. *In*: **Época**. edição n. 436. 4 out. 2006. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EDG75396-5990-436,00-AGORA+E+DEPOIS.html>>. Acesso em: 28 jun. 2008.
- DAMIANI, Marco. Quem vai unir o Brasil? [Colaboração de Aziz Filho, Celina Côrtes e Rudolfo Lago]. *In*: **IstoÉ**. edição n. 1932. 1 nov. 2006. Disponível em: <http://www.terra.com.br/istoe/1932/brasil/1932_quem_vai_unir_o_brasil.htm>. Acesso em: 28 jun. 2008.
- DAMIANI, Marco; MIRANDA, Ricardo; LAGO, Rudolfo. A consagração do Lulismo. *In*: **IstoÉ**. edição n. 1924. 6 set. 2006. Disponível em: <<http://>>

www.terra.com.br/istoe/1924/brasil/1924_a_consagracao_de_lula.htm>.

Acesso em: 28 jun. 2008.

DEFINITION OF DESIGN. International Council of Societies of Industrial Design (ICSID). Disponível em: <http://www.icsid.org/about/Definition_of_Design>. Acesso em: 15 mar. 2006.

ESPECIAL – BRASIL. A nota dele foi 5,2. In: **Época**. edição n. 433. 1º set. 2006. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/1,,EDG75240-6009,00.html>>. Acesso em: 28 jun. 2008.

ESPECIAL – O GOVERNO LULA. In: **Época**. edição n. 433. 1º set. 2006. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/1,,EDG75231-5990,00.html>>. Acesso em: 28 jun. 2008.

FANTA LARANJA (histórico). Disponível em: <<http://fanta.radnet.com.br/site.html>>. Acesso em: 22 nov. 2006.

FRIAS FILHO, Otávio. **Uma porta de entrada para novos leitores de jornal**. [Edição Impressa 95 – Janeiro 2004, Entrevista de Mariluce Moura]. Disponível em: <<http://www.revistapesquisa.fapesp.br/?art=3085&bd=1&pg=2&lg=>>>. Acesso em: 03 abr. 2007.

HERRAD OF LANDSBERG. In: **New Advent** – The Catholic Encyclopedia. Disponível em: <<http://www.newadvent.org/cathen/07294a.htm>>. Acesso em: 16 set. 2006.

HORTUS DELICARUM. Copie de Christian Maurice Engelhardt, 1818. In: **Bibliothèque Alsatique du Crédit Mutuel**. Disponível em: <http://bacm.creditmutuel.fr/hortus_deliciarumbas.html>. Acesso em: 16 set. 2006.

PLACAS DE TRÂNSITO UTILIZADAS NO BRASIL, AS. Disponível em: <<http://aimore.net/placas/geral.html>>. Acesso em: 06 dez. 2006.

SIMAS FILHO, Mário; RODRIGUES, Alan. A Vitória: Lula consegue mais quatro anos. [Colaboração de Camilo Vannuchi, Chico Silva, Luciana Franca, Luiza Villaméa e Rudolfo Lago]. In: **IstoÉ**. edição n. 1933. 8 nov. 2006. Disponível em: <http://www.terra.com.br/istoe/1933/brasil/1933_com_a_forca_do_povo_lula_conseguir_mais_quatro_anos.htm>. Acesso em: 28 jun. 2008.

WEB GALLERY OF ART. Disponível em: <<http://www.wga.hu>>. Acesso em: 13 set. 2006.

- ALCÂNTARA, Eurípedes. Entrevista concedida via correio eletrônico a Licínio Nascimento de Almeida Junior. 26 mar. 2008.
- ESCOSTEGUY, Diego. O desafio dos dois Brasis. **Veja**. n. 1980, 1 nov. 2006. Seção Brasil, pp.66-68.
- CABRAL, Otávio. Nem cassado nem impune. **Veja**. n. 1980, 1 nov. 2006. Seção Brasil, pp.80-82, 84 e 86.
- CARNEIRO, Marcelo; PEREIRA, Camila; CORRÊA, Rafael. Entre o azul e o vermelho. **Veja**. n. 1980, 1 nov. 2006. Seção Brasil, pp.70-78.
- KEYSTONE: The mind is the ultimate database. Selects Volume 7. [Image Bank]. FPG, 1997.
- LINHARES, Juliana; PEREIRA, Camila. No Partido do Botox cabe todo mundo. **Veja**. n. 1970, 23 ago. 2006. Seção Brasil Eleições 2006, pp.52-56.
- MARQUES, Marcos. Entrevista concedida via correio eletrônico a Licínio Nascimento de Almeida Junior. 24 abr. 2008.
- OLTRAMARI, Alexandre. Um tiro no pé às portas das eleições. **Veja**. n. 1975, 27 set. 2006. Seção Brasil, pp.58-66.
- SIMAS FILHO, Mário. Entrevista concedida via correio eletrônico a Licínio Nascimento de Almeida Junior. 22 jul. 2008.
- SOARES, Lucila; CABRAL, Otávio. A Encruzilhada. **Veja**. n. 1981, 8 nov. 2006. Seção Brasil, pp.38-44.
- STUDART, Hugo; LAGO, Rudolfo. O que eles querem fazer neste lugar. **IstoÉ**. n. 1922, 23 ago. 2006. Seção Brasil Política, pp.28-33.
- TRAUMANN, Thomas. Os próximos quatro anos. **Época**. n. 442, 6 nov. 2006. Seção Brasil, pp.28-34.
- VELOSO, Caetano. Podres poderes. In: VELOSO, Caetano. **Velô**. Polygram, 1984. Long Play. Faixa 1.

Figura 1: marcas de bebidas:

- Young Laranja: marca criada por Jônatas Cavalcante (FIC-CE) – (in Guitton, 2002:64).
- Fanta Laranja: Disponível em: <<http://fanta.radnet.com.br/site.html>>. Acesso em: 22 nov. 2006.

Figura 2: capa da Revista *Veja* – vide legenda da própria figura.

Figura 3: Campanha da Benetton “Food for Life”, 2003 (in Perez, 2004:116).

Figura 4: relação triádica proposta por Peirce (in Almeida Junior, 2003:121).

Figuras 5 a 29: capas de revistas – vide legendas das próprias figuras.

Figuras 30 a 32: Exemplos de elementos periféricos, posicionamentos das assinaturas e legendas de malhas gráficas – vide legendas das próprias figuras.

Figura 33: capas de revistas – vide legenda da própria figura.

Figuras 34 a 37: estudos / desconstruções gráficas da capa da Revista *Veja*, edição 1970.

Figuras 38 a 40: estudos / desconstruções gráficas da capa da Revista *IstoÉ*, edição 1922.

Figura 41: estudos / desconstruções gráficas das capas da Revista *Veja*, edição 1970, e *IstoÉ*, edição 1922.

Figura 42: capas de revistas – vide legenda da própria figura.

Figuras 43 a 46: estudos / desconstruções gráficas da capa da Revista *IstoÉ*, edição 1924.

Figuras 47 a 49: estudos / desconstruções gráficas da capa da Revista *Época*, edição 433.

Figura 50: estudos / desconstruções gráficas das capas da Revista *IstoÉ*, edição 1924 e *Época*, edição 433.

Figura 51: capas de revistas – vide legenda da própria figura.

Figuras 52 a 55: estudos / desconstruções gráficas da capa da Revista *Veja*, edição 1975.

Figuras 56 a 59: estudos / desconstruções gráficas da capa da Revista *Época*, edição 436.

Figura 60: estudos / desconstruções gráficas das capas da Revista *Veja*, edição 1975, e Revista *Época*, edição 436.

Figura 61: capas de revistas – vide legenda da própria figura.

Figuras 62 a 65: estudos / desconstruções gráficas da capa da Revista *Veja*, edição 1980.

Figuras 66 a 70: estudos / desconstruções gráficas da capa da Revista *IstoÉ*, edição 1932.

Figura 71: estudos / desconstruções gráficas das capas da Revista *Veja*, edição 1980 e Revista *IstoÉ*, edição 1932.

Figura 72: capas de revistas – vide legenda da própria figura.

Figuras 73 a 75: estudos / desconstruções gráficas da capa da Revista *Época*, edição 442.

Figuras 76 a 79: estudos / desconstruções gráficas da capa da Revista *IstoÉ*, edição 1933.

Figuras 80 a 84: estudos / desconstruções gráficas da capa da Revista *Veja*, edição 1981

Figura 85: estudos / desconstruções gráficas das capas da Revista *Época*, edição 442; Revista *IstoÉ*, edição 1933; e *Veja*, edição 1981.

Figura 86: placas de trânsito (*in As Placas de Trânsito Utilizadas no Brasil*. Disponível em: <<http://aimore.net/placas/geral.html>>. Acesso em: 06 dez. 2006).

Figuras 87 e 88: imagens de sinalizações (*in* Keystone, 1997).

- Austrália, foto de Ken Ross, página 243.
- Zimbábue, foto de Haroldo de Faria Castro, página 240.
- Cuidado, animais alados!, imagem de Christian Michaels, página 113.

Figuras 89 a 96: registros de documentos das entrevistas – arquivo pessoal do pesquisador.

Figura 97: Mapa do mundo helenístico dos primeiros séculos da era cristã (*in* Braga *et.al.*, 2006:71).

Figura 98: controles remotos – arquivo pessoal do pesquisador.

Figuras 99 a 271: capas de revistas – vide legendas das próprias figuras.

Figura 272: primeiras páginas da Poética de Aristóteles, em seu texto primário (*in* Aristotle [384-322 a.C.], *The Complete Works of Aristotle in Greek*, 2005a e 2005b).

Figura 273: Primeiras páginas da Retórica de Aristóteles, em seu texto primário (*in* Aristotle [384-322 a.C.], *The Complete Works of Aristotle in Greek*, 2005a e 2005b).

Figura 274: Alegoria das Sete Artes Liberais (1590s) – (*in* Web Gallery of Art..., acesso em: 13 set. 2006).

Figura 275: um jovem sendo introduzido às Sete Artes Liberais [c. 1484] – (*in* Web Gallery of Art..., acesso em: 13 set. 2006).

Figura 276: as artes liberais na fachada da catedral de Chartres (*in* Loyn, 1990:32).

Figura 277: As sete artes liberais no *Hortus Deliciarum* (Hortus Deliciarum... Acesso em: 16 set. 2006).

Figura 278: Santo Agostinho ensinando Retórica e Filosofia em Roma [1464-65] – afresco de Benozzo Gozzoli (*in* Web Gallery of Art, acesso em 13 set. 2006).

Obs.: o uso das imagens nesta Tese está amparado pela Lei 9.610/98 (Legislação sobre Direitos Autorais), Título III, Capítulo IV, artigo 46, incisos III e VIII.

Quadro 1: Esquema das dimensões da comunicação de Roman Jakobson (cf. Jakobson, 2005:123).

Quadro 2: Esquema das funções da linguagem de Roman Jakobson (cf. Jakobson, 2005:129).

Quadros 3 e 4: Algumas definições das funções da linguagem – quadro desenvolvido pelo pesquisador.

Quadro 5: Proposta esquemática para a Arte Retórica Aristotélica – quadro desenvolvido pelo pesquisador.

Quadro 6: As operações da técnica retórica em Aristóteles – quadro adaptado de Barthes (*in* Cohen *et al.*, 1975:182).

Quadro 7: Os três gêneros do discurso (*in* Reboul, 2004:47).

Quadro 8: A metáfora aristotélica por analogia – esquema desenvolvido pelo pesquisador.

Quadro 9: Relações fundamentais das figuras (cf. Durand *in* Metz, 1974 e cf. Almeida Junior, 2005a).

Quadro 10: Operações fundamentais das figuras (cf. Durand *in* Metz, 1974 e cf. Almeida Junior, 2005a).

Quadro 11: Quadro geral de classificação das figuras de retórica (cf. Durand *in* Metz, 1974:27 e cf. Almeida Junior, 2005a).

Quadros 12 e 13: Figuras de Escolha na Nova Retórica – quadro desenvolvido pelo pesquisador, baseado na Teoria de Perelman.

Quadros 14 e 15: Figuras de Presença na Nova Retórica – quadro desenvolvido pelo pesquisador, baseado na Teoria de Perelman.

Quadro 16: Figuras de Comunhão na Nova Retórica – quadro desenvolvido pelo pesquisador, baseado na Teoria de Perelman.

Quadro 17: Categorias dos Signos propostas por Peirce (cf. Teixeira Coelho Netto, 1990:62 e cf. Almeida Junior, 2003:124).

Quadro 18: Linha do tempo das matérias de capa sobre Lula em 2006 – quadro desenvolvido pelo pesquisador.

Quadro 19: The traditional phases of rhetorical production and their parallel in the design process (*in* Lupton e Ehres, 1988:4).

Quadros 20 e 21: Resultado da análise de conteúdo por associação de palavras – quadro desenvolvido pelo pesquisador.

19

Apêndices

19.1. Apêndice I - Entrevistas

19.1.1. Revista *Veja*

Euripedes Alcântara – Diretor de Redação, em 26 de março de 2008

1 - Hoje, é inadmissível pensar na sociedade brasileira sem uma imprensa livre e independente. O papel da grande mídia vai além de noticiar e informar. A imprensa trabalha como um “vigilante” do cidadão. Ela é o detetive. Descobre e cobra a punição. Considerando a linha editorial seguida pela organização, quais aspectos podem ser apontados como fatores relevantes para promover uma notícia ou reportagem como matéria principal (matéria de capa) da revista *Veja*?

As reportagens de capa se impõem. Elas simplesmente derrotam, a cada semana, as demais candidatas à capa. Interessante competição. Tanto é melhor a capa quanto melhores são as reportagens sacrificadas em favor dela para figurarem na capa. Essa distinção não é simples retórica. Compare-se com a maneira pela qual uma pessoa administra seu tempo. Imagine que ela tem apenas uma hora livre em um dia muito atarefado. Essa hora livre pode ser gasta com uma tão procrastinada ida ao dentista, com a continuação da leitura de um livro cativante ou com uma visita à namorada ou namorado. Ao decidir por uma das opções, a pessoa estará sacrificando as demais. Quanto mais importante for as opções sacrificadas mais valorizada se torna a opção vencedora. No caso de VEJA, a opção vencedora tem sido, com maior frequência, as capas que refletem uma reportagem interna que reforce o papel de vigilância que VEJA adquiriu ao longo dos seus 40 anos de vida. Nem sempre a reportagem mais afinada com esse compromisso histórico da revista é a vencedora na escolha da capa. Outras reportagens podem derrotá-la nessa

corrida, seja por seu conteúdo humano e emocional, seja pelo inusitado da questão que aborda ou a necessidade de dar um descanso ao leitor de temas muito áridos. Um exemplo recente e claro: a matéria de 2005 sobre a corrupção nos Correios que detonaria o escândalo do mensalão foi preterida para a capa daquela semana. A escolhida para a capa foi a reportagem sobre como o ator Raul Cortez enfrentava um câncer, moléstia que se provaria fatal pra ele um ano mais tarde [sic].

2 - Toda organização da grande mídia segue um conjunto de diretrizes, que caracteriza sua posição no contexto cultural e político, e norteia as decisões de pauta e publicações. Quando *Veja* decide publicar uma determinada matéria como principal (matéria de capa), que diretrizes estão sendo adotadas? Há uma preocupação em direcionar o que deve servir de assunto/tema ao público em geral (“agenda setting”)? E, nesse caso, há um comportamento previamente esperado da opinião pública?

VEJA é uma revista que não esconde seus pontos de vista e não se esconde sob o comodismo da imparcialidade. Somos contra o racismo, a tortura, a corrupção, as ditaduras, o populismo, o gigantismo do estado, o cerceamento das liberdades públicas e da liberdade de imprensa. VEJA acredita na democracia burguesa e na economia de mercado não como soluções ideais mas como realidades possíveis e os caminhos mais curtos para o progresso social e material de todos os brasileiros. Obviamente, é inexpedito esperar uma capa de VEJA que contrarie as idéias acima. VEJA, porém, não tem como desejo ou missão definir a agenda de seus cerca de 8 milhões de leitores e usuários do site *Veja.com*. A linha da revista foi definida ao longo de quatro décadas de diálogo com esses leitores. Essa linha vem sendo cancelada pela fidelidade deles ao título, que goza hoje com as maiores taxas de renovação e conversão de sua história, com a manutenção de vendas no varejo iguais ao dobro da soma de todas as demais revistas semanais. O comportamento esperado dos leitores (e não da opinião pública em geral) é o de que eles sintam que a revista em suas mãos vale mais do que pagaram por ela [sic].

3 - Para tornar as capas da revista *Veja* bem chamativas, nota-se que é frequente o uso de imagens em suas composições gráficas. Que fatores determinam a escolha da imagem principal para uma matéria de capa? E o que estabelece que a imagem principal seja uma fotografia, uma fotomontagem, uma ilustração (desenho/charge) ou uma combinação entre foto e ilustração?

As revistas devem atrair primeiro o olhar, depois o coração e, em seguida, a mente dos leitores. As ilustrações de capa são feitas de acordo com essa máxima. Se a imagem não atrair o olhar do leitor dificilmente conquistará seu coração e mente. Imagens puramente jornalísticas como as que são produzidas em grandes catástrofes naturais e desastres de aviação dificilmente cedem lugar a capa para montagens ou ilustrações. Assuntos mais abstratos como “ciúme” ou “depressão” pedem, em geral, uma ilustração ou montagem que definam melhor o foco da reportagem. Capas de política, em alguns casos, requerem ilustrações, em geral, polêmicas e com agressividade suficiente para não deixar ninguém indiferente a elas. O pior sentimento que uma capa pode despertar é o da indiferença do leitor [sic].

19.1.2. Revista *Época*

Marcos Marques - Diretor de Arte, em 24 de abril de 2008

1 - Hoje, é inadmissível pensar na sociedade brasileira sem uma imprensa livre e independente. O papel da grande mídia vai além de noticiar e informar. A imprensa trabalha como um “vigilante” do cidadão. Ela é o detetive. Descobre e cobra a punição. Considerando a linha editorial seguida pela organização, quais aspectos podem ser apontados como fatores relevantes para promover uma notícia ou reportagem como matéria principal (matéria de capa) da revista *Época*?

Furo de reportagem é o fator mais relevante para que a matéria seja capa. Como é impossível conseguir um furo por semana, outros temas também são temas de capa. Assuntos de interesse comum são os mais recorrentes nas nossas capas, como por exemplo: saúde, inovação, cultura, negócios, família etc. Mesmo assim eles têm que conter alguma novidade, uma pesquisa, uma descoberta, uma inovação etc. [sic].

2 - Toda organização da grande mídia segue um conjunto de diretrizes, que caracteriza sua posição no contexto cultural e político, e norteia as decisões de pauta e publicações. Quando *Época* decide publicar uma determinada matéria como principal (matéria de capa), que diretrizes estão sendo adotadas? Há uma preocupação em direcionar o que deve servir de assunto/tema ao público em geral (“agenda setting”)? E, nesse caso, há um comportamento previamente esperado da opinião pública?

As diretrizes seguidas nas nossas matérias sejam de capa ou simplesmente de uma página é a da ética. Aqui não se publica nada sem que o assunto seja checado devidamente. Quando estamos fazendo uma matéria de capa é lógico que nós pensamos na opinião pública, pois são nossos leitores que nós temos que conviver semanalmente. Às vezes as pessoas fazem confusão quanto à independência da revista em relação a Globo. Quando nós fazemos matéria de novela por exemplo, é porque nós somos da Globo, mas se a concorrente faz uma matéria de capa sobre novela ninguém comenta [sic].

3 - Para tornar as capas da revista *Época* bem chamativas, nota-se que é frequente o uso de imagens em suas composições gráficas. Que fatores determinam a escolha da imagem principal para uma matéria de capa? E o que estabelece que a imagem principal seja uma fotografia, uma fotomontagem, uma ilustração (desenho/charge) ou uma combinação entre foto e ilustração?

Nas nossas capas a fotografia é o forte. O que leva a usar uma ilustração ou foto montagem é o tema. Há temas que a foto é a melhor maneira de ilustrar. Por exemplo: gente conhecida, ou personagens da matéria. A fotomontagem e a ilustração são usados em casos em que uma foto dificilmente traduz o tema, por exemplo: Felicidade, Aquecimento Global, Bolsa de valores, Google. Esses temas citados foram capas em que a fotografia não resolvia sozinha, tinha que ter uma interferência criativa para ajudar [sic].

19.1.3. Revista *IstoÉ*

Mário Simas Filho - Diretor de Núcleo, em 22 de julho de 2008

1 - Hoje, é inadmissível pensar na sociedade brasileira sem uma imprensa livre e independente. O papel da grande mídia vai além de noticiar e informar. A imprensa trabalha como um “vigilante” do cidadão. Ela é o detetive. Descobre e cobra a punição. Considerando a linha editorial seguida pela organização, quais aspectos podem ser apontados como fatores relevantes para promover uma notícia ou reportagem como matéria principal (matéria de capa) da revista *IstoÉ*?

Alguns elementos pesam na escolha da reportagem de capa da revista. Em primeiro lugar está o interesse público. Procuramos sempre considerar os assuntos que mais mobilizaram a sociedade durante a semana para tentar retratá-lo na capa. Mas só isso não basta. Como estamos falando de uma publicação semanal, é preciso encontrar um enfoque diferenciado do que já foi publicado ao longo da semana. É preciso contextualizar o fato e, sempre que possível, indicar não só o que ele representa mas também seus prováveis desdobramos [sic].

Outro fator importante é o ineditismo da notícia. O jornalista e a revista sempre procura a informação exclusiva, o furo. A revelação de coisas que os leitores ainda não conhecem. Esses, dependendo da dimensão que possam ter, são sempre fortes candidatos à capa [sic].

Um terceiro fator que não pode deixar de ser mencionado tem apelo comercial. A capa é o que vende a revista nas bancas. Portanto, sempre se busca que ela seja atraente, que trate de assuntos que diga respeito ao maior número de pessoas possível e não apenas a determinados grupos [sic].

2 - Toda organização da grande mídia segue um conjunto de diretrizes, que caracteriza sua posição no contexto cultural e político, e norteia as decisões de pauta e publicações. Quando *IstoÉ* decide publicar uma determinada matéria como principal (matéria de capa), que diretrizes estão sendo adotadas? Há uma preocupação em direcionar o que deve servir de assunto/tema ao público em geral (“agenda setting”)? E, nesse caso, há um comportamento previamente esperado da opinião pública?

Procuramos ser o mais pluralistas possível. Não estamos atrelados a governos ou a interesses econômicos. Isso nos permite fazer um juízo absolutamente jornalístico na hora de decidir qual será a capa da revista. No resto, acredito que a resposta anterior contemple o que está solicitado nessa questão [sic].

3 - Para tornar as capas da revista *IstoÉ* bem chamativas, nota-se que é frequente o uso de imagens em suas composições gráficas. Que fatores determinam a escolha da imagem principal para uma matéria de capa? E o que estabelece que a imagem principal seja uma fotografia, uma fotomontagem, uma ilustração (desenho/charge) ou uma combinação entre foto e ilustração?

Como já disse, é função da capa “vender” a revista nas bancas. Para isso ela precisa ser atraente. Precisa graficamente chamar a atenção do leitor, uma vez que estará exposta ao lado de dezenas de outros títulos. Portanto, além do tema escolhido, a forma como apresentá-lo requer muito empenho da redação. A imagem deve ser atraente, deve “conversar” com o título e transmitir informação coerente com o que está apresentado [sic].

19.1.4.

Detalhamento da análise de conteúdo por associação de palavras

Expressões mais mencionadas nas respostas dos profissionais de <i>Veja</i> , <i>Época</i> e <i>IstoÉ</i>	
Expressões	Número de vezes
capa / capas	27
revista / revistas	12
leitor / leitores	10
reportagem / reportagens	9
semana / semanais / semanal / semanalmente	8
tema / temas	8
ilustrar / ilustração / ilustrações	7
matéria	7

Quadro 20 - Resultado da análise de conteúdo por associação de palavras.

assunto / assuntos	5
atrair / atraente	5
escolha / escolhida / escolhido	4
fotografia / foto	4
fotomontagem / montagem / montagens	4
interessante / interesse / interesses	4
opção / opções	4
pessoa / pessoas	4
fator	3
furo	3
imagem / imagens	3
jornalista / jornalísticas / jornalístico	3
publica / publicação / publicado	3
sacrificadas / sacrificando	3
título / títulos	3
vencedora	3
vender / vende / vendas	3
bancas [de jornal]	2
candidatas / candidatos	2
coração	2
corrupção	2
decidir	2
derrotam / derrotá-la	2
economia / econômicos	2
forte / fortes	2
Globo [organização empresarial]	2
história / histórico	2
indiferença / indiferente	2
informação	2
importante	2
liberdade / liberdades	2
mente [no sentido de pensamento]	2
novela	2
olhar	2
opinião pública	2
inovação	2

Quadro 21 - Continuação do resultado da análise de conteúdo por associação de palavras.

19.1.5. Documentação das entrevistas

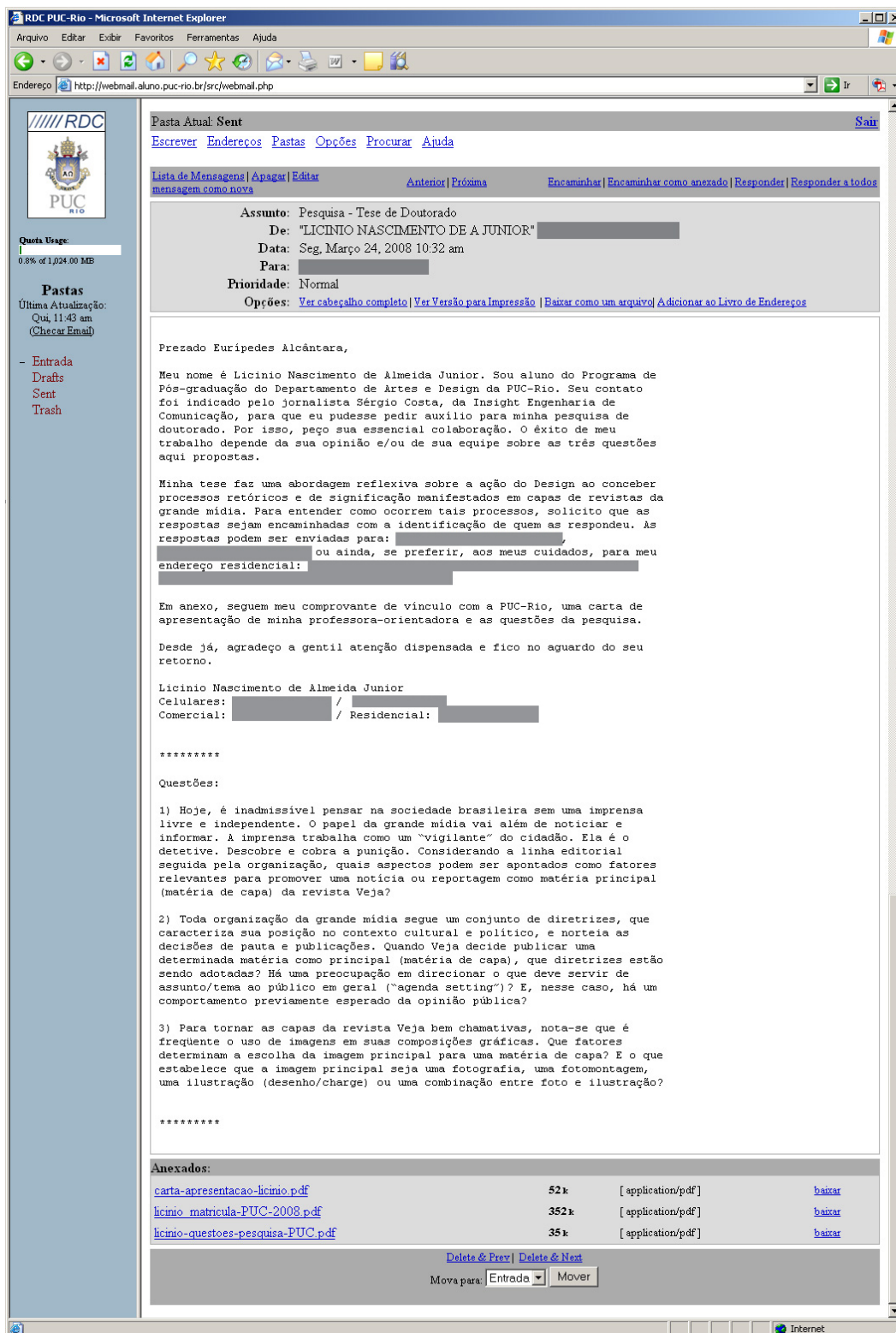


Figura 89 - Solicitação usada para cessão de entrevista e autorização do uso de declarações, enviada ao correio eletrônico do entrevistado Eurípedes Alcântara (Veja), em 24 de março de 2008. O teor da mensagem deste correio eletrônico também foi enviado, nessa mesma data, para Marcos Marques (*Época*) e Mário Simas Filho (*IstoÉ*)*.

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA
DO RIO DE JANEIRO



Rio de Janeiro, 18 de março de 2008.

À
Direção de Redação da Revista Veja
A/C: Sr. Eurípedes Alcântara

Prezado Senhor,

Licínio Nascimento de Almeida Junior é meu orientando no curso de doutorado em Design da PUC-Rio.

Sua tese estuda os processos retóricos e de significação encontrados em capas de revistas da grande mídia. Classifico esta pesquisa como um trabalho de relevante aporte acadêmico para o campo da atividade do Design.

Agradeço sua valiosa contribuição de opinar sobre as questões referentes à pesquisa e coloco-me à disposição para quaisquer esclarecimentos.

Posso ser contatada pelo correio eletrônico [REDAZÃO], pelo celular [CELULAR] ou pelos telefones do Departamento de Artes e Design.

Atenciosamente,


Vera Lúcia Moreira dos Santos Nojima
Profª. Drª. do Programa de Pós-graduação
em Design da PUC-Rio

Departamento de Artes & Design
Laboratório da Comunicação no Design (LabCom)
Rua Marquês de São Vicente, 225, sala 713 F – Gávea • CEP 22453-9000
Rio de Janeiro / RJ • Tel. (21) 3527-1594 / 3527-1596 / 3527-1600 • Fax. (21) 3527-1589

Figura 90 - Carta de apresentação do pesquisador anexa ao correio eletrônico, em formato PDF. Cartas de apresentação também foram enviadas a Marcos Marques (*Época*) e Mário Simas Filho (*IstoÉ*)*.

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA
DO RIO DE JANEIRO



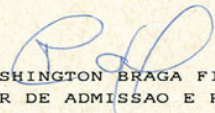
A T E S T A D O
=====

Atesto, para os devidos fins, que
 LICINIO NASCIMENTO DE ALMEIDA JR*****
 e' aluno(a) matriculado(a) nesta Universidade no programa de
 POS-GRADUACAO EM DESIGN*****
 DOUTORADO EM DESIGN*****
 na area de
 concentracao: DESIGN E SOCIEDADE*****
 do CENTRO CIENCIAS HUMANAS *** tendo cursado 33 credito(s),
 sendo o prazo previsto de termino do curso: 28/02/2009.

Atesto, ainda, que o(a) referido(a) aluno(a)
 encontra-se matriculado(a) na(s) disciplina(s):
 TESE DE DOUTORADO*****
 no atual semestre letivo (2008.1).

Rio de Janeiro, 5 de marco de 2008.




 WASHINGTON BRAGA FILHO
 DIRETOR DE ADMISSAO E REGISTRO
 Patricia H. Laranjeiras da Silva
 Supervisora de Administração
 Admissão/DAR/PUC-Rio



Diretoria de Admissão e Registro
 Rua Marquês de São Vicente, 225 - Gávea - 22453-900
 Rio de Janeiro - RJ - Tel.(021) 3527-1341/ FAX(021) 3527-1345/ <prot@puc-rio.br>

Figura 91 - Documento comprobatório de vínculo com a instituição acadêmica (matrícula do pesquisador) enviado em anexo ao correio eletrônico, em formato PDF. Este atestado foi enviado a Eurípedes Alcântara (Veja), Marcos Marques (Época) e Mário Simas Filho (IstoÉ).



:: Doutorado em Design :: Questões de Pesquisa ::

1) Hoje, é inadmissível pensar na sociedade brasileira sem uma imprensa livre e independente. O papel da grande mídia vai além de noticiar e informar. A imprensa trabalha como um “vigilante” do cidadão. Ela é o detetive. Descobre e cobra a punição. Considerando a linha editorial seguida pela organização, quais aspectos podem ser apontados como fatores relevantes para promover uma notícia ou reportagem como matéria principal (matéria de capa) da revista Veja?

2) Toda organização da grande mídia segue um conjunto de diretrizes, que caracteriza sua posição no contexto cultural e político, e norteia as decisões de pauta e publicações. Quando Veja decide publicar uma determinada matéria como principal (matéria de capa), que diretrizes estão sendo adotadas? Há uma preocupação em direcionar o que deve servir de assunto/tema ao público em geral (“agenda setting”)? E, nesse caso, há um comportamento previamente esperado da opinião pública?

3) Para tornar as capas da revista Veja bem chamativas, nota-se que é freqüente o uso de imagens em suas composições gráficas. Que fatores determinam a escolha da imagem principal para uma matéria de capa? E o que estabelece que a imagem principal seja uma fotografia, uma fotomontagem, uma ilustração (desenho/charge) ou uma combinação entre foto e ilustração?

Solicitamos, por favor, que as respostas sejam encaminhadas, com a identificação de quem as respondeu, para: [REDACTED] *ou ainda, se preferir, para o endereço:* [REDACTED]

Departamento de Artes & Design

Laboratório da Comunicação no Design (LabCom)

Rua Marquês de São Vicente, 225, sala 713 F – Gávea • CEP 22453-9000
Rio de Janeiro / RJ • Tel. (21) 3527-1594 / 3527-1596 / 3527-1600 • Fax. (21) 3527-1589

Figura 92 - Anexo do correio eletrônico, em formato PDF, do documento com o questionário aplicado na pesquisa. O teor deste questionário também foi enviado a Marcos Marques (*Época*) e Mário Simas Filho (*IstoÉ*)*.

RDC PUC-Rio
Página 1 de 2

[Desconectar](#)

[Escrever](#) [Endereços](#) [Pastas](#) [Opções](#) [Procurar](#) [Ajuda](#)

Visualizando texto anexado - [Ver mensagem](#)
[Ver imagens com problema](#) | [Baixar como um arquivo](#)

Meu caro Licínio,

vou tentar responder suas questões.

1) Hoje, é inadmissível pensar na sociedade brasileira sem uma imprensa livre e independente. O papel da grande mídia vai além de noticiar e informar. A imprensa trabalha como um "vigilante" do cidadão. Ela é o detetive. Descobre e cobra a punição. Considerando a linha editorial seguida pela organização, quais aspectos podem ser apontados como fatores relevantes para promover uma notícia ou reportagem como matéria principal (matéria de capa) da revista Veja?

As reportagens de capa se impõem. Elas simplesmente derrotam, a cada semana, as demais candidatas à capa. Interessante competição. Tanto é melhor a capa quanto melhores são as reportagens sacrificadas em favor dela para figurarem na capa. Essa distinção não é simples retórica. Compare-se com a maneira pela qual uma pessoa administra seu tempo. Imagine que ela tem apenas uma hora livre em um dia muito atarefado. Essa hora livre pode ser gasta com uma tão procrastinada ida ao dentista, com a continuação da leitura de um livro cativante ou com uma visita à namorada ou namorado. Ao decidir por uma das opções, a pessoa estará sacrificando as demais. Quanto mais importante for as opções sacrificadas mais valorizada se torna a opção vencedora. No caso de VEJA, a opção vencedora tem sido, com maior frequência, as capas que refletem uma reportagem interna que reforce o papel de vigilância que VEJA adquiriu ao longo dos seus 40 anos de vida. Nem sempre a reportagem mais afinada com esse compromisso histórico da revista é a vencedora na escolha da capa. Outras reportagens podem derrotá-la nessa corrida, seja por seu conteúdo humano e emocional, seja pelo inusitado da questão que aborda ou a necessidade de dar um descanso ao leitor de temas muito áridos. Um exemplo recente e claro: a matéria de 2005 sobre a corrupção nos Correios que detonaria o escândalo do mensalão foi preterida para a capa daquela semana. A escolhida para a capa foi a reportagem sobre como o ator Raul Cortez enfrentava um câncer, moléstia que se provaria fatal pra ele um ano mais tarde.

2) Toda organização da grande mídia segue um conjunto de diretrizes, que caracteriza sua posição no contexto cultural e político, e norteia as decisões de pauta e publicações. Quando Veja decide publicar uma determinada matéria como principal (matéria de capa), que diretrizes estão sendo adotadas? Há uma preocupação em direcionar o que deve servir de assunto/tema ao público em geral ("agenda setting")? E, nesse caso, há um comportamento previamente esperado da opinião pública?

VEJA é uma revista que não esconde seus pontos de vista e não se esconde sob o comodismo da imparcialidade. Somos contra o racismo, a tortura, a corrupção, as ditaduras, o populismo, o gigantismo do estado, o cerceamento das liberdades públicas e da liberdade de imprensa. VEJA acredita na democracia burguesa e na economia de mercado não como soluções ideais mas como realidades possíveis e os caminhos mais curtos para o progresso social e material de todos os brasileiros. Obviamente, é inexpedito esperar uma capa de VEJA que contrarie as idéias acima. VEJA, porém, não tem como desejo ou missão definir a agenda de seus cerca de 8 milhões de leitores e usuários do site Veja.Com. A linha da revista foi definida ao longo de quatro décadas de diálogo com esses leitores. Essa linha vem sendo cancelada pela fidelidade deles ao título, que goza hoje com as maiores taxas de renovação e conversão de sua história, com a manutenção de vendas no varejo iguais ao dobro da soma de todas as demais revistas semanais. O comportamento esperado dos leitores (e não da opinião pública, em geral) é o de que eles sintam que a revista em suas mãos vale mais do que pagaram por ela.

3) Para tornar as capas da revista Veja bem chamativas, nota-se que é freqüente o uso de imagens em suas composições gráficas. Que fatores determinam a escolha da imagem

http://webmail.aluno.puc-rio.br/src/view_text.php?mailbox=INBOX&passed_id=17&startMessag... 26/03/2008

Figura 93 - Resposta de Eurípedes Alcântara, da Revista *Veja*, recebida em 26 mar. 2008

RDC PUC-Rio

Página 2 de 2

principal para uma matéria de capa? E o que estabelece que a imagem principal seja uma fotografia, uma fotomontagem, uma ilustração (desenho/charge) ou uma combinação entre foto e ilustração?

As revistas devem atrair primeiro o olhar, depois o coração e, em seguida, a mente dos leitores. As ilustrações de capa são feitas de acordo com essa máxima. Se a imagem não atrair o olhar do leitor dificilmente conquistará seu coração e mente. Imagens puramente jornalísticas como as que são produzidas em grandes catástrofes naturais e desastres de aviação dificilmente cedem lugar a capa para montagens ou ilustrações. Assuntos mais abstratos como "ciúme" ou "depressão" pedem, em geral, uma ilustração ou montagem que definam melhor o foco da reportagem. Capas de política, em alguns casos, requerem ilustrações, em geral, polêmicas e com agressividade suficiente para não deixar ninguém indiferente a elas. O pior sentimento que uma capa pode despertar é o da indiferença do leitor.

com um abraço,

Eurípedes Alcântara
Diretor de Redação
VEJA

Respeite o Meio Ambiente. Imprima somente o necessário.

Planeta Sustentável - O futuro a gente faz AGORA.
www.planetasustentavel.com.br

AVISO LEGAL: Esta mensagem e arquivo(s) podem conter informações confidenciais e/ou legalmente protegidas. Caso tenha recebido por engano, favor devolvê-la ao remetente e eliminá-la do seu sistema, não divulgando ou utilizando a totalidade ou parte desta mensagem ou dos documentos a ela anexados.

LEGAL NOTICE: This message and attached document(s) may contain information of confidential nature and/or legally protected. If you have received this message by mistake, please reply to the sender, eliminate it from your system and do not disclose or use this message or the attached documents, in whole or in part.

http://webmail.aluno.puc-rio.br/src/view_text.php?mailbox=INBOX&passed_id=17&startMessag... 26/03/2008

Figura 94 - Continuação da resposta de Eurípedes Alcântara

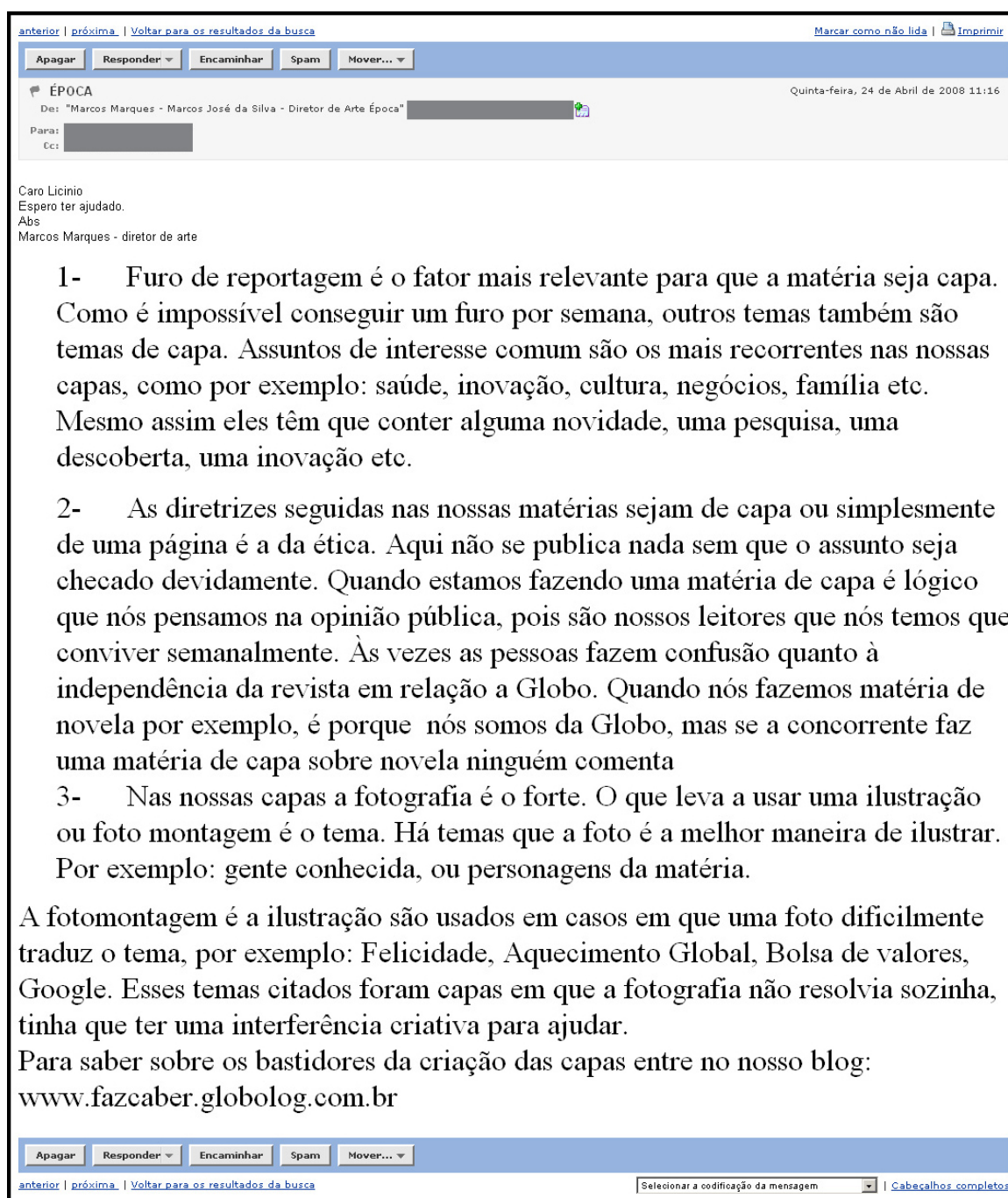


Figura 95 - Resposta de Marcos Marques, da Revista *Época*, recebida em 24 abr. 2008.*

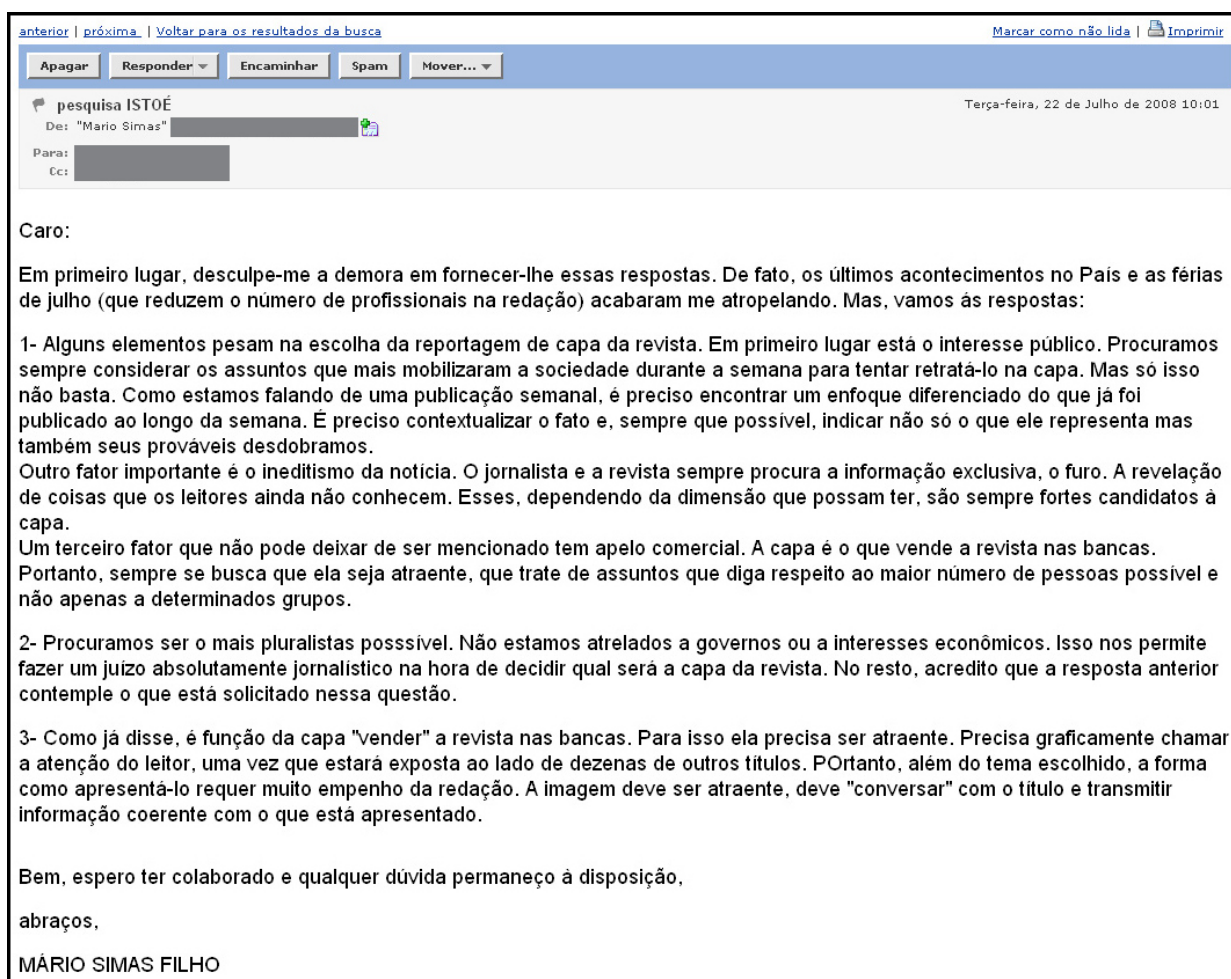


Figura 96 - Resposta de Mário Simas Filho, da Revista *IstoÉ*, recebida em 22 jul. 2008.*

(*) Correios eletrônicos, endereço e telefones celulares foram ocultados dos exemplos para que sejam resguardados os contatos pessoais do pesquisador, da orientadora e dos entrevistados.

19.2.**Apêndice II – Uma viagem panorâmica sobre a Retórica**

Desde a Antiguidade, o tema “Retórica” é debatido sob os mais variados aspectos. Ao fazer uma imersão no tecido teórico que engloba a Retórica, descortina-se um termo impreciso, ou até mesmo enigmático (cf. Almeida Junior e Nojima, 2007a e 2007b). Olivier Reboul (2004:1) ressalta que “a retórica é anterior à sua história, e mesmo a qualquer história, pois é inconcebível que os homens não tenham utilizado a linguagem para persuadir”. Segundo o autor, “pode-se, aliás, encontrar retórica entre hindus, chineses, egípcios, sem falar dos hebreus. Apesar disso, em certo sentido, pode-se dizer que a retórica é uma invenção grega, tanto quanto a geometria, a tragédia, a filosofia” (*ibid.*). Nessa direção, partindo dos cânones da Retórica Grega, é traçada uma breve panorâmica histórica da Retórica.

19.2.1.**A Retórica e sua origem forense**

As origens da Retórica se desdobram nos primórdios do século V antes da nossa era, em meio às disputas por direitos territoriais. Nasceu, na cultura ocidental, por volta de 485 a.C., das reivindicações dos sofistas ao direito à posse de terra em Siracusa, na Magna Grécia (cf. Barthes, *in* Cohen *et al.*, 1975:151; e Reboul, 2004:2). Sua origem portanto não é literária, mas sim judiciária¹³⁰. “Os cidadãos despojados pelos tiranos reclamaram seus bens, e à guerra civil seguiram-se inúmeros conflitos judiciais. Numa época em que não existiam advogados, era preciso dar aos litigantes um meio de defender sua causa” (Reboul, *op.cit.*, p.2).

¹³⁰ “A retórica (como metalinguagem) nasceu do processo de propriedade. Por volta de 485 antes de J.C., dois tiranos sicilianos, Gelon e Hieron, fizeram deportações, transferências de população e expropriações, para povoar Siracusa e distribuir porções de terras aos mercenários; quando foram destronados por uma sublevação democrática e o povo quis voltar ao *status ante quo*, houve inúmeros processos, pois os direitos de propriedade eram ainda bastante obscuros e confusos. Tais processos eram de um tipo novo: mobilizavam grandes júris populares, diante dos quais, para convencer, era necessário sobretudo ser ‘eloquente’. Essa eloquência, participando simultaneamente da democracia e da demagogia, do judiciário e do político (o que se chamou depois de *deliberativo*), transformou-se rapidamente em objeto de ensino. Os primeiros professores da nova disciplina foram Empédocles de Agrigento, Corax, seu aluno em Siracusa (o primeiro que cobrou suas lições) e Tísias. Esse ensinamento passou mais rapidamente para Ática (depois das guerras medas), graças às contestações de comerciantes, que reivindicavam seus direitos conjuntamente em Siracusa e Atenas: a retórica já é, em parte, ateniense desde meados do século V” (Barthes, *in* Cohen *et al.*, 1975:151).

Um discípulo de Empédocles, Córax¹³¹, junto com seu próprio discípulo, Tísias, publicou uma coletânea de preceitos que continha exemplos voltados para ajudar as pessoas a recorrerem à justiça (cf. *ibid.*). Essa publicação, denominada “Arte Oratória” (*Tekhné Rhetoriké*), foi um manual desenvolvido como “um sistema especializado de conhecimento adquirido, através da educação formal, com o fim de preservar a propriedade e negociar a interação social” (Wellbery, 1998:14). Nele, Córax dá à *Retórica* sua primeira definição: *criadora de persuasão* (cf. Reboul, *op.cit.*).

Barthes (*op.cit.*, p.152) explica que a Retórica Coraciana apresentava cinco grandes partes da *oratio*, que durante séculos iria formar o “plano” do discurso oratório: “1) o exórdio¹³², 2) a narração ou ação (relação dos fatos), 3) a argumentação ou prova, 4) a digressão¹³³, 5) o epílogo¹³⁴”.

A retórica forense não pretendia obter um alcance literário ou filosófico, mas sim a necessidade de reconquistar a posse da propriedade. Suas origens, traçadas pelas disputas de propriedade, rascunham o que pode ser simbolizado como o espírito democrático grego. Contudo, Alexandre Junior (*in* Aristóteles, [384-322 a.C.], 2005:20) esclarece que, na mesma altura em que essa retórica forense desabrochava na Sicília, a arte do diálogo, com os filósofos idealistas, começava a desenvolver-se em Eleia. E isso ocorreu graças a uma habilidade prodigiosa de articular os métodos até então desenvolvidos: “a Grécia inteira adere ao fascínio e ao deslumbramento de ver discutir e dissertar sobre qualquer tema, quer se trate de metafísica, moral, política ou qualquer outro tema que

¹³¹ “Córax é considerado o inventor do argumento que leva seu nome, o córax, e que deve ajudar os defensores das piores causas. Consiste em dizer que uma coisa é inverossímil por ser verossímil demais. Por exemplo, se o réu for fraco, dirá que não é verossímil ser ele o agressor. Mas, se for forte, se todas as evidências lhe forem contrárias, sustentará que, justamente, seria tão verossímil julgarem-no culpado que não é verossímil que ele o seja” (Reboul, 2004:3).

¹³² “Exórdio é a parte que inicia o discurso, e sua função é essencialmente fática: tornar o auditório dócil, atento e benevolente” (*ibid.*, p.55). “Assim, no exórdio, o orador começa dizendo que não é orador, elogia o talento do adversário, etc.” (*ibid.*, p.4).

¹³³ Digressão (*parekbasis*): “parte facultativa do discurso judiciário que consiste em sair do assunto, mas para maior esclarecimento do auditório” (*ibid.*, p.246). Em outro momento, Reboul (*op.cit.*, p.59) coloca: “narrativa ou descrição viva (*ekphrasis*), a digressão tem como função distrair o auditório, mas também apiedá-lo ou indigná-lo; pode até servir de prova indireta quando feita como evocação histórica do passado longínquo. Hoje em dia, esse termo tornou-se pejorativo. Os professores, em particular, estigmatizam a digressão, ainda que a utilizem à vontade em suas aulas, aliás de pleno direito”.

¹³⁴ Olivier Reboul (*op.cit.*) explica que epílogo, ou peroração, é o que se põe no fim do discurso, podendo ser bastante longo e dividir-se em várias partes. Segundo o autor, “a peroração é o momento por excelência em que a afetividade se une à argumentação, o que constitui a alma da retórica” (*ibid.*, p.60).

mereça a defesa, o elogio ou a censura da comunidade” (*ibid.*). Para Alexandre Junior (*op.cit.*), “de todos que seguiram a vertente retórica, o mais célebre, tanto pelos elogios dos seus admiradores como pelos ataques de Platão, foi Górgias. Foi com ele que este sistema de ensino penetrou em Ática”. E aqui, com Górgias, “surge uma nova fonte da retórica: estética e propriamente literária” (Reboul, *op.cit.*, p.4).

19.2.2.

Górgias e o início da Retórica Literária

Com Górgias “valorizou-se na retórica uma nova perspectiva de natureza paradigmática, valorizaram-se o estilo e a composição que têm a ver com a *elocutio*” (Alexandre Júnior, *in* Aristóteles [384-322 a.C.], 2005:20). Na visão de Barthes (*in* Cohen *et al.*, 1975:152), a principal contribuição de Górgias foi a de “(...) ter submetido a prosa ao código retórico, propagando-o como discurso erudito, objeto estético, ‘linguagem soberana’, antepassado da literatura”.

“Górgias reconhecia a força persuasiva da emoção e a magia da palavra expressiva e bem cuidada, vendo no orador um psicólogo, um guia de almas mediante uma espécie de encantamento” (Alexandre Júnior, *op.cit.*). “Isso porque, até então, os gregos identificavam ‘literatura’ como poesia (épica, trágica, etc.). A prosa, puramente funcional, restringia-se a transcrever a linguagem oral comum” (Reboul, 2004:4). Com isso, Górgias foi um dos fundadores do discurso epidítico, o que significa elogio público, criando para tal fim uma prosa eloquente, multiplicando as *figuras de palavras* – assonâncias, rimas, paranomásias, ritmo da frase – e as *figuras de sentido e pensamento* – perífrases, metáforas, antíteses (cf. *ibid.*). “Centrado no caráter prático do discurso, o estilo de Górgias na retórica era tão inusitado e pessoal que os gregos criaram o termo ‘gorgianizar’ para designar as pessoas que argumentavam no estilo criado por esse sofista siciliano” (Dayoub, 2004:3).

Segundo Hall (*in* Cartledge, 2002:315), “um dos mais célebres discursos de Górgias é o chamado *Elogio de Helena*, uma oração epidítica defendendo, num julgamento hipotético, a ‘indefensável’ Helena mítica (...)”. Esse clássico exemplo foi escrito quando Platão ainda era adolescente, provavelmente em 414 a.C., e atraiu pela “(...) primeira vez a atenção do pensamento ocidental para um tema

novo que devia apaixonar os intelectuais durante séculos (...)” (Plebe e Emanuele, 1992:13); nesse texto é mostrado “(...) o direito que o instinto irracional, a voz dos sentidos, tem de se impor ao lado e até mesmo contra a razão” (*ibid.*).

Roland Barthes (*op.cit.*, p.153) explica que em toda arte retórica há dois polos: o *sintagmático*, que é a ordem das partes do discurso (*taxis* ou *dispositio*), e o *paradigmático*, que são as “figuras” de retórica (*lexis* ou *elocutio*). E Górgias, ao trabalhar essas “figuras”, faz despontar a “*elocutio*”, oferecendo, assim, uma perspectiva paradigmática: “abre a prosa à retórica, e a retórica à ‘estilística’” (*ibid.*). Dessa forma, Dayoub (*op.cit.*, p.4) esclarece que “a retórica gorgiana, sem qualquer fundamentação racional, apenas provocava compaixão ao público; faltavam métodos retóricos sérios e eficazes que se estruturassem na arte da argumentação”. Porém, “Górgias pôs a retórica a serviço do belo” (Reboul, *op.cit.*, p.6). Como observa Jones (1997:294), ele via a retórica como uma forma de magia, que “(...) proporcionava aos oradores os meios para excitar as paixões, agir sobre as emoções e convencer a mente. Felizmente, o estilo de Górgias nunca foi levado a sério em sua forma pura”. Todavia, Olivier Reboul (*op.cit.*) levanta a pergunta: “a serviço do belo quererá dizer a serviço da verdade?”. Para o autor, essa questão implica uma relação entre a Retórica e a sofística.

19.2.3.

A Retórica Sofística

“Etimologicamente, o termo *sofista* significa sábio. Entretanto, com o decorrer do tempo, ganhou o sentido de impostor, devido, sobretudo, às críticas de Platão” (Cotrim, 1989:122). Renato Barilli (1985:13) afirma que aos sofistas pertence o primeiro grande episódio da história da Retórica e, inclusive, vem à luz “(...) uma certa conjunção de concepções epistemológicas e éticas extraordinariamente propícias ao seu desenvolvimento” (*ibid.*). De acordo com Barilli, é esse o momento em que a Retórica encontra a sua razão de ser: “(...) onde for posta em dúvida a existência de uma verdade como dado extremo à comunicação entre homens, à livre troca e confronto de opiniões, que não pode deixar de dar-se através do instrumento verbal” (*ibid.*).

“Pode-se dizer que os sofistas criaram a retórica como a arte do discurso persuasivo, objeto de um ensino sistemático e global que se fundava numa visão

de mundo” (Reboul, 2004:9). É nesse instante que nascem “(...) os primeiros esboços de gramática, bem como a disposição do discurso e um ideal de prosa ornada e erudita” (*ibid.*). Não à toa, Jaeger (1994:348) destaca que “os sofistas foram considerados os fundadores da ciência da educação”.

Japiassu e Marcondes (1996:252) explicam que, na Grécia clássica, os sofistas foram considerados mestres da Retórica e da Oratória. Foram “(...) professores itinerantes que ensinavam sua arte aos cidadãos interessados em dominar melhor a técnica do discurso, instrumento político fundamental para os debates e discussões públicas, já que na *pólis* grega as decisões políticas eram tomadas nas assembléias” (*ibid.*). Num sentido mais técnico, Górgias merece ser enquadrado na denominação de sofista, pois foi professor: “dava de cidade em cidade lições de eloquência e de filosofia, cobrando a cada uma delas o fabuloso salário de cem minas. Digamos que por um dia de trabalho ele recebia o salário diário de dez mil operários!” (Reboul, *op.cit.*, p.6).

Os sofistas eram professores viajantes que, por determinado preço, vendiam ensinamentos práticos de Filosofia. Sempre levando em consideração os interesses dos alunos pagantes, davam aulas de eloquência e de habilidade mental, ensinando conhecimentos úteis para o sucesso dos negócios públicos e privados. As lições dos sofistas não tinham como objetivo o estabelecimento de uma verdade única, mas, sim, o desenvolvimento do poder da argumentação, da habilidade oratória, do conhecimento das doutrinas divergentes; enfim, todo um jogo de raciocínio que seria utilizado na arte de convencer as pessoas, driblando a tese dos adversários (Cotrim, *op.cit.*, p.122).

“Em teoria, qualquer cidadão ateniense que pudesse contratar a instrução de professores de retórica podia, à época, atacar outros oradores na assembléia” (Hall, *in* Cartledge, 2002:317). Aos sofistas deve-se, portanto, a ideia de que “a verdade nunca passa de acordo entre interlocutores, acordo final que resulta da discussão, acordo inicial também, sem o qual a discussão não seria possível” (Reboul, *op.cit.*, p.9). Reboul (*op.cit.*) expõe que, privado de uma realidade objetiva, “(...) o *logos*, o discurso humano fica sem referente e não tem outro critério senão o próprio sucesso: sua aptidão para convencer pela aparência de lógica e pelo encanto do estilo”. Assim, vislumbra-se no discurso a Retórica como a única ciência possível, presenciando um tipo de *retórica selvagem*. Nela, o discurso não pretende mais ser verdadeiro, nem verossímil, como em Córax; o que lhe interessa é ser eficaz: “(...) próprio para convencer, que no caso equivale a vencer, a deixar o interlocutor sem réplica. A finalidade dessa retórica não é

encontrar o verdadeiro, mas dominar através da palavra; ela já não está devotada ao saber, mas sim ao poder” (Reboul, *op.cit.*, p.10).

O passo decisivo, o elo entre a Retórica e a Sofística, evidencia-se plenamente com Protágoras [480-410 a.C.] (cf. Barilli, *op.cit.*, p.14; e Reboul, *op.cit.*, p.7). Segundo Japiassu e Marcondes (*op.cit.*, p.223), “ele pregava uma espécie de relativismo e subjetivismo. De sua obra, ficou apenas uma frase: ‘O homem é a medida de todas as coisas, do ser daquilo que é, do não-ser daquilo que não é’”. Sua asserção sustenta que todo conhecimento depende do indivíduo que o conhece, assim, não há verdade ou erro, mas apenas representações proveitosas (cf. *ibid.*). Para Protágoras, “não existe verdade em si, mas uma verdade de cada indivíduo, de cada cidade; e o importante é aquilo que lhe pertence fazer-se valer e impor-se, que é precisamente a retórica” (Reboul, *op.cit.*, p.8). Nesse aspecto, observa-se que tal doutrina pode legitimar “(...) tanto a violência quanto a tolerância. Por isso, ela nos parece ao mesmo tempo fascinante e ambígua (...)” (*ibid.*).

Os sofistas, como os primeiros pedagogos, excluía todo o saber, levando em conta apenas o “saber fazer a serviço do poder” (*ibid.*, p.10). Pensadores como Platão e Aristóteles empregaram esforços para refutar os sofistas, “(...) sinal de que estes não eram negligenciáveis nem estúpidos, e que, acima de suas artimanhas publicitárias, eles ensinavam algo importante” (*ibid.*, p.8).

19.2.4. A Retórica Platônica

“Platão foi o filósofo que mais criticou a retórica sofística, por entendê-la fundamentada apenas em argumentos emocionais para comover ouvintes” (Dayoub, 2004:4). Roland Barthes (*in* Cohen *et al.*, 1975:154) explica que “a retórica platônica afasta o escrito e procura a interlocução pessoal, a *adhomination*; o modo fundamental do discurso reside no diálogo entre o mestre e o discípulo, unidos pelo amor inspirado”. Segundo Barthes, Platão trata de duas retóricas, uma boa e uma má, assim descritas:

I. A retórica de fato é constituída pela *logografia*, atividade que consiste em escrever qualquer discurso (não se trata mais somente de retórica judiciária; a totalização da noção é importante); seu objeto é a verossimilhança, a ilusão; é a retórica dos retores, das escolas de Górgias, dos Sofistas.

II. A retórica de direito é a verdadeira retórica, a filosófica ou ainda a dialética; seu objeto é a verdade; Platão chama-a de psicagogia (formação das almas pela palavra) (Barthes, *op.cit.*).

Para Platão, a verdadeira Retórica “é necessariamente filosófica e psicagógica, tendo sempre em vista o estabelecimento e a afirmação da verdade” (Alexandre Júnior, *in* Aristóteles [384-322 a.C.], 2005:25-26). São duas as obras de Platão direcionadas às questões de retórica: *Górgias* e *Fedro*.

O texto *Górgias* “estuda a forma particular de violência que pode ser exercida pelo domínio da retórica e opõe a sofística à filosofia” (Japiassu e Marcondes, 1996:213). É delineado um diálogo entre Górgias e Sócrates. A palavra é dada ao retor Górgias e, no diálogo, Sócrates finge ignorar o que é retórica, solicitando que Górgias a defina, e faz uma pergunta capital: será que a retórica tem ciência daquilo que persuade? (cf. Reboul, 2004:13).

Plebe e Emanuele (1992:14) comentam que, em *Górgias*, o tema que mais vem à tona é aquele segundo o qual a Retórica visa ao resultado, enquanto a Filosofia visa ao verdadeiro, o que suscita as célebres comparações: “a retórica está para a filosofia assim como a culinária está para a medicina e como a maquiagem e as vestimentas estão para a ginástica. Ou seja, visando apenas ao resultado (ao prazer físico ou ao belo aspecto), ela visa à fachada, não à substância.”

Como se observa, em nome da filosofia e da ética educativa, Platão passa a negar à Retórica o caráter de verdadeira técnica. Nas palavras de Dayoub (*op.cit.*, p.5), isso ocorre “(...) por entender que, na sua utilização, o orador não assentava seu discurso em conhecimento algum, mas tinha como base a opinião e o verossímil”.

Segundo Perelman (1997:208), é evidente que, para Platão, não bastava conhecer a verdade, cumpria ainda transmiti-la e fazer com que os outros a admitissem. “Para tanto, é indispensável uma retórica, mas esta será, como diz Platão em *Fedro*, uma retórica digna dos próprios deuses” (*ibid.*).

Em *Fedro*, “Platão imaginou uma retórica dependente das ciências da alma, da política e da psicologia” (Dayoub, *op.cit.*, p.7). Nesse texto, a Retórica é

empregada “(...) como instrumento para a realização de seus valores” (*ibid.*), admitindo, com isso, a possibilidade da existência de uma outra Retórica, verdadeira e boa. Perelman (*op.cit.*, p.269) enfatiza que, no entendimento de Platão, “(...) a Retórica que agradaria aos deuses seria fundamentada num conhecimento objetivamente válido”. O que deixa claro que o Filósofo refutava uma retórica “bajuladora”:

O descrédito que Platão lança sobre a retórica, em Górgias, deveu-se ao fato de tratar-se de uma técnica do verossímil para o uso do vulgo. Sendo a preocupação do orador atuar de uma forma eficaz sobre um auditório de ignorantes, ele necessariamente devia adaptar seu discurso ao nível daqueles que o escutavam. As provas mais sólidas, aos olhos dos homens competentes, nem sempre eram as que granjeavam a convicção, sendo compreensível que Platão condene os subterfúgios dos oradores, que julga indignos de um filósofo. Mas, em Fedro, Platão sonha com uma retórica cujos argumentos poderiam convencer os próprios deuses. Se toda retórica tende à ação eficaz sobre as mentes, a qualidade dessas mentes é que distinguiria, portanto, uma retórica desprezível de uma retórica digna de elogios (Perelman, *op.cit.*).

Segundo Reboul (*op.cit.*, p.19), na obra *Fedro*, Platão parece reabilitar a Retórica. No entanto, tratava-se de uma Retórica a serviço da Dialética, “(...) método da verdadeira filosofia, que ‘capacita falar e a pensar’¹³⁵. Uma retórica do verdadeiro, que não procura o beneplácito das multidões, mas dos deuses¹³⁶”.

Sobre a Dialética, Braga (*et al.*, 2006:17) explica que, para Platão, “(...) seria o processo que, partindo do diálogo de opiniões contrárias, iria separando a opinião (*dóxa*) do conhecimento ou ciência (*epistéme*), possibilitando à alma se elevar do mundo sensível ao mundo das idéias”.

Dayoub (*op.cit.*, p.6) cita que o pensador faz uma separação entre Dialética e Retórica, considerando-as como formas opostas de persuasão: a Dialética “(...) é concebida como um diálogo em que dois participantes buscam a verdade, e as intervenções de cada um são breves e não há intromissão de elementos estranhos nem longos desvios do assunto”. Já a Retórica “(...) é entendida como mera prática mundana, cujo objetivo é divertir e agradar ao povo por meio de um discurso contínuo, sem que se prenda, necessariamente, a sua atenção” (*ibid.*).

As atenções dos pensamentos de Platão centravam-se sobre o indivíduo, “(...) principalmente sobre a alma, que considerava desvinculada da natureza e, portanto, imortal e transcendental” (Braga, *op.cit.*). Ao atribuir tais características

¹³⁵ Platão [c. 427-348 a.C.], *Fedro*, 266b (*apud* Reboul, 2004:19).

¹³⁶ Platão [c. 427-348 a.C.], *Fedro*, 273e (*apud* Reboul, *op.cit.*).

à alma, “(...) Platão defendia que a salvação do indivíduo só poderia ser alcançada quando este compreendesse os reais valores da verdade, da beleza e da bondade, que residiam na matemática e na dialética” (*ibid.*). Esse posicionamento era corroborado pela certeza de que a filosofia, “(...) por permitir superar crenças e opiniões do senso comum, era o método capaz de indicar a distinção entre o verdadeiro e o falso, o caminho para se estabelecer o que devia ser aceito por todos” (*ibid.*).

Dessa forma, em seus estudos, Platão conclui que, “(...) ao se servir da retórica, o injusto se livra do castigo, quando mais valeria ser castigado, visto que a injustiça é o maior mal da alma” (Dayoub, *op.cit.*, p.9). Com isso, a Retórica não possui uma utilidade positiva. Seria positiva, somente se o “pecador fosse o primeiro acusador de si mesmo e de seus familiares, confessando seus delitos e livrando-se, assim, do maior dos males, a injustiça”. Considerando-a um exagerado moralismo, Isócrates não concordou com essa linha de raciocínio, pois, para ele, a retórica “(...) estava apenas orientada para a defesa de qualquer postura, para ganhar eleições e persuadir assembleias” (*ibid.*).

19.2.5. Isócrates e a moralização da Retórica

O surgimento da Retórica veio atender a certas necessidades gregas – técnicas judiciária, de prosa literária, de filosofia, de ensino –, e Isócrates, ao propor uma retórica mais plausível e moral que a dos sofistas, vai conseguir, sozinho, satisfazer tais necessidades (cf. Reboul, 2004:10). Isócrates “(...) chegou a ser o mais influente mestre da Retórica e dirigiu uma escola considerada superior à Academia de Platão. Ambos competiram na formação dos futuros políticos da cidade” (Dayoub, 2004:8). Isócrates moralizou a Retórica, ao afirmar que ela só seria aceitável se estivesse a serviço de uma causa honesta e nobre, não podendo ser censurada pelo mau uso que dela alguns podem fazer (cf. Reboul, *op.cit.*, p.11).

Segundo Isócrates, a palavra é “(...) a única vantagem que a natureza nos deu sobre os animais, tornando-nos assim superiores em todo o resto”¹³⁷. Ou seja, “todas as nossas técnicas, toda a nossa ciência, tudo o que somos devemos à fala”

¹³⁷ *Panegírico*, 48; cf. *A troca*, 253 s., citado por Reboul (2004:12).

(Reboul, *op.cit.*, p.12). Tem-se aqui uma conclusão política: “os gregos, povo da palavra, formam na verdade uma única nação, não pela raça, mas pela língua e pela cultura. Devem, portanto, renunciar às guerras fratricidas e unir-se” (*ibid.*).

Assim como Platão, Isócrates opôs-se aos sofistas, que se vangloriavam de capacitar qualquer pessoa a persuadir qualquer outra. Ele comprova que tal ensino não é onipotente. “Ao seu ver, para ser orador, são necessárias três condições. Para começar, aptidões naturais. Depois, prática constante. Finalmente, ensino sistemático. Prática e ensino podem melhorar o orador, mas não criá-lo” (*ibid.*).

Dentro dos conceitos de Isócrates¹³⁸, “o ensino literário é uma escola de estilo, de pensamento de vida. Idéia bem grega, de que a harmonia é o valor por excelência, que rege a existência tanto quanto rege o discurso. Estamos aqui na origem do humanismo (...)” (*ibid.*, pp.11-12). Isócrates se proclamou antissofista, mas não reivindica o *status* de retor, diz-se “filósofo”. Para ele, “‘filosofia’ é cultura geral, centrada na arte oratória; numa palavra: retórica” (*ibid.*, p.12).

Marrou (*in* Finley, 1998:216) explica que o progresso da civilização grega passou a requerer uma melhor educação. A revolução pedagógica, iniciada pelos sofistas na segunda metade do século V a.C., culminou com as obras e as escolas de Isócrates e Platão. Contudo, de acordo com Marrou (*op.cit.*), a competição entre essas escolas “(...) eventualmente estruturou as duas formas que daí por diante viriam a tomar a alta cultura grega – uma, a oratória; outra, a filosófica”.

Segundo William Grimaldi (*apud* Alexandre Júnior, *in* Aristóteles [384-322 a.C.], 2005:26), tanto Aristóteles como Platão e Isócrates “(...) entendiam a retórica e o seu estudo como a articulação íntima de matéria e forma no discurso; que, para os Gregos, o estudo da retórica era um método de educação e, por conseguinte, uma actividade responsável e não a manipulação fácil da linguagem”.

E aqui é citado o nome do filósofo que iniciará os elementos didáticos que alimentaram os mais diversos manuais clássicos de Retórica (cf. Barthes, *in*

¹³⁸ “Para Isócrates, a palavra é o principal privilégio do homem e seu uso perfeito, a garantia de um pensamento, de uma virtude, de uma civilização, igualmente perfeitos. Bem falar conduz necessariamente a bem pensar, obrigando a procurar e a pesar as idéias, a torná-las precisas pela escolha das palavras, a organizá-las lógica e esteticamente. A retórica fornece, portanto, a chave de todas as disciplinas: a bem dizer, ela abrange todas, assim como reúne em si todas as qualidades humanas” (Aymard e Auboyer, 1955:189-190).

Cohen *et al.*, 1975:155), pois outros pensadores, teóricos e filósofos, mesmo discordando de Aristóteles, “bebem de sua água”.

A obra de Aristóteles é fundamental para a consolidação histórica da retórica, não só porque define e aclara a sua função, mas também porque estabelece as categorias indispensáveis à constituição do sistema retórico. Os tratados retóricos posteriores irão complementar e aperfeiçoar aspectos concretos do esquema de base adotado, assumindo-o como um marco teórico basicamente indestrutível e permanecendo fiéis à sua essência. O esquema simples e prático que Aristóteles desenvolveu acabou assim por se tornar embrionariamente um modelo para os mais ambiciosos e complexos manuais de retórica que foram surgindo ao longo do período helenístico e da época imperial (Alexandre Júnior, *in* Aristóteles [384-322 a.C.], 2005:50-51).

Para Andrade e Medeiros (2001:284), “embora Sócrates e Platão tenham refletido sobre o assunto, é em Aristóteles (*Arte retórica*) que se encontra um estudo rigoroso do discurso, considerando sua estrutura e seu funcionamento”. Segundo os autores, “a retórica aristotélica tem um objetivo e um método para verificar os passos necessários para gerar a persuasão. A ela cabe verificar os mecanismos para que algo alcance a dimensão da verdade”. Diante da importância e da pertinência da Retórica Aristotélica, esta é dissertada com mais profundidade no Capítulo 4. Daqui, a viagem continua, entre a Antiguidade e a Idade Média.

19.2.6.

Cícero e Quintiliano: início do período latino

Durante o Império Romano, a retórica continuou desfrutando de prestígio. Inserida num contexto em que o Império dependia do Direito para sua unificação e em que a prática judicial era prioritária, considerando a influência grega na cultura romana, era natural que os retóricos desempenhassem função importante na sociedade daquela época (Dayoub, 2004:26-27).

“Depois de Isócrates e Aristóteles, a retórica se instala na cultura grega helenística¹³⁹ como disciplina essencial (...)” (Reboul, 2004:71). Circunstância esta que também viria ser assimilada pelos romanos. Mário Curtis Giordani (1991:168) destaca que “(...) a civilização romana, depois de haver vencido a

¹³⁹ “Em sentido amplo, helenismo refere-se à influência que a cultura grega (helênica, de Hellas, ou Grécia) passou a ter no Oriente Próximo (Mediterrâneo oriental: Síria, Egito, Palestina, chegando até a Pérsia e Mesopotâmia) após a morte de Alexandre (323 a.C.) e em consequência de suas conquistas. Como um dos períodos em que se divide tradicionalmente a história da filosofia, o helenismo vai da morte de Aristóteles (322 a.C.) ao fechamento das escolas pagãs de filosofia no Império do Oriente pelo imperador Justiniano (529 d.C.). O período do helenismo é marcado na filosofia pelo desenvolvimento das escolas vinculadas a uma determinada tradição, destacando-se

Grécia pelas armas, curvou-se vencida ante o brilho da cultura helênica (...)”. Nesse movimento, “o filo-helenismo impregna toda a sociedade romana, desde as altas rodas aristocráticas até as camadas servis. Penetra em todos os aspectos da civilização” (*ibid.*, p.169). E, com isso, a Retórica sedimenta sua importância, ramificando sua influência para além do espaço grego.

Nesse período, “Cícero e Quintiliano foram ambos grandes advogados que, em seus livros, ‘teorizaram’ sobre sua prática” (Reboul, *op.cit.*, p.71). Alexandre Júnior (*in* Aristóteles [384-322 a.C.], 2005:51) esclarece que foi a Aristóteles que Cícero e Quintiliano deveram suas inspirações retóricas, mas foi sobretudo com o pragmatismo destes que, complementarmente, se produziu uma sistematização mais sólida e coerente para a retórica daquela época. “Em meados do século II a.C., os retóricos gregos começam a fundar escolas de retórica em Roma, lançando com elas os fundamentos de uma fecundante tradição retórica latina” (*ibid.*). O tratado mais antigo em latim que resultou dessa experiência foi a *Rhetorica ad Herennium*, “(...) obra anônima de 84/83 a.C., ora atribuída a Cícero ora a Cornifício¹⁴⁰”. Nesse tratado, ou manual, é oferecida “(...) uma sistematização exaustiva do fenómeno retórico, pouco se distanciando do paradigma aristotélico, mas proporcionando-nos, por acréscimo, uma síntese dos fenómenos que marcaram a experiência oratória helenística (...)” (*ibid.*), como a incidência na teoria da elocução, por exemplo (cf. *ibid.*).

Olivier Reboul (*op.cit.*, pp.71-72) esclarece que a primeira tarefa da Retórica latina foi traduzir os termos gregos: “Por exemplo, metáfora em Cícero transforma-se em *tralatío*, epidíctico é *demonstrativum*. *Tekhné rhetoriké* será chamada de *ars oratória*, ou *rhetorica*”. E a palavra grega *rhetor* terá ainda duas traduções: “*orator*, que é o executante, o fazedor do discursos, e *rhetor*, que é o professor, geralmente grego” (*ibid.*, p.72).

a Academia de Platão, a escola aristotélica, a escola epicurista, a escola estóica, o ceticismo e o pitagorismo” (Japiassu e Marcondes, 1996:124).

¹⁴⁰ Vide Guy Achard, *Rhétorique à Herennius*, intr. e trad., Paris, Les Belles Lettres, 1989, pp. V-XIV (*apud*, Alexandre Júnior, *in* Aristóteles [384-322 a.C.], 2005:51).

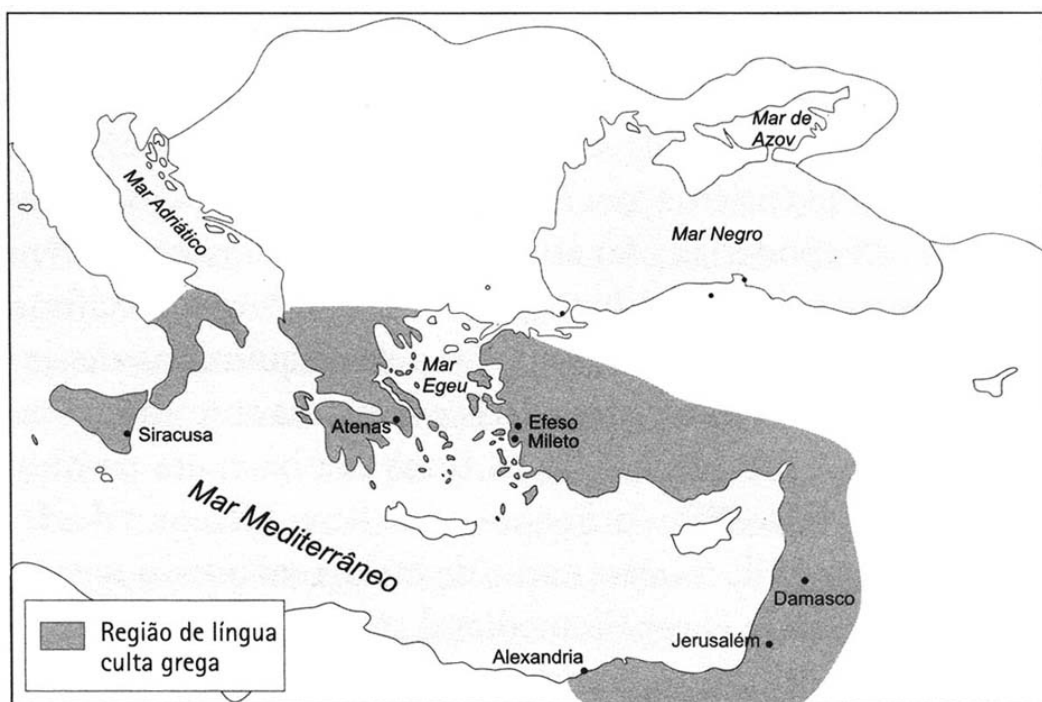


Figura 97 - Mapa do mundo helenístico dos primeiros séculos da era cristã.

O mundo helenístico era constituído por uma vasta região em torno do Mediterrâneo, na qual a língua culta era o grego. Alexandria, cidade ao norte do Egito, tornou-se um dos maiores centros culturais e comerciais desse período, que foi do século II a.C. aos primeiros séculos da era cristã (Braga *et al.*, 2006:71).

“Com Cícero o prestígio da língua e da literatura helênica em Roma atinge o apogeu” (Giordani, *op.cit.*, p.171). Ao contrário de Cícero, Quintiliano era “(...) fundamentalmente um mestre em retórica, um teórico e um historiador desta ‘arte’ (...)” (Barilli, 1985:51). Quintiliano era “(...) um bom professor, sóbrio, não moralizante demais, um espírito ao mesmo tempo classificador e sensível (combinação que quase sempre espantou)” (Barthes, *in* Cohen *et al.*, 1975:159). Sua obra *De institutione oratoria* (Instituição Oratória), provavelmente escrita em 93 d.C., assim como as obras de Cícero, também se constituiu em um admirável tratado de Retórica (cf. Reboul, *op.cit.*, p.71). Quintiliano apresenta a “formação do orador”, como um tratado completo de educação a partir da primeira infância (cf. Reboul, *op.cit.*, p.73). “(...) Abre o campo do ensino retórico, por nele incluir a gramática, como explicação dos textos, e a dialética, como técnica de argumentação” (*ibid.*). Aqui, sinaliza-se a importância de entender como era a *escolaridade retórica*.

19.2.7.**A Retórica no sistema educacional**

Nos últimos séculos antes de nossa era, os retores gregos convergem a Roma. “As primeiras escolas de retórica latina foram abertas no século I A.C.” (Giordani, 1991:175). “A educação para o romano era, antes de tudo, a iniciação progressiva em um modo de vida tradicional” (*ibid.*, p.166). O sistema de ensino funcionava por classificação etária: “como na Grécia, encontramos em Roma três graus sucessivos de ensino correspondendo respectivamente à escola primária, à escola secundária e aos estudos superiores” (Giordani, *op.cit.*, p.171). Na primeira fase, fazia-se a aprendizagem da língua; na segunda, por volta dos sete anos, a criança frequentava o *grammaticus*; na terceira, com aproximadamente 14 anos, o adolescente frequentava o *rhetor* (cf. Barthes, in Cohen *et al*, 1975:159-160).

Giordani (*op.cit.*) explica que “aos sete anos, a criança (*infans*) passava a ser chamada *puer* e ingressava na escola primária. Ali permanecia até os onze ou doze anos”. Quando terminava os estudos elementares, os meninos ingressavam na escola do *grammaticus* (cf. *ibid.*, p.174). “O ensinamento do *grammaticus* visava o aperfeiçoamento da boa linguagem e a explicação dos poetas clássicos (...)” (*ibid.*, p.175).

Roland Barthes (*op.cit.*, p.160) comenta que o *grammaticus* tinha um sentido mais amplo do que o contido no atual termo *gramática*: era o próprio professor de gramática. Nesse nível, a criança recebia aulas de poesia e leitura em voz alta (*lectio*), escrevia redações (como narrações de fábulas e paráfrases de poesias) e tinha lições com um ator (recitação animada) (cf. *ibid.*).

A terceira fase era a etapa do *rhetor*¹⁴¹, quando se aplicava o ensino da Retórica. Barthes (*op.cit.*) coloca que esta deveria começar a ser ensinada bem cedo, ainda na puberdade – o mestre dava provas pessoais de competência. Os dois principais exercícios no *rhetor* eram: narrações – “(...) resumos e análises de argumentos narrativos, de acontecimentos históricos, panegíricos elementares, paralelos, ampliações de lugares-comuns (tese), discursos conforme um plano

¹⁴¹ “O retor (*rhetor* ou *orator*) ocupava, na hierarquia dos valores profissionais e sociais, uma posição mais elevada que a de seus colegas dos graus inferiores de ensino. Seus ensinamentos eram ministrados à sombra dos pórticos do *forum* ou em salas especiais que, sob o Império, foram postas à sua disposição pelo Estado” (Giordani, 1991:175).

estabelecido (*preformata materia*)” – e o exercício do racional *fictício*, que eram as *declamationes* ou discursos sobre casos hipotéticos (cf. *ibid.*).

A finalidade da Retórica ensinada em Roma distinguia-se da Retórica Grega em sua origem. Com minuciosas regras teóricas, os romanos usavam a Retórica como exercício, quando discursos fictícios eram declamados (cf. Aymard e Auboyer, 1993:327). “Essas demonstrações de capacidade oratória eram, via de regra, públicas e entre seus ouvintes se contavam freqüentemente os pais dos alunos entusiasmados por ouvirem os arroubos retóricos dos filhos” (Giordani, *op.cit.*, p.176).

“Nem todos os que concluíam seus estudos elementares ingressavam no ensino secundário. Menor ainda era o número dos que podiam prosseguir os estudos de grau superior” (*ibid.*, p.175). Portanto, na sociedade romana, a Retórica desempenhou papel destacado na formação da elite.

David Wellbery (1998:15) descreve que a ligação da Retórica Clássica com o próprio discurso indica o lugar da Retórica nos sistemas sociais. Lugar este que, com tanta força, institucionalizaram suas doutrinas: “a democracia da cidade-estado e suas versões republicanas, bem como a aristocracia”. Para Wellbery (*op.cit.*), “a hegemonia cultural da retórica como prática do discurso, como doutrina que codifica essa prática e como veículo da memória cultural, está fundamentada nas estruturas sociais do mundo pré-moderno”. Entretanto, no período romano, já se indicavam especulações sobre a hegemonia cultural, devido à importância e influência da Retórica.

Barthes (*op.cit.*, p.165) comenta que, na Idade Média, a “cultura” transforma-se numa taxionomia: uma rede funcional de “artes”¹⁴², isto é, de linguagens sujeitas a regras. Essas “artes” são chamadas de “liberais”, pois não objetivam ganhar dinheiro, diferentemente das *artes mechanicae* – atividades manuais. Na verdade, são linguagens gerais e requintadas. O autor expõe que “as artes liberais ocupam o lugar da ‘cultura geral’ que Platão recusava, em nome e em proveito somente da filosofia” (*ibid.*). Contudo, “na Idade Média, a própria filosofia se rebaixa e passa na cultura geral como uma arte entre outras

¹⁴² A etimologia da época aproxima *arte* de *arctus*, que significa *articulado* (cf. Barthes, Barthes, in Cohen *et al*, 1975:165).

(*Dialectica*). A cultura liberal não prepara mais para a filosofia e sim para a teologia, que reina soberana fora das sete artes do *Septenium*” (*ibid.*).

O *Septenium* consistia no estudo das sete artes liberais e se dividia em dois grupos, o *Trivium*¹⁴³ (do latim, três vias) e o *Quadrivium* (do latim, quatro vias) – (vide Anexo III, subitem 20.3):

O *trivium* e o *quadrivium*, que juntos formavam as *sete artes liberais*, constituem a base do currículo dos cursos introdutórios (*studium generale*) das faculdades de artes (principalmente filosofia), nas universidades medievais. O estabelecimento das artes liberais origina-se da obra de Marciano Capella (séc.V), intitulada *As núpcias de Mercúrio e da filologia*, que é uma espécie de síntese enciclopédica da ciência da época. Posteriormente (séc.VI), Cassiodoro, discípulo de Boécio, desenvolveu e sistematizou esses estudos, definindo as sete artes liberais e dividindo-as em dois grupos: o *trivium*, inicial, constituído pelas “ciências da linguagem”, gramática, retórica e dialética; e o *quadrivium*, consistindo na aritmética, geometria, música e astronomia, e pressupondo a passagem pelo *trivium* (Japiassu e Marcondes, 1996:263-264).

Pode-se inferir que “as sete artes liberais tiveram um papel importante como forma de preservação do saber clássico da Antigüidade greco-romana, durante o período medieval” (Japiassu e Marcondes, *op.cit.*).

Trivium e *quadrivium* constituíram o currículo das artes liberais que a última fase da Antigüidade transmitiria à Idade Média. O termo artes “liberais” é mais romano que helênico: os gregos preferiam falar das artes “racionais/nobres/eruditas”, adjetivos sinônimos que colocavam esses estudos altruísticos em contraste com as artes mecânicas do trabalhador manufatureiro, tão desprezado por sua civilização aristocrática. No período romano, o programa da cultura geral receberia também o nome grego de *enkuklios paidéia*, que, em grego helenístico, significava apenas “educação usual, comum” (Marrou, *in* Finley, 1998:219).

Barthes (*op.cit.*, p.165) expõe que, acrescidas da medicina e da arquitetura¹⁴⁴, na verdade, são nove as Artes Liberais do *Septenium*. Marciano Capella, africano pagão, ilustra a hierarquia do *Septenium* numa alegoria,

¹⁴³ “O *trivium* (...) é uma taxionomia da palavra. Atesta o esforço obstinado da Idade Média para fixar o lugar da palavra no homem, na natureza, na criação. A palavra não é então, como o foi depois, um veículo, um instrumento, a mediação de *outra* coisa (alma, pensamento, paixão). Absorve toda a mente: nada de vivido, nada de psicologia: a palavra não é expressão, mas imediatamente construção. O que há de interessante no *Trivium* é por conseguinte menos o conteúdo de cada disciplina que o jogo das três entre si, ao longo de dez séculos; do V ao XV, a liderança passou de uma a outra arte, de modo que cada fase da Idade Média foi colocada sob o domínio de uma arte. Sucessivamente foi a *Rhetorica* (século V – VII), depois a *Grammatica* (século VIII – X) e finalmente a *Lógica* (século XI – XV) que dominou suas irmãs, relegadas à condição de primas pobres” (Barthes, *in* Cohen *et al*, 1975:166-167).

¹⁴⁴ “As sete artes são divididas em dois grupos desiguais, correspondentes às duas vias (*viae*) da sabedoria. O *Trivium* compreende: *Grammatica*, *Dialectica* e *Rhetorica*; o *Quadrivium* compreende: *Musica*, *Arithmetica*, *Geometria*, *Astronomia* (a medicina será acrescentada só mais tarde). A oposição do *Trivium* e do *Quadrivium* não corresponde à comumente atribuída às letras e ciências. É, antes, a que se atribui aos segredos da palavra e aos da natureza” (Barthes, *op.cit.*, p.166).

As núpcias de Mercúrio e da filologia. Nessa alegoria, a filologia é designada como saber total:

Filologia, a virgem sábia, é prometida a Mercúrio. Recebe como presente de núpcias as sete artes liberais, cada uma apresentada com seus símbolos, sua roupa, sua linguagem. Por exemplo: a *Grammatica* é uma velha senhora que viveu na Ática e traja vestes romanas. Em um pequeno escrínio de marfim, guarda uma faca e uma lima para corrigir as faltas dos filhos. A *Retórica* é uma bela mulher, de vestes ornadas com todas as figuras. Empunha as armas destinadas a ferir os adversários (coexistência da retórica persuasiva e da retórica ornamental) (Barthes, *op.cit.*).

Roland Barthes revela que, ainda no século XII, uma alegoria de Alano de Lille fala do sistema das Sete Artes em sua complexidade:

(...) as sete artes são convocadas a oferecer uma carruagem à *Prudentia*, que procura guiar o homem: a *Grammatica* dá o timão, a *Lógica* (ou *Dialectica*) o eixo, a *Rhetorica* ornamenta; o quadrivium fornece as quatro rodas; os cavalos são os cinco sentidos, ajanzados pela *Ratio*: os cavalos vão em direção aos santos, Maria, Deus. Quando o limite dos poderes humanos é atingido, a *Theologia* substitui a *Prudentia* (a Educação é uma redenção) (Barthes, *op.cit.*, p.166).

19.2.8.

A Retórica e o Cristianismo

Reboul (2004:76) afirma que o ensino da Retórica perdurou durante o Império Romano e sobreviveu em Bizâncio; vigorou tanto sob o Islamismo quanto na Europa medieval, o que significa que não era tão inútil. Porém, um grande problema despontou no fim da Antiguidade: a relação entre a Retórica e a nova religião que surgira, o Cristianismo. Segundo Reboul (*op.cit.*, p.77), certamente, este problema “(...) situa-se em ruptura total com a cultura antiga, cujo ‘cerne’ é constituído pela retórica: cultura pagã, idólatra e imoral, que só poderia afastar a redenção, ‘única coisa necessária’”.

Contudo, os cristãos aceitaram a escola romana e a cultura por ela transmitida: quando o Império de Roma se desmantelou, a Igreja assumiu tal cultura e, com ela, o uso da Retórica. Reboul (*op.cit.*, p.77) explica que isso se deve a duas razões: “a primeira é que a Igreja, em seu papel missionário e em suas polêmicas, não podia prescindir da retórica, muito menos da língua (grega ou latina). Não podia deixar esses meios de persuasão e de comunicação em mãos de adversários”. O segundo motivo é que a “própria Bíblia é profundamente retórica. Não sobejam nela metáforas, alegorias, jogos de palavras, antíteses, argumentações, tanto quanto nos textos gregos, se não mais?” (*ibid.*). Desse

modo, a Retórica recebeu apoio do Cristianismo, podendo legalmente migrar da Antiguidade para o Ocidente Cristão.

Santo Agostinho, em *A Doutrina Cristã*, faz referência à Retórica como arte da palavra, e menciona que esta pode ser usada tanto para o “bem” como para o “mal”: “visto que a arte da palavra possui duplo efeito (o forte poder de persuadir seja para o mal, seja para o bem), por qual razão as pessoas honestas não poriam seu zelo a adquiri-la em vista de se engajar ao serviço da verdade?” (Agostinho [354-430], 2002, *A Doutrina Cristã*, livro IV, cap. 2, 3). Assim, o uso da Retórica foi remodelado, reorientado.

No Livro III da *Doutrina Cristã*, que discute sobre as dificuldades a serem dissipadas nas Escrituras, Agostinho apresenta, no Capítulo 29, uma preocupação sobre a necessidade do conhecimento dos tropos ou figuras de pensamento para o entendimento dos textos sagrados. Também é mencionada a ideia de que *A Doutrina Cristã* não é um tratado de Retórica:

Sabem os literados que nossos autores usaram de todos os modos de expressão chamados pelos gramáticos com a palavra grega “tropos”. Eles os empregaram com maior freqüência do que podem pensar ou crer os que não conhecem as obras literárias, mas que os aprenderam de outra maneira. Contudo, os que estudaram os tropos encontram-nos nos Livros santos e esse conhecimento lhes é de bastante utilidade para o seu entendimento. Mas não me convém, agora, ensiná-los aos ignorantes, para não parecer que estou a lhes ensinar a gramática. Aconselho que aprendam em outro lugar (...). Pois as letras das quais a gramática tirou seu nome – já que os gregos as chamam *gramata* – são signos escritos dos sons que fazemos com a voz articulada ao falar. Ora, encontram-se nos Livros santos não somente exemplos desses tropos, como de todas as outras coisas, como ainda o nome declarado de alguns deles, tais como: alegoria, enigma, parábola (Agostinho, *op.cit.*, livro III, cap. 29, 40).

Esse fragmento da obra de Santo Agostinho elucida como o estatuto da Retórica se manteve latente nesse período do Cristianismo. Sua importância centrava-se na necessidade de entendimento dos discursos ambíguos encontrados nos textos sagrados. Olivier Reboul, então, conclui que o Cristianismo nada tem a ver com o “esvaziamento” da Retórica:

Esta, ao contrário, desenvolveu-se durante toda a Idade Média, tanto na literatura profana quanto na pregação. A partir do Renascimento, voltou aos cânones antigos, e seu ensino constitui o ciclo essencial de toda a escolaridade, tanto entre os protestantes e os jansenistas quanto os jesuítas. No entanto, é nesse período que começa o declínio da retórica. As novas idéias vão dar-lhe o golpe mortal, rompendo o elo entre o argumentativo e o oratório, que lhe davam força e valor (Reboul, *op.cit.*, p.79).

Dayoub (2004:26-27) elucida que “(...) o declínio da retórica teve início, sobretudo, com o predomínio do pensamento cartesiano-positivista-racionalista, fundamentado na doutrina de Descartes – na filosofia e nas ciências ocidentais”.

19.2.9.

Declínio e retomada da Retórica

A corrente retórico-dialética liga-se à retórica grega e latina, à que chama “antiga” em contraposição à retórica “clássica” renascentista, e considera que o mundo grego-latino identificava a retórica com a *arte de persuadir*. Já a corrente retórico-poética liga-se à retórica “clássica”, que exerceu, na Idade Média, no Renascimento e no Barroco, uma influência determinante sobre a poesia, pois, até a metade do século XVIII, a retórica era considerada a *base da arte poética*. O advento do Romantismo, amante da lingüística, levou, por sua vez, ao conhecido lema: “guerra à retórica, paz para a gramática!”, cujos efeitos ainda hoje se fazem notar na linguagem comum (Plebe e Emanuele, 1992:2).

Olivier Reboul (2004:81) explica que são duas as correntes de pensamento que conduziram a Retórica ao seu declínio: o *Positivismo* e o *Romantismo*. O *positivismo* rejeitou a Retórica em nome da verdade científica – “ela [a retórica] será excluída até mesmo de sua última trincheira, a elocução, sendo substituída pela filologia e pela história científica das literaturas” (*ibid.*)¹⁴⁵.

(...) A deposição da retórica coincide com aquele longo e árduo processo histórico que é frequentemente chamado modernização: a substituição de uma organização simbólico-religiosa da vida social e cultural por formas racionalizadas, a mudança gradual de uma estratificação diferenciada para uma sociedade que opera ao longo de eixos funcionais (Wellbery, 1998:15).

Marco Braga (*et al.*, 2004:52) esclarece que a problematização do saber tradicional ganhava cada vez mais força no século XVI e, concomitantemente, a produção cultural sofria alterações, “(...) fosse com a presença de novas representações pictóricas, a partir do advento da perspectiva, fosse com os relatos de descobertas de novas plantas, animais e tipos humanos provenientes de terras que começavam a ser exploradas”.

A tendência anti-retórica da modernização transparece em primeiro lugar no Iluminismo. A característica geral do Iluminismo que se contrapõe à tradição retórica herdada é o desenvolvimento, em vários domínios, de uma forma de

¹⁴⁵ Segundo Reboul (2004:81), “a última obra propriamente retórica na França é de Pierre Fontanier, publicada em 1818 e 1827, que G. Genette reeditará em 1968 com o título *Les figures du discours*, estudo notável, modestamente destinado aos alunos da penúltima série do estudo secundário”.

discurso concebida como neutra, sem posição e transparente. Em parte alguma essa tendência fica mais visível do que no surgimento da ciência, a mais poderosa inovação do mundo pós-renascentista, uma força que tem transformado com rapidez estonteante e com grande exatidão a forma da vida na Europa (...). Desde o início, a ciência se firmava na convenção de uma descrição de coisas naturais (Wellbery, *op.cit.*).

Braga (*op.cit.*) também explica que, nesse contexto, muitos filósofos naturais que se dedicavam a compreender o Universo incorporaram as inovações a seus trabalhos, e o filósofo Francis Bacon foi um exemplo desse processo.

“Francis Bacon trabalhou com o pressuposto de que o homem só avançaria no entendimento a respeito da natureza e atingiria algo novo, se abandonasse as autoridades passadas e o método até então utilizado na construção do conhecimento” (Braga, *op.cit.*). Portanto, a proposta de Bacon para a busca do conhecimento não se restringia a uma simples observação empírica ou aleatória; consistia em experiências embasadas em métodos sistemáticos, além da necessidade de registro, isto é, catalogação das etapas cumpridas para o alcance dos resultados.

Braga (*op.cit.*, p.55) salienta que, na verdade, Francis Bacon explorava um modo experimental de investigar “(...) já utilizado para propor uma reforma da filosofia da natureza, podendo por isso ser considerado o primeiro filósofo natural a clamar pelo método experimental como caminho mais eficaz para se adquirir conhecimento do mundo”.

Em 1620, Bacon publicou uma obra intitulada *Novo organum*¹⁴⁶, em que pretendia criticar e superar a concepção aristotélica da ciência, ao propor um novo método que valorizasse, principalmente, a experimentação (cf. Japiassu e Marcondes, *op.cit.*, p.202). Nessa obra, Bacon descreveu “o que considerava ser

¹⁴⁶ *Órganon* é o “termo aplicado tradicionalmente ao conjunto de obras lógicas de Aristóteles reunidas por Andronico de Rodes (séc. I a.C.). O *Órganon* contém a teoria aristotélica do *método*, ou seja, da estrutura do raciocínio válido da argumentação que encontramos aplicados em toda ciência. Temos assim, nas obras que o compõem, uma teoria do termo e da predicação, e das categorias mais gerais de substância, relação, tempo etc. (*Categorias*); uma teoria da proposição, na medida em que esta é composta de termos, e da afirmação e negação (*Da interpretação*); uma teoria do silogismo, que é constituído de proposições, e da dedução válida (*Primeiros analíticos*); uma teoria do silogismo demonstrativo que constitui o discurso científico (*Segundos analíticos*); uma teoria dos argumentos dialéticos (*Tópicos*); e uma exposição das falácias e sofismas (*Refutações sofísticas*)” (Japiassu e Marcondes, 1996:202).

um método preciso e eficaz de construção da ciência, com indicação dos procedimentos a serem seguidos para estabelecer e interpretar os saberes dos homens a respeito do mundo natural” (Braga, *op.cit.*, p.57). Sobre a relação entre o *Novo organum* de Bacon e a prática da Retórica, Wellbery faz o comentário:

O *Novo organum* de Bacon, um dos textos fundamentais do pensamento científico moderno, ataca de diversas maneiras as práticas da retórica. A crítica do *idoli fori*, os ídolos do mercado, evidencia, em particular, este aspecto do programa de Bacon: sua denúncia das ilusões que contém um discurso que só é medido por seu apelo persuasivo dentro dos contextos mutáveis dos caprichos populares, antagonismos e manobras pelo poder (Wellbery, *op.cit.*).

Braga (*op.cit.*, p.59) ressalta que, assim como Bacon, René Descartes [1596-1650] defendia ser verdadeira uma ciência que fosse útil à humanidade. “Mas apesar do desejo comum de reformar a filosofia natural, Descartes e Bacon apresentaram propostas distintas” (*ibid.*, p.60). Bacon dava prioridade às investigações experimentais e Descartes acreditava que o “(...) conhecimento seguro seria aquele fundamentado no pensamento racional abstrato da matemática, de forma que todas as proporções e teorias estivessem de acordo com o raciocínio da lógica” (*ibid.*).

Segundo Braga (*op.cit.*, p.62), o interesse de Descartes pela matemática “(...) se relacionava ao fato de acreditar que esta disciplina apresentava apenas idéias claras e distintas, uma vez que seus conceitos eram concebidos por todos da mesma forma, independentemente dos sentidos”.

Assim, o conhecimento construído pela humanidade até aquele momento, longe da objetividade da matemática, parecia a Descartes constituir um conjunto muito confuso e caótico, repleto de opiniões diferentes e inseguras. Esse sentimento fez com que defendesse a idéia de que as especulações filosóficas não tinham utilidade prática, não traziam entendimento seguro sobre o Universo e, portanto, não demonstravam ter serventia para os homens (Braga, *op.cit.*).

E aqui, tem-se um dos alicerces do *pensamento positivista*, embasado na influência do método de Descartes. Segundo Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005:1), “(...) a concepção claramente expressa por Descartes, na primeira parte do *Discurso do método*, era a de considerar ‘quase como falso tudo quanto era apenas verossímil’”. Para os autores, foi Descartes que, “(...) fazendo da evidência a marca da razão, não quis considerar racionais senão as demonstrações que, a partir de idéias claras e distintas, estendiam, mercê de provas apodícticas, a evidência dos axiomas a todos os teoremas” (*ibid.*).

Portanto, “(...) Descartes rejeita como inúteis e vazios não só a doutrina e a prática da retórica, mas também o ensino e a poesia como habilidade da retórica”, diz Wellbery (*op.cit.*, p.18). Para o autor, a noção cartesiana “(...) de que o talento e a imaginação poéticos apenas habitam na interioridade do sujeito antecipa em cento e cinquenta anos a eliminação da retórica como base na teoria poética pelo Romantismo” – e, na visão de Wellbery, há um motivo para essa prolepse histórica:

(...) o *cogito* cartesiano inaugurou o discurso filosófico e cultural centrado no sujeito que viria encontrar seu ápice no pensamento romântico (...). Talvez possamos captar aqui a afinidade entre Iluminismo e Romantismo da destruição da retórica. O *cogito*, o fundamento inquebrantável da certeza, gera ao mesmo tempo o sujeito impessoal ou abstrato da ciência e o sujeito criativo, autoformador do Romantismo. Uma vez que essas funções subjetivas tomaram o comando do campo do discurso e da representação, a retórica não pôde mais manter sua predominância cultural. A subjetividade fundadora – seja ela o sujeito enquanto *res cogitans* ou enquanto origem criativa, enquanto personalidade individual única ou enquanto agente livre desinteressado no interior da esfera política – erode as premissas ideológicas da retórica (Wellbery, *op.cit.*, pp.18-19).

Empiristas, como John Locke, também condenaram a Retórica – para eles, qualquer verdade viria da experiência sensível, e os artifícios verbais da Retórica afastavam-se dessa experiência. Locke [1632-1704], em *An essay concerning human understanding* (Ensaio sobre o entendimento humano), versa, no Capítulo X, sobre o *abuso das palavras*:

Uma vez que o espírito e a imaginação encontram um acolhimento mais fácil no mundo do que a verdade nua e crua e o conhecimento real, os discursos figurados e as alusões serão dificilmente admitidos como uma imperfeição ou abuso da linguagem. Confesso que nos discursos onde procuramos mais prazer e deleite do que informação e aperfeiçoamento, quase não se pode passar por erros estas espécies de ornamentos que pedimos emprestados às figuras. Contudo, se queremos falar das coisas como elas são, devemos reconhecer que toda arte retórica, exceptuando a ordem e a clareza, toda aplicação artificial e figurada das palavras, que a eloquência inventou, não servem para outra coisa senão para insinuar ideias erradas, mover paixões e, por esse meio, enganar o bom senso; e assim, são de facto perfeitas fraudes (Locke, [1690] 1999, X, 34).

A passagem da obra de Locke deixa explícita sua reprovação da Retórica. A dura crítica enquadra a Retórica como “arte falaciosa”. Para Locke, toda vez que se pretender informar e instruir, o discurso retórico deve ser, indubitavelmente, evitado:

Por conseguinte, por mais louvável ou admissível que a oratória as torne, nos discursos populares, está fora de dúvida que devem ser absolutamente evitadas em todos os discursos que pretendem informar ou instruir; e todas as vezes que se trate da verdade e do conhecimento, não podem deixar de ser consideradas como um grande erro, quer da linguagem, quer da pessoa que delas se serve. Será inútil dizer

quais são e quantas espécies há; os livros de retórica que abundam no mundo instruirão aqueles que querem ser informados. Somente não posso deixar de observar quão pouco é o interesse dos homens pela conservação e aperfeiçoamento da verdade e do conhecimento, pois as artes falaciosas são favorecidas e preferidas. É evidente que os homens gostam muito de enganar e ser enganados, uma vez que a retórica, esse poderoso instrumento de erro e engano, tem os seus professores instituídos, é ensinada publicamente e tem gozado sempre de uma grande reputação. E não duvido que será julgado como grande ousadia, para não dizer brutalidade, da minha parte, ter dito isto contra esta arte. A eloquência, como o belo sexo, tem encantos muito poderosos para permitir que se fale contra ela. É em vão que se descobre o erro dessas artes enganosas pelas quais os homens têm prazer em ser enganados (Locke, *op.cit.*).

Japiassu e Marcondes (1996:165) explicam que a obra de Locke é uma reação à doutrina das ideias inatas de Descartes: “ao descrever a formação de nossas idéias, Locke mostra que todas elas têm por fonte a experiência. Ele defende o empirismo contra o racionalismo cartesiano. O essencial de sua doutrina é sua teoria do conhecimento” (*ibid.*). Reboul (*op.cit.*, p.81) ressalta que Locke é mais severo que Descartes, pois faz da Retórica a arte da mentira: “Descartes situa a verdade na evidência das idéias claras e distintas; Locke, na experiência dos sentidos. Mas ambos vêem a retórica como um anteparo artificial entre o espírito e a verdade”. Descartes toma a atitude de considerar não como verdadeiro, mas como *falso*, tudo o que só é verossímil – sua filosofia se apresenta como um encadeamento de evidências, análogas a uma demonstração matemática (cf. *ibid.*, p.80). Observa-se, então, que tanto Descartes como Locke desconfiavam da linguagem – esta só é válida como um “(...) veículo neutro de uma verdade independente dela, de uma verdade que nada tem a ver com as controvérsias da dialética” – assim, “a retórica não pode mais ter pretensões a *invenção* alguma” (*ibid.*).

O Romantismo foi outro momento que também desencadeou o desmantelamento da Retórica, como expõe Wellberry:

O que o Iluminismo realizou nos domínios do discurso teórico e prático, o Romantismo alcançou no domínio estético. Somente com o Romantismo a retórica foi final e completamente retirada do reino da expressão e da imaginação. Na verdade, a própria frase – “expressão da imaginação” – revela o impacto da revelação romântica. Antes das últimas décadas do século XVIII, o conceito de literatura cobria praticamente toda a escrita; o alcance de sua aplicação tornava-se possível em função da unidade que ligava toda doutrina retórica, que dominava toda produção verbal. Com o Romantismo, entretanto, surgiu o conceito de literatura que ainda hoje dá forma à organização das disciplinas dentro da universidade. A literatura tornou-se literatura imaginativa, um campo autônomo do discurso, dotado de leis e história internas únicas. Em outras palavras, o Romantismo instalou o paradigma para a produção, interpretação e historiografia

pós-retóricas da literatura e, nesse sentido, acarretou a segunda morte da retórica (Wellberry, *op.cit.*, p.22).

O Romantismo rejeitou a Retórica em nome da sinceridade (cf. Reboul, *op.cit.*). Mesmo assim, a Retórica constituiu “(...) uma das bases da cultura ocidental, na educação e na prática, mesmo quando essa cultura abandonou a primazia do latim pelas línguas vivas nacionais” (Marrou, *in* Finley, 1998:226). “Nos fins do Século XIX e começos do Século XX, a Retórica se vê abolida dos currículos escolares” (Tringali, 1988:196). Em 1885, que a Retórica desapareceu de fato do ensino francês, substituída pela “história das literaturas grega, latina e francesa” (cf. Reboul, *op.cit.*). Sobre esse aspecto Marrou faz o comentário:

Em francês, a palavra *rhétorique* eventualmente designava o último ano da instrução secundária antes de os alunos serem iniciados na filosofia, e, por toda a Europa, o ensino da retórica manteve-se fiel aos princípios formulados por Górgias, Isócrates e Aristóteles. Não desapareceu das escolas até época relativamente recente, sendo que, na França, desapareceu em 1885 (Marrou, *op.cit.*).

Da “pauperização” da Retórica até o seu declínio, uma ponte da Antiguidade ao Romantismo é edificada com o seguinte trecho de Chaïm Perelman:

Para examinar o crescente descrédito da retórica, evocou-se a mudança de regime no final da Antiguidade, quando as assembleias deliberantes perderam todo o poder político e até judiciário, em proveito do imperador e dos funcionários por ele nomeados. A cristianização subsequente do mundo ocidental deu origem à idéia de que, sendo Deus a fonte do verdadeiro e a norma de todos os valores, basta confiar no magistério da Igreja para conhecer, em todas as matérias salutaras, o sentido e o alcance de sua revelação. A retórica e a filosofia são, nessa perspectiva, subordinadas à teologia, e se, graças a um melhor conhecimento dos textos de Platão e de Aristóteles, o filósofo procurou emancipar-se da tutela dos teólogos, a retórica ficou sendo essencialmente, na Idade Média, a arte de apresentar verdades e valores já estabelecidos. A idéia de que, em qualquer matéria, Deus conhece a verdade e a única tarefa dos homens é descobri-la, serviu para condenar, como pertencentes à opinião, as teses controvertidas; cumpre descartar, porque fundamentadas em preconceitos, as paixões e a imaginação, indignas por conseguinte de serem consideradas científicas, as teses que não se impõem a todos por sua evidência. Se dois homens defendem, sobre uma mesma questão, duas teses opostas, pelo menos um deles é desarrazoado, pois necessariamente se engana: todo desacordo é sinal de erro e prova de falta de seriedade. Tanto o racionalismo como o empirismo, que dominaram a filosofia moderna, não podem, nessa perspectiva, conceder nenhum espaço à retórica, a não ser como técnica de apresentação e de formalização de idéias. Finalmente o romantismo, em nome da sinceridade e da espontaneidade, exigidas de todo artista digno desse nome, que deve compor com a mesma naturalidade com que os pássaros cantam, rejeitou a retórica como técnica de composição e de ornamentação estilística, papel ao qual fora progressivamente reduzida já no final do século XVII (Perelman, 1997:179).

Dayoub comenta que, durante os séculos, o dismantelamento da Retórica também foi ocasionado por ter-se reduzido a apenas uma espécie de ornamento do discurso, “arte de enfeitar”, e a uma modalidade de classificação de figuras:

Nesse longo período, portanto, a retórica se concentrou no estudo das figuras em um corpo literário – apenas figura de estilo, separadas da intenção persuasiva no uso da linguagem –, e permaneceu limitada à elocução, com finalidade de produzir a ornamentação lingüística constituída pelas figuras e pelos tropos (Dayoub, 2004:33).

Paul Ricoeur também acredita que este tenha sido um dos fatores para o “fenecimento” da Retórica. Ricoeur reconhece que a Retórica transformou-se numa disciplina errática e fútil que feneceu quando o gosto de classificar as figuras, ou tropos, excedeu inteiramente o sentido filosófico:

Uma das causas da morte da retórica está aí: ao reduzir-se a uma das suas partes, a retórica perdeu ao mesmo tempo o *nexus* que a vinculava à filosofia por meio da dialética; perda dessa ligação, tornou-se a retórica uma disciplina errática e fútil. A retórica morreu quando o gosto de classificar as figuras excedeu inteiramente o sentido filosófico que animava o vasto império retórico, que mantinha unidas suas partes e vinculava o todo ao *Organon* e à filosofia primeira (Ricoeur, 2005:18).

No entanto, Reboul (*op.cit.*, p.82) alerta que, na verdade, a Retórica não falecera, apenas tivera uma “falsa saída de cena”. Nos anos 1960, ela volta renovada, bem diferente daquela que substituiu, sob o título de Nova Retórica:

(...) falsa saída de cena. Pois se a retórica perdeu o nome nem por isso morreu. Não só sobrevive, como se viu, no ensino literário, nos discursos jurídicos e políticos, como também vai renovar-se com a comunicação de massa, própria do século XX. Finalmente, a partir dos anos 60 aparece na França e na Europa uma nova retórica, que logo conhecerá imenso sucesso. A palavra não dá mais medo (Reboul, *op.cit.*).

De acordo com Dayoub (*op.cit.*, p.35), considerando a importância conferida à filosofia da linguagem e à filosofia dos valores, estudiosos modernos e filósofos começaram a perceber a retórica tradicional como digna de estudos. “Eles queriam compreender, de forma racional, o efeito que a persuasão – e todo seu aspecto formal – causaria no comportamento do indivíduo” (*ibid.*). Por exemplo, em meados do século XX, McLuhan estudou os meios eletrônicos de comunicação e vislumbrou a Aldeia Global (cf. Miller, 1973). A comunicação massificada abre terreno para que novas formas de discurso sejam semeadas; assim, o uso e o entendimento da Retórica retomam o fôlego. Aqui, são vislumbradas novas possibilidades de análise da capacidade persuasiva que é inerente à Retórica.

Nessa direção, Chaïm Perelman, com a colaboração de Lucie Olbrechts-Tyteca, desenvolveu uma nova concepção: o *Tratado da argumentação: a nova retórica* (vide Capítulo 5). O Tratado auxiliou no rompimento da tradição cartesiano-positivista de rejeição à prática retórica. Nessa “Nova Retórica”, um papel especial foi atribuído às figuras. Perelman considerou que estas são revestidas de força argumentativa.

A atividade da Retórica é então expandida, renovada. Como salienta Reboul (*op.cit.*, 82), ela vai anexando, à sua vontade, todas as formas modernas do discurso persuasivo, apoderando-se inclusive de todas as espécies de produções não verbais. Vem novamente à lembrança a assertiva de Jacques Aumont (2002:254): “em grande parte, a retórica da imagem continua por fazer”. Assim, “se hoje está em construção uma retórica voltada à imagem, é porque esse estudo, desde meados do século XX, toma um novo rumo, influenciado pela atuação das mídias de massa” (Almeida Junior e Nojima, 2007b).

19.3.

Apêndice III - Projeções para futuras pesquisas

A partir do levantamento e interpretação do referencial teórico, dos resultados do caso exemplar e das análises de conteúdo dos questionários e dos pressupostos balizadores para uma Retórica do Design Gráfico, são vislumbradas três possibilidades transversais de desdobramento de pesquisa, conforme visto a seguir.

19.3.1.

Gradações da retoricidade

No Capítulo 12, ao se falar sobre a “elevação do grau de retoricidade” em um discurso, fez-se uma comparação com os níveis das categorias sígnicas (primeiridade, secundidade e terceiridade), seguindo as lições da Semiótica Peirceana. Concluiu-se sobre a possibilidade de haver também gradações, níveis de retoricidade, que permitam vislumbrar o quão um discurso tende a ser mais retórico, voltado à persuasão ou à argumentação, ou estilístico, isto é, mero ornamento.

A proposta de desdobramento para análise é o estudo dessas possibilidades de graus, de níveis. Ou seja, como uma gradação sobre a retoricidade pode ser nomeada, definida, para assim identificarmos o quão retórico um discurso possa ser.

19.3.2. Design, Retórica e especificidades

No Capítulo 2 e no Apêndice II, subitem 19.2.9, ressalta-se que no século XX o campo de atividade da Retórica é expandido. É citado Reboul (2004:77) quando coloca que a Retórica, em um determinado momento, *vai anexando, como lhe cabe, todas as formas modernas do discurso persuasivo*. E, assim, a Retórica, “não contente com reivindicar todo o campo do discurso, vai bem além, pois se apodera de todas as espécies de produções não verbais” (*ibid.*).

Observa-se a atuação da Retórica permeando os mais variados tipos de discursos que visam a persuasão. O propósito desta Tese foi evidenciar, particularmente, as amplitudes e implicações da Retórica do Design Gráfico. Entende-se, porém, que Design Gráfico é uma área que se enquadra numa área de conhecimento anterior, mais abrangente, que é o próprio Design. Nesse sentido, obviamente, para se vislumbrar uma Retórica do Design Gráfico, é notório que exista antes uma Retórica do Design.

Entretanto, compreende-se que, ao se considerar simplesmente a Retórica do Design, como objeto de pesquisa, pode ocorrer numa miopia analítica, pois, o Design, por si só, levando em conta suas características interdisciplinares, carrega especificidades, por isso tem-se Design de Moda, Design de Produto, Design Instrucional, etc., sendo que cada qual, ao seu modo, reitera sua própria Retórica. Dentre tantas formas variantes, optou-se por evidenciar a Retórica do Design Gráfico. Contudo, a partir desta Tese, na mesma direção da Retórica ora evidenciada, vislumbra-se que há um arcabouço teórico e metodológico inicial suficiente para o desenvolvimento do estudo de uma Retórica ainda mais específica, que, oscilando entre os *status* de imagem e texto, permeia todas as subáreas do campo do Design: a Retórica da Tipografia.

19.3.3.

O lugar da Metáfora no Design?

Como suscitado no Capítulo 5, Umberto Eco (*in* Eco *etal.*, 1994:200) considera que falar da metáfora é falar da atividade retórica em toda a sua complexidade¹⁴⁷. A ideia exposta por Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005:453), no *Tratado da argumentação*, de que a metáfora é o *tropo* por excelência, é aqui novamente compartilhada quando Eco afirma que é a partir da metáfora que se fundam tantos outros tropos.

Finalmente, se apenas se entende por metáfora tudo aquilo que dela foi predicado ao longo dos séculos, torna-se claro que tratar a metáfora significa no mínimo tratar também (e a lista está incompleta): símbolos, ideograma, modelo, arquétipo, sonho, desejo, delírio, rito, mito, magia, criatividade, paradigma, ícone, representação – e também, como é óbvio, linguagem, signo, significado, sentido (Eco, *op.cit.*).

Segundo a conjectura de Eco, os discursos sobre a metáfora movem-se em torno de duas grandes opções: concebê-la como um fenômeno *fundante* (*physis*) ou como um fenômeno *fundado* (*nomos*). Como observa o autor, esta é uma oposição clássica entre analogia e anomalia, motivação e arbitrariedade (cf. *ibid*, p.201):

- Como fundante, a metáfora é um fenômeno constitutivo e nuclear. Considera-se que “a linguagem é por natureza, e originalmente, metafórica, o mecanismo da metáfora funda a actividade linguística e toda a regra ou convenção posterior nasce para reduzir e disciplinar (e empobrecer) a riqueza metafórica que define o homem como animal simbólico” (*ibid.*, p.201).
- Como fenômeno fundado, a metáfora é derivativa, periférica. Nessa opção, a língua, ou qualquer outro sistema semiótico, é um mecanismo convencionalizado regido por regras, uma “(...) máquina previsional que diz que frases se podem gerar e que frases se não podem gerar, e quais das que se podem gerar são ‘boas’ ou ‘correctas’, ou dotadas de sentido, e desta máquina a metáfora é a

¹⁴⁷ Esta proposta de desdobramento de pesquisa, apresentada no subitem 19.3.3, é oriunda de parte do texto desenvolvido para a Monografia “Design Gráfico e Retórica: abordagens e reflexões sobre processos de significação”, apresentada como requisito de avaliação final, em 2006.2, para a disciplina LET 2240 – Tópicos em teoria linguística (“Teorias da Metáfora”), ministrada pela Profa. Dra. Helena Martins (cf. Almeida Junior, 2006).

avaria, o sobressalto, o resultado inexplicável e ao mesmo tempo o motor da renovação (*ibid.*)”.

Em geral, no fenômeno *fundante* da metáfora, o *próprio* é uma construção humana e a linguagem demonstra-se antirrepresentacionista; por outro lado, no fenômeno *fundado*, há uma *metafísica do próprio* que “tende” a se associar a uma perspectiva de linguagem representacionista, que aposta na ideia de significantes alinhados objetivamente a significados. Ao domínio dessas hipóteses, entre *fundante* e *fundado*, Eco levanta os seguintes questionamentos:

Se a metáfora funda a linguagem, não se pode falar da metáfora senão metaforicamente. Toda definição da metáfora não poderá então ser senão circular. Se, pelo contrário, existe primeiro uma teoria da língua que prescreve os seus resultados ‘literais’, e desta teoria a metáfora é escândalo (ou deste sistema de normas é violação), então a metalinguagem teórica deve falar de alguma coisa para cuja definição não foi construída. Uma teoria ‘denotativa’ da língua pode indicar os casos em que a língua é usada incorrectamente e, contudo, *parece dizer alguma coisa*: mas atrapalha-se se tiver que coisa e porquê. Chega, por conseguinte, a definições tautológicas do tipo: “Tem-se metáfora todas as vezes que acontece algo de inexplicável que os utentes da língua advertem como metáfora” (Eco, *op.cit.*).

Esses questionamentos sinalizam o ponto em que, historicamente, expandem-se os mais diversos discursos teóricos sobre o lugar da metáfora na linguagem, na semiótica, na filosofia, nas práticas humanas de uma forma geral. De todo modo, Eco assinala que, mesmo a “metáfora” sendo tão explorada através dos tempos, quando os dicionários correntes tentam defini-la, estes ficam usualmente atrapalhados:

“Transferência do nome de um objecto a outro objecto por relação de analogia” (mas a relação de analogia é precisamente a relação metafórica); “Substituição de um termo próprio por um termo figurado (sendo a metáfora espécie do género figura, define-se a metáfora como uma sinédoque); “Similitude abreviada...” Estamos sempre nas definições clássicas (...); e para o resto têm-se nos melhores casos tipologias dos vários tipos de substituição, de animado a inanimado, de inanimado a animado, de animado a animado e de inanimado a inanimado, quer em sentido físico quer em sentido moral; ou substituições praticadas sobre o nome, o adjectivo, o verbo, o advérbio (...) (Eco, *op.cit.*, p.206).

Umberto Eco (*op.cit.*, p.201) expõe ainda que, ao delinear uma reflexão, considerando sobretudo os percursos históricos, “(...) depressa nos damos conta de que dos milhares e milhares de páginas escritas sobre metáfora, poucas acrescentam alguma coisa aos dois ou três conceitos fundamentais enunciados por Aristóteles”. Para Eco (*op.cit.*, p.207), da definição aristotélica dependem, ainda que de diferentes formas, todas as teorias sucessivas sobre a metáfora, até os nossos dias. “Aristóteles aborda pela primeira vez o tema metáfora na

Poética (...). Para animar a linguagem podem usar-se, a par das palavras comuns artificialmente, as alongadas, abreviadas, alteradas (na *Retórica* se analisarão muitos destes jogos verbais, verdadeiros *calembours*) e, enfim, as metáforas” (Eco, *op.cit.*, p.207). Na *Poética*, Aristóteles se refere a quatro tipos de metáfora, enquanto que, na *Retórica*, considera apenas a metáfora como analogia (cf. Alexandre Júnior, in Aristóteles [384-322 a.C.], 2005:47). Segundo Aristóteles ([384-322 a.C.] 2004, *Poética*, XXI), a “metáfora é a transferência do nome de uma coisa para outra, ou do gênero para a espécie, ou da espécie para o gênero, ou de uma espécie para outra, ou por analogia” (vide item 4.3).

Sobre as definições aristotélicas de metáfora, Paul Ricoeur, em *Metáfora viva*, ressalta alguns *traços*, ora resumidamente apresentados:

O primeiro traço coloca que a metáfora é algo que acontece no nome:

[ao vincular] (...) a metáfora ao nome ou à palavra e não ao discurso, Aristóteles orienta por vários séculos a história poética e retórica da metáfora. A teoria dos tropos – ou figuras de palavras – está contida *in nuce* na definição de Aristóteles. Esse confinamento da metáfora entre as *figuras de palavras* será, certamente, a ocasião de um refinamento extremo da taxionomia (Ricoeur, 2005:29).

O segundo traço expõe que a metáfora é definida em termos de movimento:

“a *epiphora* de uma palavra é descrita com uma sorte de deslocamento de... para...” (*ibid.*, p.30). Para Ricoeur (*op.cit.*, pp.30-31), “(...) pode-se dizer que a epífora é um processo que afeta o núcleo semântico não somente do nome e do verbo, mas de todas as entidades da linguagem portadoras de sentido, e que esse processo designa a mudança de significação enquanto tal”. Segundo o autor, a noção de epífora traz consigo uma *informação* e uma *perplexidade*. A informação, em Aristóteles, aplica-se a toda transposição de termos: “sua análise prepara, assim, uma reflexão global sobre a *figura enquanto tal*. Pode-se deplorar, em relação à clareza do glossário, que ao mesmo termo designe tanto o gênero (o fenômeno de transposição, isto é, a *figura enquanto tal*) como uma espécie (o que se denominará mais tarde o *tropo da semelhança*)” (*ibid.*, p.30). Sobre a perplexidade, é salientada a natureza indivisível da epífora:

Para explicar a metáfora, Aristóteles cria uma metáfora, emprestada à ordem do movimento: a *phora*, sabe-se, é uma espécie de mudança segundo o lugar. Mas ao dizer que a própria palavra metáfora é metafórica, na medida em que é emprestada a outra ordem que não a da linguagem, (...) supomos com ela que: 1) a metáfora é um empréstimo; 2) que o sentido emprestado opõe-se ao sentido próprio, isto é, pertencente originariamente a certas palavras; 3) que se recorre a metáforas para preencher um vazio semântico; 4) que a palavra emprestada toma o lugar da palavra própria ausente se esta existe (Ricoeur, *op.cit.*, p.31).

Segundo Ricoeur (*op.cit.*), “ao pretender-se não presumir a teoria da metáfora ao denominar a metáfora como epífora, percebe-se imediatamente que não é possível falar não metaforicamente (no sentido implicado pela noção de empréstimo) da metáfora e, logo, que a definição de metáfora é recorrente”. Em *O processo metafórico como cognição, imaginação e sentimento*, Ricoeur (*in* Sacks, 1992:146) lança a seguinte pergunta: “mas não é a própria palavra ‘metáfora’ uma metáfora em si mesma, a metáfora de um desvio e portanto uma transferência em uma forma de espaço?”

O terceiro traço diz-nos que “a metáfora é a transição de um nome que Aristóteles denomina (*allotrios*) (...)” (Ricoeur, 2005:32), ou seja, *que... designa uma outra coisa, pertence a algo diferente*; nesse caso, de acordo com Ricoeur, a metáfora é definida em termos de desvio: “(...) por isso o emprego metafórico aproxima-se do emprego de termos raros, ornados, inventados, alongados ou abreviados (...)” (*ibid.*). Paul Ricoeur (*op.cit.*, p.37) conclui que “(...) a idéia de *allotrios* tende a aproximar três idéias distintas: a idéia de *desvio* em relação ao uso ordinário, a idéia de *empréstimo* a um domínio de origem, e a de *substituição* em relação a uma palavra comum ausente mas disponível”.

O quarto traço aborda que *uma tipologia da metáfora é esboçada na continuidade da definição*: para Aristóteles, a transferência “(...) vai do gênero à espécie, da espécie ao gênero, da espécie à espécie, ou se faz a analogia (ou a proporção)” (*ibid.*, p.38). Ricoeur (*op.cit.*) destaca que uma enumeração e um desdobramento do domínio da epífora serão esboçados, conduzindo “(...) a retórica posterior a não denominar metáfora senão uma figura aparentada à quarta espécie definida por Aristóteles, a única que faz expressamente referência à semelhança: o quarto termo comporta-se em relação ao terceiro da mesma maneira que o segundo em relação ao primeiro” (*ibid.*) – como é verificado no exemplo aristotélico “a velhice é para a vida o que a tarde é para o dia” (vide quadro 8, no item 4.3).

“A metáfora por analogia ou por proporção é uma metáfora com quatro termos” (Eco, *op.cit.*, p.212). Nela, *A* está para *B*, assim como *C* está para *D*: “a velhice está para a vida como o ocaso está para o dia, e portanto poder-se-á definir a velhice como /o ocaso da vida/ e a noite como /a velhice do dia/” (*ibid.*). Segundo Eco, “esta definição sempre pareceu soberba pela sua concisão e clareza.

E de facto é-o, e a idéia de encontrar uma espécie de função proposicional infinitamente preenchível para todos os casos de metáfora deste quarto tipo representou certamente um golpe de génio” (*ibid.*). Umberto Eco atribui essa genialidade ao fato de que a fórmula proposicional desenvolvida por Aristóteles “(...) permite representar também os casos de catacrese em sentido estrito, onde o metaforizante está para um termo metaforizado que, lexicalmente falando, não existe: $A/B = C/x$ ”.

Considerando, especialmente, os preceitos de analogia ora dissertados, seria o Design um ambiente profícuo à manifestação da Metáfora ou o Design já seria, por ele mesmo, uma recorrência metafórica? Colocar esta pergunta em pauta é como *mexer num vespeiro*, principalmente porque o Design, por suas características interdisciplinares, não encontra uma teoria e/ou uma metodologia própria(s), estabelecida(s) com total notoriedade. Design é arte? É ciência? É técnica ou tecnologia? Qual é seu campo teórico de atuação? Qual é seu objeto? O ser humano ou a cultura material? Nesse caso, encontrar-se-ia, então, uma interface antropológica do Design? São perguntas que, epistemologicamente, continuam em aberto desde sua “institucionalização”, como atividade, na Revolução Industrial¹⁴⁸ (vide ainda item 3.1).

É portanto o Design, em forma de objetos/produtos, um meio pelo qual uma idealização do pensamento humano se faz perceptível. Essa idealização transfere-se e estabiliza-se em algum corpo manipulável, palpável. Vê-se aqui uma passagem de significados, de similitudes: o que antes permanecia somente no

¹⁴⁸ Gillo Dorfles (1989?:12) entende que “(...) enquanto já no passado existiam produtos criados manualmente, ou só parcialmente com intervenções mecânicas (cerâmica, vidro), destinados a fins práticos e utilitários e dotados de qualidades estéticas (utensílios, armas, instrumentos pré-históricos, alfais, etc.), e outros numerosos elementos modulares, parcialmente ou até totalmente padronizados, só nos nossos dias, ou seja, depois da aventura da revolução industrial, se efetuou a produção de objetos, de linhas, de modelos, de maneira a serem produzidos em série e de modo a preencherem, além de uma função prático-utilitária, uma função estética. (...) Pelo que poderemos concluir que o que se exige para poder considerar que um objecto pertence ao desenho industrial é: 1) a sua fabricação é em série; 2) a sua produção mecânica; 3) a presença nele de um quociente estético, devido ao facto de ter sido inicialmente projetado e não uma sucessiva intervenção manual. Eis por que razão não é lícito pensar em desenho industrial em relação aos objetos pertencentes a épocas anteriores à revolução industrial; e ainda menos em relação àqueles (utensílios, móveis, adereços) provenientes da antiguidade e mesmo da pré-história”. Atualmente, o desenho industrial é parte de um conceito mais amplo, o Design. No entanto, considerar a Revolução Industrial como um marco histórico para a atividade do Design, continua sendo pertinente.

domínio do pensamento, agora se corporifica em algo sensível, visível, sinestésico. Nesse processo, elementos de semelhança são apreciados e “emprestados”. Na transição do domínio da imagem mental para o domínio das representações visuais¹⁴⁹, a transgressão, o enigma, a surpresa fazem-se presentes. Tempo e espaço são transgredidos nessa relação semiótica entre sonho e realidade que, por sua vez, promove o enigma, a surpresa. Assim, considerando as dimensões semântica, sintática e pragmática¹⁵⁰, o que antes era imaterial, fantasia, imaginação, após uma relação de “presentificação” sígnica, materializa-se num objeto do Design¹⁵¹. Nessa ação semiótica, formada por uma “cadeia de associações”, prevalece, sobretudo, a ideia de “transporte” dos sentidos, de “movimentos” de uma analogia, de um ponto de origem a um outro de destino, como o acontecimento da metáfora. Seguindo a inerência desses aspectos, seria o Design, por natureza, uma forma de Metáfora?

Com produtos podemos ter comunicação e a combinação de diversos produtos individuais conduz a um mix de comunicação que pode ser visto como uma construção de significado (conotação), que pode ser interpretado (denotado) por diversos grupos sociais, de forma diferente. Isto descreve de forma precisa o procedimento atual no design, onde o princípio das “capacidades de conexões” tem papel importante (Bürdek, 2006:290).

Bürdek (*op.cit.*, p.335) expõe que, na década de 1980, Friedländer procurou provar com o uso de “*metáforas*” que os produtos do Design “(...) não deveriam ser apenas portadores de funções práticas, mas que as funções simbólicas neles ganhassem em significado”. As metáforas, para Friedländer, teriam três origens:

¹⁴⁹ Vide Santaella e Nöth, citados no subitem 3.6. Para os autores, o mundo das imagens se divide entre dois domínios: o primeiro é o domínio das representações visuais e o segundo é o domínio imaterial das imagens em nossa mente.

¹⁵⁰ Charles Morris (1970), na obra *Fundamentos da teoria dos signos*, a partir dos três correlatos, tomados em Peirce – veículo do signo (o que atua como signo), *designatum* (aquilo a que o signo se refere) e interpretante (efeito em algum intérprete) – derivou as três dimensões da semiose: a sintática, a semântica e a pragmática.

¹⁵¹ Lucy Niemeyer (2003:46-50) explica a aplicação das dimensões delineadas por Morris aos produtos de design: “a dimensão sintática abrange a estrutura do produto e o seu funcionamento. A estrutura consiste das partes e do modo como elas estão conectadas umas às outras. A sintaxe de um produto pode ser ilustrada por desenhos técnicos e modelos. A dimensão sintática inclui tanto a análise da construção técnica do produto quanto à análise de detalhes visuais como juntas, aberturas, orifícios, superposições, texturas, desenhos e cores”. “A dimensão pragmática de um produto é analisada sob um outro ponto de vista de seu uso – por exemplo, de um ponto de vista ergonômico ou sociológico (quem usa o produto, em que tipo de situação o produto é usado). Em um sentido amplo, a dimensão pragmática inclui todo um ciclo de vida, desde a sala do projeto do designer à lixeira”. “As qualidades expressiva e representacional de um produto são os aspectos centrais da dimensão semântica. A dimensão semântica agrega aspectos de referência à dimensão sintática e à material, seus descritores. O que o produto representa? Como o objetivo do produto é expresso ou representado? A que ambiente o produto parece pertencer?”

“a metáfora histórica, que nos lembra objetos antigos”; “a metáfora técnica, que inclui elementos da ciência e da tecnologia”; e “a metáfora natural, onde formas, movimentos ou acontecimentos da natureza se manifestam” (*ibid.*). Segundo Bürdek (*op.cit.*), “destas reflexões resultaram os primeiros exemplos conhecidos como projetos de configuração chamados de metafóricos ou sensorial-expressionistas”. Bürdek (*op.cit.*, p.337) ainda explica que o método daí derivado chama-se “transferência semântica” – “como exercício de configuração são traduzidas palavras em formas e em cada tempo interpretadas” (*ibid.*). Essa *transferência semântica* nos remete à linguagem empregada na concepção de um determinado produto, seja ele gráfico ou não. Para Bürdek (*op.cit.*, p.321), “(...) a linguagem dos produtos não é um fim em si mesmo e sim um fundamental argumento no processo de desenvolvimento do produto”. A linguagem dos produtos pode ser vista, nesse caso, “como ferramenta estratégica, que pode influenciar e precisar a expressão de um produto, de maneira a influenciar a relação ou aceitação pelo usuário, de forma muito mais precisa” (*ibid.*).

Apenas como um exemplo reduzido, listam-se, a seguir, algumas indicações que orientam a transição dos produtos mecânicos para os produtos elétricos ou eletrônicos. São indicações que exemplificam a “(...) ligação da linguagem e sua visualização estético-formal (representação, expressão), de forma que a compreensão esteja sempre condicionada ao contexto, ao fundo cultural ou à experiência do usuário” (*ibid.*, p.320):

- A orientação em direção ao usuário.
- Uma função mínima onde, por exemplo, se pode dar ao usuário a segurança visual no manuseio com o produto.
- A estabilidade, que podem ser as representações das normalidades técnico-físicas do produto.
- Mudança e regulação: as indicações servem para enfatizar e visualizar as possibilidades de mudança ou de regulação.
- Manejo: elementos de manejo devem transmitir em detalhe aos usuários como um aparelho ou equipamento deve ser utilizado – os elementos isolados devem ser configurados de forma que sua manipulação esteja contida no manejo (por exemplo, apertar, rodar, empurrar, com muita ou pouca força).
- Precisão: aqui se trata de visualizar o quão precisamente deve se manipular produtos específicos ou como eles se deixam ser utilizados: a precisão de como um produto de medição, uma câmera ou um equipamento médico, é sempre fundamentado funcionalmente, como estes indicadores utilizados em um aparelho de som têm um caráter mais simbólico.

- Relação com o corpo humano: não se trata apenas da adaptação antropométrica do manejo de um produto e sim de todos os seus aspectos associativos (Bürdek, 2006:319-320).

Para que essas indicações possam ser semanticamente externadas em um produto, um conjunto de analogias, dentro de um contexto sociocultural, deve ser buscado. Essas analogias baseiam-se em complexos de associações e/ou conexões de similitudes, o que caracteriza que a linguagem empregada pelo Design lança mão de um *jogo* de metáforas. Esse jogo estará presente em todo o ciclo de vida do produto: desde sua concepção projetual, até os significados adquiridos pela manipulação do usuário. Ou seja, o produto do Design estará sempre *reescrevendo, reeditando* enunciados metafóricos.

Anúncios publicitários, publicados em diferentes jornais, podem causar efeitos distintos nos mais variados públicos. Alguém pode achar um equipamento fácil de ser usado, mas um outro usuário pode não achar. Às vezes, para uma pessoa, uma joia é símbolo de *status*; para outra, porém, é mera futilidade... Um controle-remoto pode produzir diferentes enunciados: ser uma *metáfora pós-moderna* da praticidade tecnológica, uma metáfora da comodidade ou uma metáfora da preguiça. Ao mesmo tempo, dependendo da semântica externada, o controle remoto pode transparecer a precisão de suas funções. Também pode mostrar se o aparelho ao qual se integra possui atributos tecnológicos avançados ou não, *amigáveis* ou *complicados* (figura 98). Desse modo, o trabalho do Design, ao produzir discursos, manifesta um complexo de enunciações metafóricas. No caso, a manifestação de enunciados metafóricos no controle remoto se dá, por exemplo, pelo conjunto de características conceituais, às vezes dispersas, como: “avanço tecnológico”, “pós-modernidade”, “comodidade”, “estilo de vida”. Esse é um conjunto de características sintetizado no produto “controle remoto”: *vivemos num mundo pós-moderno*¹⁵², *avançado tecnologicamente, que desenvolve novos*

¹⁵² Entender e sintetizar o que é o pós-modernismo não é uma tarefa simples. Conforme aponta Jameson (1997:25), o conceito de “(...) pós-modernismo não é algo que se possa estabelecer de uma vez por todas e, então, usá-lo com a consciência tranqüila”. Nas palavras de Manuel Castells (2001:24), a teoria e a cultura pós-modernas “(...) celebram o fim da história e, de certa forma, o fim da razão, renunciando à nossa capacidade de entender e encontrar sentido até no que não tem sentido”. Jameson (*op.cit.*, p.28-29) faz uma consideração: “(...) de fato, as teorias do pós-moderno – quer sejam celebratórias, quer se apresentem na linguagem da repulsa moral ou da denúncia – têm uma grande semelhança com todas aquelas generalizações sociológicas mais ambiciosas que, mais ou menos na mesma época, nos trazem as novidades a respeito da chegada e inauguração de um tipo de sociedade totalmente novo, cujo nome mais famoso é ‘sociedade pós-industrial’ (...), mas que também é conhecida como sociedade de consumo, sociedade das mídias, sociedade da informação, sociedade eletrônica ou *high-tech* e similares (...)”. Em linhas

estilos de vida, com mais comodidade; então, você não precisa se levantar do sofá para trocar o canal da sua TV. Inspirando-se sobretudo em Barthes, significantes e significados dessas ideias são “desviados” ao produto “controle remoto”, um desvio conotativo, que evidencia uma “transferência semântica” e, conseqüentemente, ocorrências metafóricas.



Figura 98 – Controles remotos

Controles de diferentes aparelhos: dos mais simples aos mais rebuscados, a manifestação metafórica far-se-á sempre presente.

gerais, o termo “pós-modernismo”, refere-se a um período caracterizado por *mudanças de paradigmas*. Mudanças estas que apresentam *rupturas históricas, centradas no progresso tecnológico*, e que simbolizam uma transição que influencia as artes, a economia, as ciências, as tecnologias, a sociologia, enfim, nossa forma de pensar e de viver. “Pode ser que o pós-modernismo, a consciência pós-moderna, acabe sendo não muito mais do que a teorização de sua própria condição de possibilidade, o que consiste primordialmente, em uma mera enumeração de mudanças e modificações. O modernismo também se preocupava compulsivamente com o Novo e tentava captar sua emergência (...); o pós-moderno, entretanto, busca rupturas, busca eventos em vez de novos mundos, busca o instante revelador depois do qual nada mais foi o mesmo, busca um ‘quando-tudo-mudou’, (...) ou melhor, busca os deslocamentos e mudanças irrevogáveis na *representação* dos objetos e do modo como eles mudam” (*ibid.*, p.13).

Um relógio do século passado, que pertenceu a um bisavô, é um objeto de estimação. Traz lembranças que se restringem a um usuário específico, transcendendo as condições de tempo e espaço (século passado, antiguidade, relíquia, tradição). Outras qualidades são inter-relacionadas: a personalidade do bisavô, sua aparência física, o carinho com o bisneto são lembranças que se materializam analogamente ao relógio – uma relação direta que redesenha o sentido metafórico da identidade deste relógio ao bisneto.

Um tênis *Nike* é outro exemplo. É um produto caro, símbolo de *status* entre os jovens. Nas estratégias de marketing, uma identidade é criada para o produto, definindo-se o público-alvo e as formas de persuasão como táticas de venda, ou seja, um complexo metafórico que simboliza todas essas etapas. Ao ser adquirido, as características metafóricas estão presentes, pois são elas que compõem a identidade do tênis. A partir daí, uma outra dimensão para o mesmo produto vai sendo construída: uma nova pragmática (*no sentido restrito de uso*). O nível de significação será uma nova relação entre o tênis *Nike* / enunciado – e o usuário / interlocutor. Outras relações metafóricas são assim assumidas. Cada tênis *Nike* vendido, mesmo sendo do mesmo modelo, é único. Produzirá um novo enunciado àquele que o adquire. Se foi um presente de aniversário, é a representação daquele momento especial; se foi fruto da metade do salário do jovem estagiário, a significação é outra. E, se foi um produto adquirido ilicitamente, é o resultado da contravenção que se concretizou pelos “apelos” metafóricos que o produto carrega (*status, styling, contemporaneidade, etc.*).

Paul Ricoeur nos convida a uma reinterpretação da Metáfora. Explica que a Retórica Clássica entendia a metáfora apenas pela produção de um *desvio lexical*, isto é, um *desvio paradigmático*; o que não constituía num erro, mas descrevia somente o “efeito do sentido” ao nível da palavra, omitindo a produção semântica ao nível do sentido. Segundo Ricoeur (*in Sacks, 1992:147*), “(...) enquanto for verdadeiro que o efeito do sentido é focalizado na palavra, a produção do sentido é transmitida pelo enunciado como um todo. É dessa maneira que a teoria da metáfora depende de uma semântica da sentença”. Desse modo, Ricoeur (*op.cit.*) considera que “(...) o condutor do sentido metafórico não é mais a palavra mas a

sentença como um todo. O processo de interação não consiste meramente na substituição de uma palavra por outra palavra, de um nome por outro nome – o que em sentido restrito, define apenas a metonímia –, mas em uma interação entre um sujeito e um predicado lógicos”. Assim, Ricoeur não abandona a tese de que a metáfora consiste em algum desvio, mas esse desvio, para ele, deve ser descrito e explicado de uma nova maneira, referindo-se à própria estrutura predicativa: “metáfora, então, precisa ser descrita antes como predicação alterada do que como uma denominação alterada” (*ibid.*).

No que concerne a um primeiro passo, o trabalho da semelhança como tal parece estar ainda a meio caminho de um total entendimento da inovação semântica que caracteriza frases ou sentenças metafóricas, se sublinharmos apenas o aspecto do desvio na metáfora, mesmo que distingamos a não-pertinência semântica que requer o desvio lexical do próprio desvio, como descrito por Aristóteles e todos os retóricos clássicos. A característica decisiva é a inovação semântica, graças à qual uma nova pertinência, uma nova congruência, é estabelecida de tal maneira que o enunciado “faz sentido” como um todo. (...) Em outras palavras, o significado metafórico não consiste meramente em um choque semântico mas em um *novo* significado predicativo que surge a partir do colapso do significado literal, isto é, do colapso do significado que se obtém se confiarmos apenas nos valores lexicais usuais ou comuns de nossas palavras. A metáfora não é o enigma, mas a solução do enigma (Ricoeur, *op.cit.*).

Na obra *Metáfora viva*, Ricoeur (2005:351) coloca que “(...) o sentido de um enunciado metafórico é suscitado pelo fracasso da interpretação literal do enunciado; por uma interpretação literal, o sentido se destrói a si mesmo”. Dessa forma, surge a ideia de que a metáfora é caracterizada pela inovação semântica, ou seja, por sua incongruência. “A autodestruição do sentido, sob a influência da impertinência semântica, é apenas o inverso de uma inovação de sentido do enunciado inteiro, inovação obtida pela ‘torção’ do sentido literal das palavras. Essa inovação de sentido constitui a metáfora viva”, sustenta Paul Ricoeur (*op.cit.*).

Há uma tensão entre congruência e incongruência semânticas. A metáfora habitará essa tensão. Seu papel será, sobretudo, o de trazer à luz uma informação nova. Essa informação, em princípio, é intraduzível: o que se ganha com a metáfora, só se ganha com a metáfora. Nesse sentido, de acordo com uma pluralidade de modos de discursos que se estendem da Poesia à Filosofia, a metáfora é entendida por Ricoeur como o poder de redescrever a realidade. São novas aproximações que vão de encontro a uma categorização prévia:

Isso é o que a idéia de uma não-pertinência ou incongruência semântica preserva. A fim de que uma metáfora seja obtida, deve-se continuar a identificar a incompatibilidade anterior *através* de nova compatibilidade. A assimilação predicativa envolve, dessa maneira, um tipo específico de tensão que está não tanto entre o sujeito e um predicado quanto entre congruência e incongruência semânticas. O *insight* da semelhança está na percepção do conflito entre a incompatibilidade anterior e a nova incompatibilidade. O “distanciamento” está preservado dentro da “proximidade”. Enxergar *a semelhança* é ver o mesmo apesar, e através, da diferença. Essa tensão entre similitude e diferença caracteriza a estrutura lógica da semelhança (Ricoeur, *in* Sacks, 1992:147).

Quando pensamos em semântica, imediatamente remetemo-nos a uma teoria que, tradicionalmente, explica o alinhamento entre palavras e significados. Mas, em Ricoeur, a ideia de semântica é relacionada à forma como a linguagem chega ao real:

O sentido de uma nova metáfora (...) é o aparecimento de uma nova congruência ou pertinência semântica a partir das ruínas do sentido literal compartilhado por incompatibilidade ou absurdez semântica. Da mesma maneira que o auto-apagamento do sentido literal é a condição negativa para o aparecimento do sentido metafórico, a eliminação da referência devida à linguagem descritiva comum é a condição negativa para o aparecimento de uma maneira mais radical de ver as coisas, esteja ela relacionada ou não ao desvendamento dessa camada da realidade que a fenomenologia chama de pré-objetiva e a qual, de acordo com Heidegger, constitui o horizonte de todas as formas de conviver com o mundo (Ricoeur, *op.cit.*, p.154).

Assim, à metáfora é credenciado um valor cognitivo. Para entender esse seu importe cognitivo, supõe-se, conforme as acepções de Ricoeur, uma ressignificação do que é “cognitivo”. Conhecer é produzir conceitos. Todavia, a cognição aqui exposta não pode ser considerada como um arsenal conceitual para a metáfora. Apesar de a metáfora ter valor cognitivo, seu intuito não é o de produzir conceitos, mas sim concepções, modos de ver, formas de encarar. Seu resultado cognitivo não será estável. Será um conjunto de informações irreduzíveis. Caso essas informações sejam estabilizadas, caracterizando o surgimento de conceitos, vislumbrar-se-á, então, a “morte da metáfora” – é somente a partir de seu fenecimento que a metáfora produzirá conceitos. Desse modo, em Ricoeur, para que haja a ocorrência da metáfora, deve haver o desvio e também uma afronta – um comércio tenso de pensamentos que não se resolve, que não se reduz e que não chega a um estágio de trégua conceitual ou paz conceitual. Ao produzir necessidades conceituais, mas não conceitos, a metáfora é uma ocasião de não redutibilidade. Sua amplitude é a de “pôr sobre os olhos”. Um enunciado opaco ganhará visibilidade e, assim, a “metáfora viva” de Ricoeur é

aquela que tem a pretensão e que reconhece a potência de promover um “verdadeiro *insight* da realidade”. Esse *insight* da realidade é vivo, não é um resultado cognitivo estanque, não é conceito. Se resvalar no conceito, morrerá. O *insight*, portanto, é essa não decisão. Ele não nega que a metáfora engendra conceitos, mas a resposta a esses conceitos é a própria morte da metáfora. O lugar da “metáfora viva” é, com isso, o lugar em que ela não se reduz.

A partir dessa releitura, poderia o Design ser um fenômeno deste “verdadeiro *insight* da realidade”, como preconizado pela *Metáfora viva* de Paul Ricoeur?

O Design é um tipo específico de linguagem. Uma de suas principais característica é a interseção entre o verbal e o não verbal. Os produtos de Design (gráficos ou não) detêm uma semântica. Nessa semântica, são percebidos desvios, do denotativo ao conotativo. Esses desvios produzem concepções e modos de ver o mundo. Por meio de seus objetos, produtos e serviços, o Design traduz os anseios, os desejos e as necessidades humanos. Seriam esses anseios, desejos e necessidades humanos “verdadeiros *insights* da realidade”? De que realidade? São questões nebulosas, “nervosas”; difíceis de serem respondidas, mas que abrem um grande leque exploratório.

O Design também é “vivo”. Expande e sintetiza a cultura de uma sociedade. É o discurso de uma civilização, com seu tempo, seu retrato, seu ambiente, seu espaço... No entanto, como uma hipótese inicial, é mais fácil e verificável enxergar o Design não como uma forma de Metáfora, mas como uma atividade e uma linguagem que se utiliza dos recursos da Metáfora. Revestindo os produtos do Design de significados, poder-se-ia situar a Metáfora como uma *epiderme* no Design.

Roman Jakobson observa que o lugar da metáfora é o lugar da metalinguagem. Ela se autoexplica, é metalinguística¹⁵³. Contudo, apesar de ser

¹⁵³ Roman Jakobson corrobora a ideia perelmaniana de excelência da metáfora, pois, para o autor, diferentemente da natureza metonímica, a metáfora é em sua própria forma o lugar da metalinguagem. A metonímia não tem a mesma capacidade da metáfora de se debruçar sobre a própria linguagem. A metáfora, portanto, presta-se ao desenvolvimento de uma teoria: “a similaridade das significações relaciona os símbolos de uma metalinguagem com os símbolos da linguagem a que ela se refere. A similitude relaciona um termo metafórico com o termo a que substitui. Por conseguinte, quando o pesquisador constrói uma metalinguagem para interpretar os tropos, possui ele meios mais homogêneos para manejar a metáfora, ao passo que a metonímia, baseada num princípio diferente, desafia facilmente a interpretação. Eis por que nada de

uma linguagem, o lugar do Design não é a metalinguagem. Ele não se autodenomina. Ele se apropria de outras áreas do conhecimento para formar seu arcabouço teórico. Sua dimensão parte da interdisciplinaridade. Com isso, sua gramática está *mais do que viva*, e nela, o lugar da Metáfora está bem guardado...

Segue-se, como terceira proposta de desdobramento a esta Tese, o desafio das reflexões entre as possíveis e prováveis Teorias da Metáfora e do Design...

comparável à rica literatura sobre a metáfora pode ser citado no que concerne à teoria da metonímia” (Jakobson, 2005:61).

20

Anexos

20.1.

Anexo I - Capas das revistas noticiosas

A seguir, são apresentadas as capas das revistas noticiosas, com os respectivos números das edições e datas de publicação.

Época (editora Globo)

Dezembro 2005



Figura 99 - *Época* 397, 26/12/2005*.

Janeiro 2006



Figura 100 - *Época* 398, 02/01/2006.



Figura 101 - *Época* 399, 09/01/2006.



Figura 102 - Época 400, 16/01/2006.



Figura 103 - Época 401, 23/01/2006.



Figura 104 - Época 402, 30/01/2006.



Figura 105 - Época 402 (Anúncio)*.

Fevereiro 2006



Figura 106 - Época 403, 06/02/2006.



Figura 107 - Época 404, 13/02/2006.



Figura 108 - Época 405, 20/02/2006.



Figura 109 - Época 406, 27/02/2006.

Março 2006



Figura 110 - Época 407, 06/03/2006.



Figura 111 - Época 408, 13/03/2006.



Figura 112 - Época 409, 20/03/2006.



Figura 113 - Época 410, 27/03/2006.

Abril 2006



Figura 114 - Época 411, 03/04/2006.



Figura 115 - Época 412, 10/04/2006.



Figura 116 - Época 413, 17/04/2006.



Figura 117 - Época 414, 24/04/2006.

Maio 2006



Figura 118 - Época 415, 1º/05/2006.



Figura 119 - Época 416, 08/05/2006.



Figura 120 - Época 417, 15/05/2006.



Figura 121 - Época 418, 22/05/2006.



Figura 122 - Época 419, 29/05/2006.

Junho 2006



Figura 123 - Época 420, 05/06/2006.



Figura 124 - Época 420 (Encarte)*.



Figura 125 - Época 421, 12/06/2006.



Figura 126 - Época 422, 19/06/2006.



Figura 127 - Época 423, 26/06/2006.

Julho 2006



Figura 128 - Época 424, 03/07/2006.



Figura 129 - Época 425, 10/07/2006.



Figura 130 - Época 426, 17/07/2006.



Figura 131 - Época 427, 24/07/2006.



Figura 132 - Época 428, 31/07/2006.

Agosto 2006



Figura 133 - Época 429, 07/08/2006.



Figura 134 - Época 430, 14/08/2006.



Figura 135 - Época 431, 21/08/2006.



Figura 136 - Época 432, 28/08/2006.

Setembro 2006



Figura 137 - Época 433, 04/09/2006.



Figura 138 - Época 434, 11/09/2006.



Figura 139 - Época 435, 18/09/2006.



Figura 140 - Época 436, 25/09/2006.

Outubro 2006



Figura 141 - Época 437, 02/10/2006.



Figura 142 - Época 438, 09/10/2006.



Figura 143 - Época 439, 16/10/2006.



Figura 144 - Época 440, 23/10/2006.



Figura 145 - Época 441, 30/10/2006.

Novembro 2006



Figura 146 - Época 442, 06/11/2006.



Figura 147 - Época 443, 13/11/2006.



Figura 148 - Época 444, 20/11/2006.



Figura 149 - Época 445, 27/11/2006.

Dezembro 2006



Figura 150 - Época 446, 04/12/2006.



Figura 151 - Época 447, 11/12/2006.



Figura 152 - Época 448, 18/12/2006.



Figura 153 - Época 449, 25/12/2006.

Janeiro 2007



Figura 154 - Época 450, 1º/01/2007*.

Veja (editora Abril)**Dezembro 2005**Figura 155 - *Veja* 1937, 28/12/2005*.**Janeiro 2006**Figura 156 - *Veja* 1938, 11/01/2006.Figura 157 - *Veja* 1939, 18/01/2006.Figura 158 - *Veja* 1940, 25/01/2006.

Fevereiro 2006



Figura 159 - Veja 1941, 1º/02/2006.



Figura 160 - Veja 1942, 08/02/2006.



Figura 161 - Veja 1943, 15/02/2006.



Figura 162 - Veja 1944, 22/02/2006.

Março 2006



Figura 163 - Veja 1945, 1º/03/2006.



Figura 164 - Veja 1946, 08/03/2006.



Figura 165 - Veja 1947, 15/03/2006.



Figura 166 - Veja 1948, 22/03/2006.



Figura 167 - Veja 1949, 29/03/2006.

Abril 2006



Figura 168 - Veja 1950, 05/04/2006.



Figura 169 - Veja 1951, 12/04/2006.



Figura 170 - Veja 1952, 19/04/2006.



Figura 171 - Veja 1953, 26/04/2006.

Maio 2006



Figura 172 - Veja 1954, 03/05/2006.



Figura 173 - Veja 1955, 10/05/2006.



Figura 174 - Veja 1956, 17/05/2006.



Figura 175 - Veja 1957, 24/05/2006*.



Figura 176 - Veja 1957, 24/05/2006*.



Figura 177 - Veja 1958, 31/05/2006.

Junho 2006



Figura 178 - Veja 1959, 07/06/2006.



Figura 179 - Veja 1960, 14/06/2006.



Figura 180 - Veja 1961, 21/06/2006.



Figura 181 - Veja 1962, 28/06/2006.

Julho 2006



Figura 182 - Veja 1963, 05/07/2006.



Figura 183 - Veja 1964, 12/07/2006.



Figura 184 - Veja 1965, 19/07/2006.



Figura 185 - Veja 1966, 26/07/2006.

Agosto 2006



Figura 186 - Veja 1967, 02/08/2006.



Figura 187 - Veja 1968, 09/08/2006.



Figura 188 - Veja 1969, 16/08/2006.



Figura 189 - Veja 1970, 23/08/2006.



Figura 190 - Veja 1971, 30/08/2006.

Setembro 2006



Figura 191 - Veja 1972, 06/09/2006.



Figura 192 - Veja 1973, 13/09/2006.



Figura 193 - Veja 1974, 20/09/2006.



Figura 194 - Veja 1975, 27/09/2006.

Outubro 2006



Figura 195 - Veja 1976, 14/10/2006.



Figura 196 - Veja 1977, 11/10/2006.



Figura 197 - Veja 1978, 18/10/2006.



Figura 198 - Veja 1979, 25/10/2006.

Novembro 2006

Figura 199 - *Veja* 1800, 1º/11/2006.Figura 200 - *Veja* 1811, 08/11/2006.Figura 201 - *Veja* 1822, 15/11/2006.Figura 202 - *Veja* 1833, 22/11/2006.Figura 203 - *Veja* 1844, 29/11/2006.

Dezembro 2006



Figura 204 - Veja 1985, 06/12/2006.



Figura 205 - Veja 1986, 13/12/2006.



Figura 206 - Veja 1987, 20/12/2006.



Figura 207 - Veja 1988, 27/12/2006.



Figura 208 - Veja 1989, 30/12/2006.

Janeiro 2007

Figura 209 - *Veja* 1990, 10/01/2007*.*IstoÉ* (editora Três)

Dezembro 2005

Figura 210 - *IstoÉ* 1889, 28/12/2005*.

Janeiro 2006



Figura 211 - IstoÉ 1890, 11/01/2006.



Figura 212 - IstoÉ 1890 (Time)*.



Figura 213 - IstoÉ 1891, 18/01/2006.



Figura 214 - IstoÉ 1892, 25/01/2006.

Fevereiro 2006



Figura 215 - IstoÉ 1893, 1º/02/2006.



Figura 216 - IstoÉ 1894, 08/02/2006.



Figura 217 - IstoÉ 1895, 15/02/2006.



Figura 218 - IstoÉ 1896, 22/02/2006.

Março 2006



Figura 219 - IstoÉ 1897, 1º/03/2006.



Figura 220 - IstoÉ 1898, 08/03/2006.



Figura 221 - IstoÉ 1899, 15/03/2006.



Figura 222 - IstoÉ 1900, 22/03/2006.



Figura 223 - IstoÉ 1901, 29/03/2006.

Abril 2006



Figura 224 - IstoÉ 1902, 05/04/2006.



Figura 225 - IstoÉ 1903, 12/04/2006.



Figura 226 - IstoÉ 1904, 19/04/2006.



Figura 227 - IstoÉ 1905, 26/04/2006.



Figura 228 - IstoÉ 1905 (Encarte)*.



Figura 229 - IstoÉ Especial / abril*.

Maio 2006



Figura 230 - IstoÉ 1906, 03/05/2006.



Figura 231 - IstoÉ 1906 (Encarte)*.



Figura 232 - IstoÉ 1907, 10/05/2006.



Figura 233 - IstoÉ 1907 (Encarte)*.



Figura 234 - IstoÉ 1908, 17/05/2006.



Figura 235 - IstoÉ 1908 (Encarte)*.



Figura 236 - IstoÉ 1909, 24/05/2006.



Figura 237 - IstoÉ 1909 (Encarte)*.



Figura 238 - IstoÉ 1910, 31/05/2006.



Figura 239 - IstoÉ 1910 (Encarte)*.

Junho 2006



Figura 240 - IstoÉ 1911, 07/06/2006.



Figura 241 - IstoÉ 1912, 14/06/2006.



Figura 242 - IstoÉ 1913, 21/06/2006.



Figura 243 - IstoÉ 1914, 28/06/2006.

Julho 2006



Figura 244 - IstoÉ 1915, 05/07/2006.



Figura 245 - IstoÉ 1916, 12/07/2006.



Figura 246 - IstoÉ 1917, 19/07/2006.



Figura 247 - IstoÉ 1918, 26/07/2006.

Agosto 2006



Figura 248 - IstoÉ 1919, 02/08/2006.



Figura 249 - IstoÉ 1920, 09/08/2006.



Figura 250 - IstoÉ 1921, 16/08/2006.



Figura 251 - IstoÉ 1922, 23/08/2006.



Figura 252 - IstoÉ 1923, 30/08/2006.

Setembro 2006



Figura 253 - IstoÉ 1924, 06/09/2006.



Figura 254 - IstoÉ 1925, 13/09/2006.



Figura 255 - IstoÉ 1926, 20/09/2006.



Figura 256 - IstoÉ 1927, 27/09/2006.

Outubro 2006



Figura 257 - IstoÉ 1928, 04/10/2006.



Figura 258 - IstoÉ 1929, 11/10/2006.



Figura 259 - IstoÉ 1930, 18/10/2006.



Figura 260 - IstoÉ 1931, 25/10/2006.

Novembro 2006



Figura 261 - IstoÉ 1932, 1º/11/2006.



Figura 262 - IstoÉ 1933, 08/11/2006.



Figura 263 - IstoÉ 1934, 15/11/2006.



Figura 264 - IstoÉ 1935, 22/11/2006.



Figura 265 - IstoÉ 1936, 29/11/2006.

Dezembro 2006



Figura 266 - IstoÉ 1937, 06/12/2006.



Figura 267 - IstoÉ 1938, 13/12/2006.



Figura 268 - IstoÉ 1939, 20/12/2006.



Figura 269 - IstoÉ 1940, 27/12/2006.



Figura 270 - IstoÉ Especial / dezembro*.

Janeiro 2007



Figura 271 - IstoÉ 1941, 10/01/2007*.

*** Observações:**

As edições de *Época* 397 (26/12/2005) e 450 (1º/01/2007), *Veja* 1937 (28/12/2005) e 1990 (10/01/2007) e *IstoÉ* 1889 (28/12/2005) e 1941 (10/03/2007) correspondem às últimas edições do ano de 2005 e às primeiras do ano de 2007. Por conseguinte, não são contabilizadas no quantitativo de capas tomadas como amostra. São apresentadas apenas como uma referência do contexto histórico, anterior e posterior ao ano de interesse para a análise nesta Tese.

A edição 402 de *Época* (30/01/2006) foi publicada com uma “capa-anúncio” do banco Santander, que fez referência à Copa do Mundo de Futebol. Foi um anúncio publicado, como capa, sobreposto à verdadeira capa da revista, que tinha como matéria principal a personagem “Bruna Surfistinha”. A capa do Santander é aqui apresentada apenas a título de registro e curiosidade, não sendo, de acordo com o recorte desta Tese, elemento de análise e, portanto, não é contabilizada no quantitativo de capas tomadas como amostra.

As edições de *Época* 420 (05/06/2006) e *IstoÉ* 1906 (03/05/2006), 1907 (10/05/2006), 1908 (17/05/2006), 1909 (24/05/2006) e 1910 (31/05/2006) trouxeram, no interior das revistas, encartes especiais. Esses encartes, para efeito de relevância e diagramação, foram introduzidos com capas específicas, ou seja, eram “novas capas de novas revistas, dentro das revistas”. Na *Época*, foi um Guia da Copa do Mundo e, na *IstoÉ*, foram matérias especiais sobre a Petrobras. Essas capas são aqui apresentadas apenas para registro, dentro dos assuntos abordados no ano de 2006, mas não são contabilizadas no quantitativo de capas a serem analisadas, pois fogem ao recorte de análise estipulado para a Tese (capas das matérias principais).

A revista *Veja* inovou em sua edição 1957 (24/05/2006). Foram publicadas duas capas diferentes para a mesma edição. Os leitores de São Paulo e do Rio de Janeiro receberam a revista com uma capa sobre o crime organizado – “O bandido que parou São Paulo”. Os leitores de outras regiões do país receberam a revista com a reportagem de capa “A idade ideal”. Saliente-se que apesar de ser apenas uma edição, são duas matérias de capa distintas. Nesse caso, para o efeito desta Tese, ambas são contabilizadas no quantitativo de capas a serem analisadas.

A edição *IstoÉ* 1890 (11/01/2006) também trouxe uma novidade. A editora Três tinha firmado uma parceria com a revista norte-americana *Time*. Dessa edição em diante, matérias publicadas na *Time* seriam também publicadas na

IstoÉ. Tal aspecto é observado na presença da marca *Time* nas demais capas a partir da edição 1890. Assim, algumas edições trouxeram, como introdução ao conteúdo da revista americana, a capa da própria *Time*, traduzida para o português. Como marco, essa primeira capa introdutória é aqui apresentada a título de registro e curiosidade, não sendo, para o intuito desta Tese, contabilizada no quantitativo de capas possíveis para análise.

A revista *IstoÉ* publicou, ainda, duas edições especiais, série Platinum (abril e dezembro). Essas capas são aqui apresentadas somente como um registro à parte, não sendo contabilizadas e consideradas para análise, pois, fogem ao escopo do recorte proposto pela Tese (revistas noticiosas). Outros casos específicos, como as edições regionais da revista *Veja*, popularmente conhecidas como *Vejinhas*, enquadraram-se também nesse aspecto, além de não serem publicações para tiragens nacionais, o que justifica o não levantamento e a não apresentação dessas publicações.

20.2.

Anexo II – Textos primários da *Poética* e da *Retórica* de Aristóteles

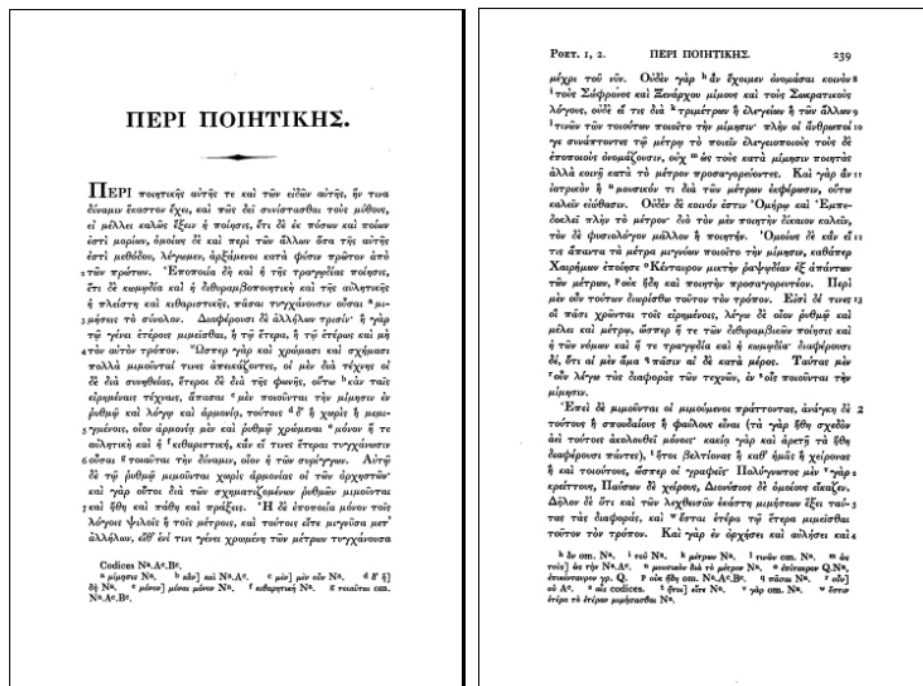


Figura 272 - Primeiras páginas da *Poética* de Aristóteles, em seu texto primário.

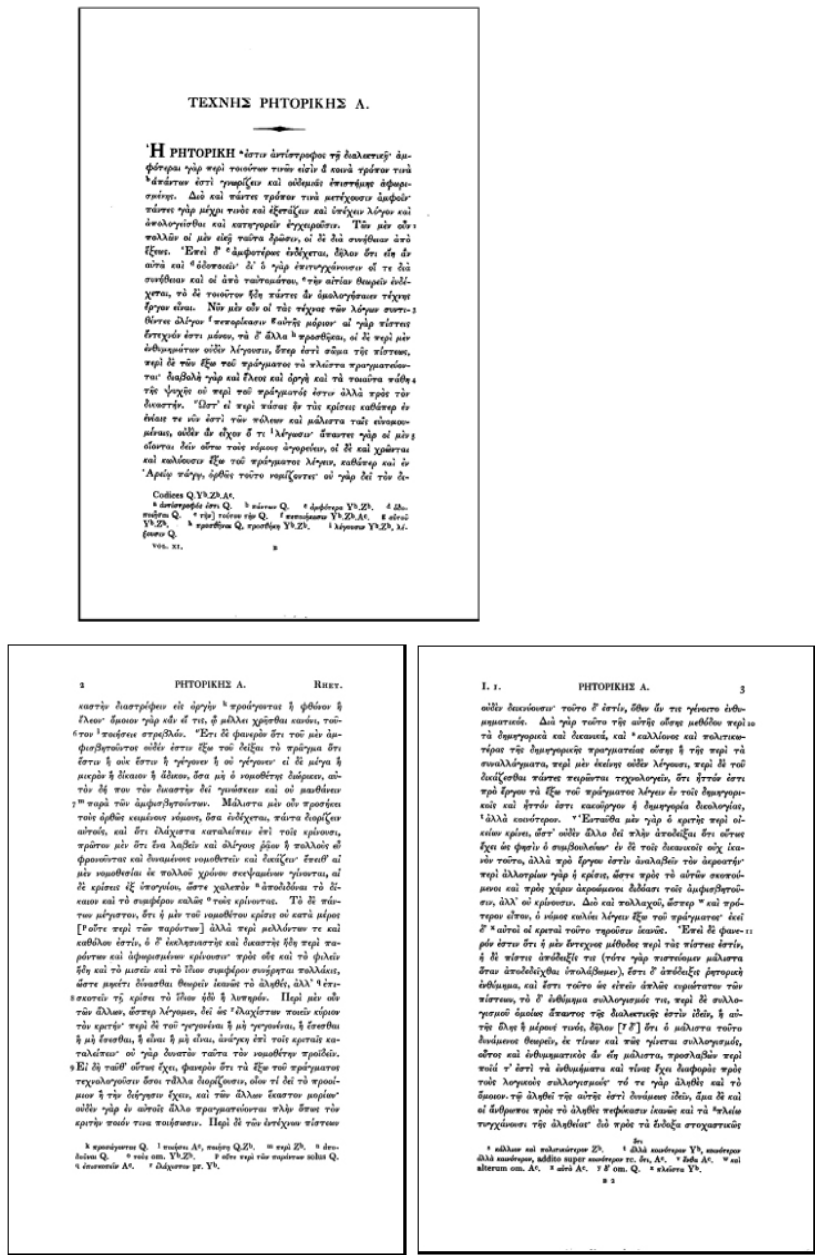


Figura 273 - Primeiras páginas da Retórica de Aristóteles, em seu texto primário

20.3.

Anexo III - As Artes Liberais



Figura 274 - Alegoria das Sete Artes Liberais [1590s]

Alegoria das Sete Artes Liberais (Gramática, Dialética, Retórica, Aritmética, Música, Geometria e Astronomia) – óleo sobre painel de carvalho, 147 x 200 cm (coleção particular), de autoria de Marten de Vos.¹⁵⁴

¹⁵⁴ Marten de Vos (1532-1603) foi um atuante pintor, sobretudo, em sua terra natal, Antuérpia. Em 1552, foi para a Itália. Estudou em Roma, Florença e com Tintoretto em Veneza. Em 1558, voltou para Antuérpia. Torna-se, em 1570, uma referência artística do estilo italiano (*italianate*) em sua cidade (cf. Web Gallery of Art..., acesso em: 13 set. 2006).



Figura 275 - Um jovem sendo introduzido às Sete Artes Liberais [c. 1484]

Afresco transferido para tela, 238 x 284 cm, Museu do Louvre, Paris; autoria de Sandro Botticelli: um jovem está rodeado de alegorias femininas que representam as Sete Artes Liberais (cf. Web Gallery of Art, acesso em 13 set. 2006).

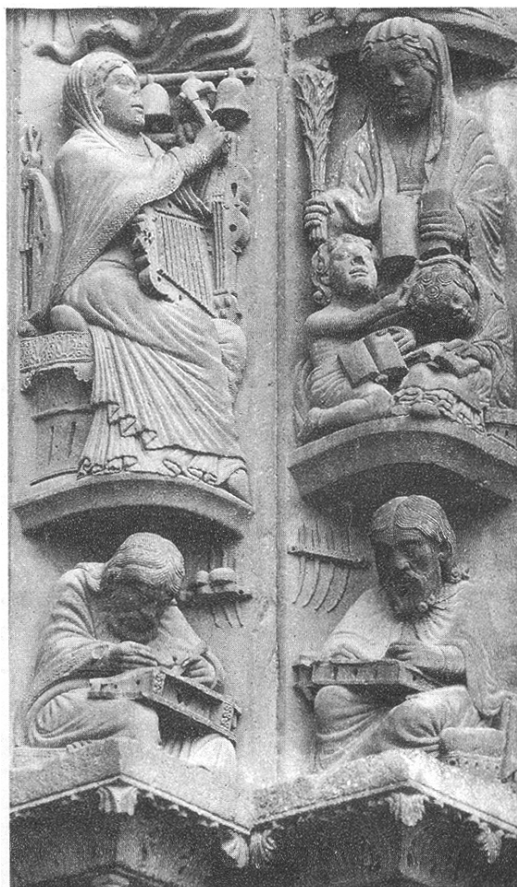


Figura 276 - As Artes Liberais na fachada da catedral de Chartres

“A porta sul da catedral de Chartres: as artes liberais da música e da gramática representadas por Pitágoras e Donato” (Loyn, 1990:32).

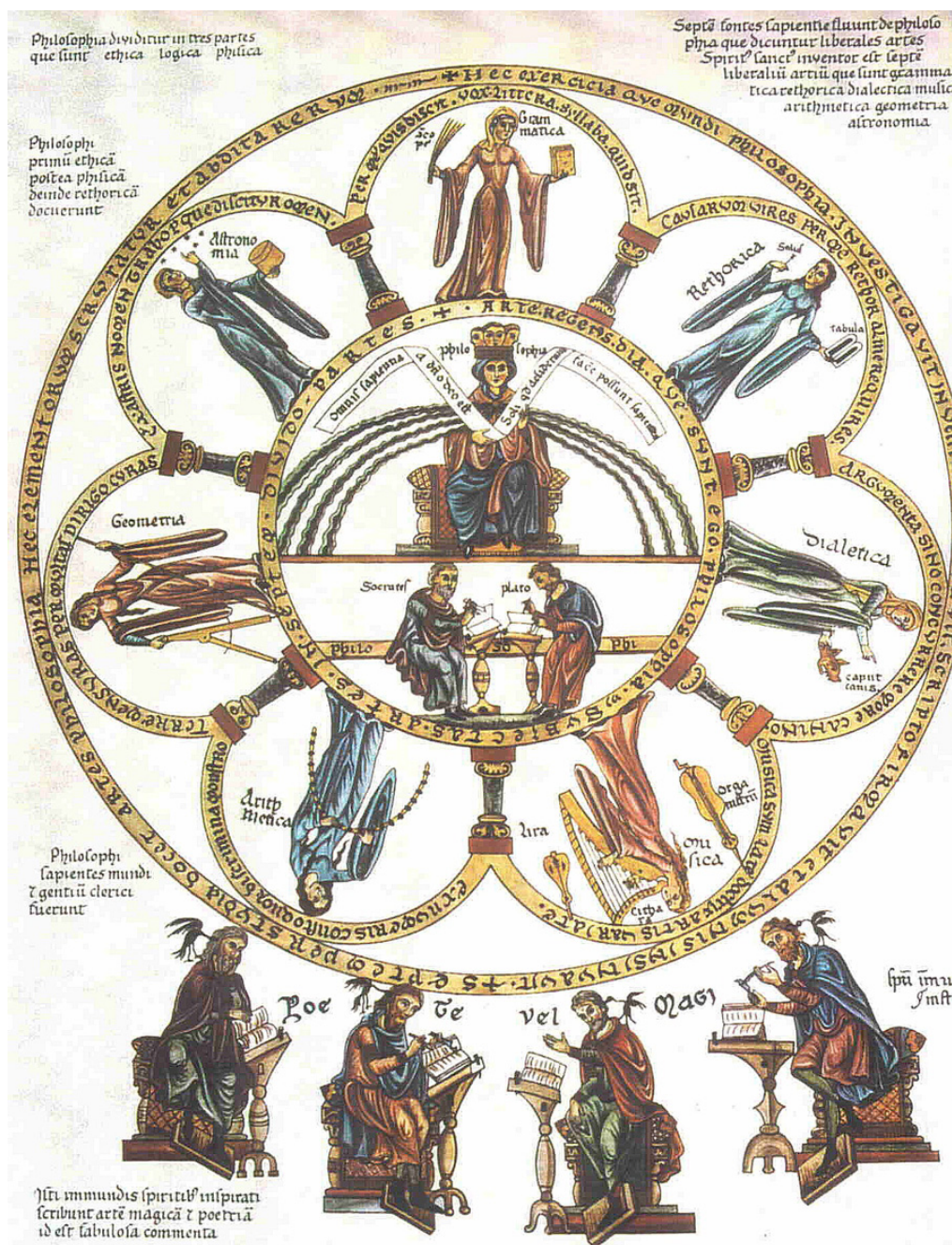


Figura 277 - As sete artes liberais no *Hortus Deliciarum* [1180]

O *Hortus Deliciarum*, ou “Jardim das Delícias”, foi composto, no final do século XII, sob a direção da abadessa Herrad¹⁵⁵, no convento de “Mont Sainte-Odile”, ou convento de Odilenberg, situado cerca de 20 km de Estrasburgo.

¹⁵⁵ Herrad de Landsberg (ou de Landsperg): é considerada a autora do “*Hortus Deliciarum*”, nasceu por volta de 1130, no castelo de Landsberg e faleceu em 1195. Prematuramente, ingressou no convento de Odilenberg, ou Hohenburg. Lá, sucedeu à dignidade de abadessa em 1167, ofício este que exerceu até sua morte. Foi em 1165 o ano que Herrad começou a debruçar sobre o trabalho do *Hortus Deliciarum* (cf. Herrad of Landsberg in *New Advent...*, acesso em: 16 set. 2006).

O *Hortus Deliciarum* pode ser considerado um dos mais belos manuscritos da Alsácia na Idade Média. Contava a história bíblica, desde a Criação até o final dos tempos. Continha 336 ilustrações, muitas delas, representações simbólicas de temas teológicos, filosóficos, literários e históricos. O texto era um compêndio de todas as ciências estudadas naquela época na clausura dos conventos. Em 1870, os originais deste manuscrito perderam-se em um incêndio na biblioteca de Estrasburgo. Atualmente, é possível admirar uma reconstituição desta obra. São miniaturas que foram restauradas e copiadas por Christian Maurice Engelhardt entre 1815 e 1818. Textos foram copiados e publicados por Straub e Keller (1879-1899). A ilustração das sete artes liberais é uma das pranchas restauradas do *Hortus Deliciarum* (cf. *Hortus Deliciarum in Bibliothèque Alsatique...* e Herrad of Landsberg *in New Advent...*, acessos em: 16 set. 2006).

Esta parte do *Hortus Deliciarum* representa o círculo da Filosofia. Apresenta-se como a rosácea de uma catedral – com um círculo central e uma série de semicírculos ao seu redor. No meio do círculo central, a Filosofia, como uma rainha, encontra-se sentada num trono. Ostenta uma coroa, formada por três cabeças que representam a Ética, a Lógica e a Física. Em suas mãos, segura uma bandeirola com os dizeres: “Toda sabedoria vem de Deus, só os sábios podem fazer aquilo que desejam”. Dos seios da Filosofia saltam sete fontes, ou rios, três de um lado (o *Trivium*) e quatro do outro (o *Quadrivium*) – são as Sete Artes Liberais. Sobre a banda que cerca o círculo interno, pode-se ler o texto: “Eu, a divina Filosofia, governo todas as coisas com sabedoria; disponho-me pelas sete artes que me são subordinadas”.

Abaixo da Filosofia estão, sentados em carteiras, Sócrates e Platão – os pensadores gregos que, embora pagãos, são considerados precursores do pensamento cristão. Os textos que os circundam indicam, primeiramente, que os filósofos ensinavam a Ética, depois a Física e, em seguida, a Retórica – eram os sábios do mundo e os professores do povo.

Ao redor do círculo interno, sob arcadas românicas, encontram-se as Sete Artes Liberais. São belas figuras de mulheres, com vestidos longos como as nobres senhoras da época. Três delas correspondem ao *Trivium* e se referem às *línguas* ou *letras*: Gramática, Retórica e Dialética. São as três artes do primeiro grau. As outras quatro correspondem ao *Quadrivium*. São as artes do segundo grau, que se referem às *harmonias*: Música, Aritmética, Geometria e Astronomia.

Cada mulher se apresenta com um texto sobre o seu arco e carrega um emblema, um apetrecho, que corresponde à sua especialidade:

- A *Gramática* carrega um livro e um chicote e diz: “Por mim, todos podem saber o que são as palavras, as sílabas e as letras”.
- A *Retórica* tem em mãos um tablete e um estilete e seus dizeres são: “Graças a mim, orgulhoso orador, teus discursos podem tomar vigor”.
- A *Dialética* em uma das mãos designa o interlocutor da outra. É a cabeça de um cão que ladra. Seu texto diz: “Meus argumentos seguem com rapidez, como o latido de um cão”.
- A *Música*, com instrumentos à sua volta e uma harpa na mão, declara: “Ensino minha arte por meio de uma variedade de instrumentos”.
- A *Aritmética* segura uma corda, na qual são enfiadas várias pequenas bolas, e diz: “Baseio-me nos números e nas relações que existem entre eles”.
- A *Geometria* manipula um compasso e fala: “É com precisão que examino as terras”.
- A *Astronomia* tem em mãos uma lupa, ou espécie de espelho, e declara: “Tenho o nome dos corpos celestes e adivinho o futuro”.

Ao longo de todo o círculo externo, pode ser lido um texto em quatro versos: “A Filosofia ensina as artes por sete ramos.” “Varre os segredos dos elementos e de todas as coisas.” “O que ela descobre, retém em sua memória.” “Coloca tudo por escrito para transmitir aos teus alunos”.

Fora do grande círculo, na parte inferior, encontra-se o que é excluído do domínio da Filosofia. São quatro homens, poetas ou mágicos, sentados em carteiras. O texto indica que eles são guiados, instruídos, por maus espíritos. Estes maus espíritos estão sendo representados pelos pássaros pretos, em oposição à pomba branca, símbolo do Espírito-Santo. Estão situados perto da cabeça de cada homem, como se estivessem falando aos seus ouvidos (cf. *L'Hortus Deliciarum, Planche 8 in Bibliothèque Alsatique...*, acesso em: 16 set. 2006)¹⁵⁶.

¹⁵⁶ Tradução livre do pesquisador.

20.4. Anexo IV - Santo Agostinho



Figura 278 - Santo Agostinho ensinando Retórica e Filosofia em Roma [1464-65], afresco de Benozzo Gozzoli

“*Santo Agostinho Ensinando Retórica e Filosofia*, de Gozzoli. O retrato de Gozzoli de um dos primeiros Padres da Igreja, Santo Agostinho, como professor do ensino clássico simboliza a rejeição do artista da distinção tradicional entre erudição pagã e tradição cristã” (O Mundo do Renascimento..., 1984:16-17).