

UNIVERSIDADE DE SOROCABA

PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO, PESQUISA, EXTENSÃO E INOVAÇÃO

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO STRICTU SENSU MESTRADO EM
COMUNICAÇÃO E CULTURA

Claudia Sophia Leschonski

***Bios* midiático e o cavalo doméstico:
estudo com representações visuais no jornal
O Estado de S. Paulo**

Sorocaba/SP

2018

Claudia Sophia Leschonski

***Bios* midiático e o cavalo doméstico:
estudo com representações visuais no jornal
O Estado de S. Paulo**

Dissertação apresentada à Banca Examinadora do Programa de Pós-Graduação Strictu Sensu Mestrado em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba, como exigência parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação e Cultura.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Ogécia Drigo

Sorocaba/SP

2018

Ficha catalográfica

Leschonski, Claudia Sophia

L629b Bios midiático e o cavalo doméstico : estudo com representações visuais no jornal O Estado de S. Paulo / Claudia Sophia Leschonski. -- 2018.

120 f. : il.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Ogécia Drigo

Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) -
Universidade de Sorocaba, Sorocaba, SP, 2018.

1. Comunicação. 2. Comunicação de massa e semiótica. 3. Jornalismo. 4. Cavalos. 5. O Estado de S. Paulo (Jornal). I. Drigo, Maria Ogécia, orient. II. Universidade de Sorocaba. III. Título.

Claudia Sophia Leschonski

***Bios* midiático e o cavalo doméstico:
estudo com representações visuais no jornal
O Estado de S. Paulo**

Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre no Programa de Pós-Graduação Strictu Sensu Mestrado em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba.

Aprovada em: _____ / _____ / _____

Orientadora: Profa. Dra. Maria Ogécia Drigo

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Maria Ogécia Drigo
Universidade de Sorocaba

Prof. Dr. Roberto Arruda Souza Lima
ESALQ – Universidade de São Paulo

Profa. Dra. Mara Rovida Martini
Universidade de Sorocaba

Aos cavalos, fonte da minha inspiração e alegria de meus dias,
e àqueles que de fato os amam, dedico esta dissertação.

Tenho duas armas para lutar contra o desespero, a tristeza e até a morte:
o riso a cavalo e o galope do sonho.

É com isso que enfrento essa dura e fascinante tarefa de viver.

(Ariano Suassuna)

Agradecimentos

Agradeço à minha caríssima orientadora, Professora Maria Ogécia, sem cuja dedicação, inspiração, ideias e apoio incondicionais esta pesquisa não teria vindo a termo.

RESUMO

Esta pesquisa trata de representações visuais do cavalo doméstico e é guiada pela seguinte pergunta: em que medida os sentidos gerados pelas representações visuais de cavalos domésticos, veiculadas no jornal O Estado de S. Paulo, de 2016, contribuem para que as pessoas se sensibilizem quanto ao bem-estar desses animais? Com isso, delinea-se o objetivo geral de compreensão do potencial de sentidos do *bios* midiático do cavalo doméstico, postos em circulação pelo jornal O Estado de S. Paulo, no ano de 2016. Os objetivos específicos são os seguintes: compreender a função da interpretação nos processos comunicacionais; explicitar o potencial de sentidos gerados por representações visuais de cavalos domésticos e, por fim, inventariar em que medida, os sentidos gerados pelas representações visuais levam os intérpretes à ressignificação de suas crenças sobre cavalos a ponto de se sensibilizarem com o bem-estar de tais animais. Entre as mídias retratando cavalos, selecionamos, para compor o *corpus*, representações visuais veiculadas no jornal O Estado de S. Paulo, no ano de 2016, que foram classificadas em cinco categorias: Cotidianidade, Produtos midiáticos, Publicidade, Olimpíadas Rio2016 e Turismo, sendo que serão analisadas, na perspectiva da semiótica peirceana, representações visuais selecionadas dessa amostra, para cada uma das categorias. Da fundamentação teórica destacamos o conceito de *bios* midiático, proposto por Sodré, bem como a rela o comunica o/representa o, conforme Sfez. Entre os resultados, enfatizamos que os sentidos culturais atrelados ao cavalo doméstico são reavivados no *bios* midiático, desde os mitológicos até os gerados pelo uso cotidiano do animal; no entanto, a possibilidade dessas representações visuais incitarem a reflexão sobre o bem-estar do animal não   evidente. A importância desta pesquisa está na reflexão sobre a sensibiliza o das pessoas para o bem-estar do cavalo doméstico e, de modo específico, para a área de comunica o pela ênfase dada aos processos de interpreta o de representações visuais, que estão presentes em produtos midiáticos os mais diversos. Sendo assim, a pesquisa contempla uma média, o jornal impresso, bem como estuda um processo comunicacional guiado por representações visuais, o que a faz pertinente   área de concentra o M dias e   linha de pesquisa Análise de processos e produtos midiáticos.

Palavras-Chave: M dia. *Bios* midiático. Jornal impresso. Representa es visuais de cavalos domésticos. O Estado de S. Paulo.

ABSTRACT

This research deals with visual representations of the domestic horse, under guidance of the following question: up to which measure the meanings generated by visual representations of domestic horses, as published during 2016 in the O Estado de S. Paulo newspaper, contribute towards people's awareness concerning well-being of these animals? In this way, the research's overall goal is outlined as the pursuit of understanding potential meanings regarding the domestic horse's mediatic *bios*, spread by O Estado de S. Paulo newspaper in 2016. Specific goals are as follows: to understand interpretational functions in communicational processes; to detail the potential of meanings generated by visual representations of domestic horses; and, finally, to inventory up to which measure the meanings generated by visual representations induce interpreters to resignify their beliefs concerning horses, to the point of being sensitized to these animals' well-being. Among media depicting horses, we chose visual representations published during 2016 in the O Estado de S. Paulo newspaper to constitute our *corpus*, classifying them into five categories: Daily life, Mediatic products, Advertising, Rio2016 Olympics and Tourism, proceeding to analyze, for each category, visual representations selected from this sampling, within the perspective of Peircean semiotics. Concerning theoretical foundation, we highlight the concept of mediatic *bios* as proposed by Sodré, as well as the relation between communication and representation according to Sfez. Among the results, we emphasize that the cultural meanings attached to the domestic horse are revived in its mediatic *bios*, from the mythological ones up to those produced by the horse's daily use. However, the possibility for these visual representations to stimulate thoughts on equine well-being is not evident. This research's importance lies in the reflection about people's awareness of the domestic horse's well-being and, specifically, to the field of communications, due to the significance given to interpretational processes of visual representations, which are present in many different mediatic products. Therefore, the research contemplates a given media – printed newspapers – besides studying a communicational process that is guided by visual representations; this assigns its relevance to the concentration area of Medias and to the research line of Analysis of mediatic processes and products.

Keywords: Media. Mediatic *bios*. Printed newspaper. Visual representation of the domestic horse. O Estado de S. Paulo newspaper.

Lista de ilustrações

Figura 1 – Representação de cavalo.....	29
Figura 2 – A definição do signo em diagrama.....	31
Figura 3 – Representação de cavalo 2.....	32
Figura 4 – Whistlejacket, por George Stubbs, 1762. Óleo sobre Tela.....	34
Figura 5 - Cavalo e cavaleiro à mercê da manipulação digital.....	46
Figura 6 – Amazona e cavalo.....	54
Figura 7 – Amazona de CCE nos Jogos Olímpicos do RJ.....	55
Figura 8 – O jornaleiro a cavalo.....	59
Figura 9 – Anúncio publicitário.....	60
Figura 10 – <i>Ex-libris</i> de Bernard Gregoire.....	61
Figura 11 – O jornaleiro a cavalo agora troféu.....	61
Figura 12 – O Pégaso num universo cor-de-rosa.....	63
Figura 13 – A vez do “Pégaso”.....	68
Figura 14 – Personagem do desenho animado Shrek 2.....	68
Figura 15 – O unicórnio: “coisa de criança”.....	69
Figura 16 – Fazenda Boa Vista: a vista.....	72
Figura 17 – Cavalos à vista.....	73
Figura 18 – Cavaleiros em jogo de polo.....	73
Figura 19 – Cavalo em pose.....	74
Figura 20 – Cavalos em cena.....	74
Figura 21 – Pônei e crianças.....	75
Figura 22 – O cavalo na guerra.....	79
Figura 23 – A Liberdade Guiando o Povo (Delacroix).....	81

Figura 24 – A Fuga para o Egito (Giotto).....	82
Figura 25 – Entrada de Cristo em Jerusalém (Flandrin).....	83
Figura 26 – O cavalo em batalha no cotidiano.....	85
Figura 27 - Equipamento protetor da cavalaria da Polícia Militar.....	86
Figura 28 – Expressões similares.....	87
Figura 29 – Sintonia entre o agressor e o perseguido.....	87
Figura 30 – O burro trabalhador... longe do Olimpo.....	89
Figura 31 - Mercado na Praia dos Mineiros (Rugendas).....	94
Figura 32 - O Grito do Ipiranga (Pedro Américo).....	95
Figura 33 - Cavalo e cavaleiro em sintonia.....	96
Figura 34 - A parelha preta e branca em Ben Hur.....	100
Figura 35 – A corrida no filme Ben Hur.....	102
Figura 36 – Os cavalos negros e brancos.....	102
Figura 37 – Os cavalos brancos e a realeza britânica.....	107
Figura 38 - Desfile de Coroação de Charles I.....	109
Figura 39 - Funeral da Rainha Vitória, 1901.....	110
Figura 40 - Casamento de Charles e Diana, julho de 1981.....	110

Sumário

1.	Introdução.....	12
1.1.	Sobre o emergir da nossa questão norteadora.....	12
1.2.	Sobre pesquisas com representações de cavalos.....	15
1.3.	Delineando a questão norteadora.....	19
1.4.	Justificativa.....	20
1.5.	Objetivos e estratégias metodológicas.....	23
1.6.	Dos capítulos.....	26
2.	Sobre semiótica e estratégias de análise de representações visuais.....	28
3.	Comunicação e o <i>bios</i> midiático.....	40
3.1.	Mídias e midiatização.....	40
3.2.	Sobre <i>bios</i> midiático.....	43
3.3.	Sobre comunicação/representação.....	48
4.	O potencial de sentidos de representações visuais de cavalos.....	53
4.1.	O cavalo de raça no esporte.....	53
4.2.	Representações do cavalo na publicidade.....	58
4.2.1.	Representações do cavalo na campanha Desafio Estadão Cannes.....	58
4.2.1.A.	O jornaleiro a cavalo.....	59
4.2.1.B.	O Pégaso e o unicórnio.....	62
4.2.2.	Representações do cavalo na campanha Fazenda Boa Vista.....	71
4.2.2.A.	Descrição das peças publicitárias.....	72
4.2.2.B.	Análises das peças publicitárias.....	75
4.3.	O cavalo doméstico no cotidiano.....	78
4.4.	O cavalo no entretenimento.....	100
4.5.	O cavalo em turismo e cotidiano.....	107
5.	Considerações finais.....	113
	Referências.....	118

1.Introdução

Iniciamos com a apresentação do contexto em que a pergunta norteadora da nossa pesquisa emergiu. Em seguida, apresentamos um estado da questão para pesquisas que envolvem representações de cavalo doméstico; também uma justificativa à pergunta norteadora, os objetivos e estratégias metodológicas e, por fim, comentamos sobre a distribuição dos resultados por capítulos.

1.1 Sobre o emergir da nossa questão norteadora

O nosso interesse – na verdade paixão – por tudo relacionado aos cavalos remonta à idade de seis anos. Na falta de cavalos reais na vida cotidiana, passamos a ler tudo sobre o tema. Apesar de nosso talento para a escrita e iniciarmos as traduções de textos técnicos aos 14 anos de idade, o interesse por cavalos nos conduziu à graduação em medicina veterinária, curso que concluímos em 1986.

Durante alguns anos, nos dedicamos à clínica geral de grandes e pequenos animais e à administração de haras, hípicas e outros tipos de estabelecimentos equestres. Logo descobrimos que, mesmo na veterinária, tínhamos muito mais satisfação em preservar a saúde dos animais do que em curar os doentes. Assim, cada vez mais passamos a nos dedicar à medicina preventiva – que inclui o treinamento adequado do animal – no que atualmente chamamos de bem-estar animal. A partir de 1995, passamos a trabalhar com instrução em equitação, o treinamento de cavalos e gerenciamento de hípicas.

Realizamos também alguns trabalhos técnicos, como por exemplo, para a revista *Horse Business*, onde ao longo de dez anos escrevemos centenas de artigos sobre manejo, treinamento, bem-estar e saúde dos cavalos, entre outros assuntos. Também éramos responsáveis pela revisão de todo o conteúdo da revista, elaboração de pauta e acompanhamento da produção fotográfica. Esporadicamente, escrevemos como *freelancer* para revistas e portais, atividade à qual não damos muita atenção no Brasil, pois não há por aqui o hábito da remuneração destes textos, diferente do que acontece no exterior. Temos artigos publicados na Itália, Alemanha, Austrália e Rússia, sempre em revistas sobre cavalos, dirigidas ao grande público.

Desde 2003, trabalhamos esporadicamente com a fotógrafa italiana Paula da Silva, que viaja o mundo retratando cavalos em contextos culturais diferenciados. Atuamos em produções técnicas e artísticas, para estoque e comercialização de imagens em revistas e outras mídias. Fizemos alguns projetos, seja de textos técnicos ou literários, com fotos de

Paula. No Brasil trabalhamos com ela em Minas Gerais, Rio Grande do Sul e Bahia, além do estado de São Paulo; no exterior, acompanhamos a fotógrafa em produções na Alemanha e na Itália.

Seguimos como tradutora de textos e de livros e também como intérprete sucessiva ou simultânea em congressos técnicos ou cursos, geralmente com temática equestre. Traduzimos ao português o primeiro volume das Diretrizes para Formação de Cavalos e Cavaleiros, da Federação Equestre Alemã, publicado no Brasil pela editora da Universidade do Cavalo (Sorocaba – SP), e atuamos como editora, revisora e tradutora ao alemão do livro *Fit4Gold* (publicado em português, inglês e alemão), diário onde a amazona luso-brasileira Luciana Diniz relata suas experiências nos Jogos Olímpicos do Rio, em 2016. Atualmente continuamos trabalhando com Luciana nos seus diversos projetos de livros e textos, sempre com revisão, edição e tradução.

Tivemos oportunidade de trabalhar em três edições de Jogos Olímpicos: Atlanta, em 1996; Hong Kong (sede das modalidades equestres), em 2008, e Rio de Janeiro, em 2016. Nas duas primeiras como auxiliar da equipe brasileira de Concurso Completo de Equitação (CCE), e no Rio de Janeiro, como oficial técnico nacional – NTO - também da modalidade CCE, parte do grupo de pessoas responsáveis pela logística e funcionamento das provas.

Algumas vezes por ano, participamos como palestrante em semanas acadêmicas e congressos, em universidades, entidades ou grupos de interesse, sempre com temática equestre; atualmente, o tópico mais solicitado é o bem-estar dos cavalos de esporte, com muita ênfase nos aspectos etológicos da espécie.

Desde 1997, atuamos como instrutora na Universidade do Cavalo (UC), em Sorocaba, empresa que ministra cursos livres na equinocultura, focados na formação de mão-de-obra do setor, mas também na demanda crescente por informação, capacitação e autonomia dos proprietários dos animais nos cuidados com os mesmos. Em 2005, a UC, em princípio com o Uirapuru Superior, criou o curso de gestão de equinocultura, atualmente o único curso superior no Brasil dedicado à área. Este curso, em 2008, migrou para a UNISO, onde continua até hoje. Compomos o corpo docente do mesmo desde 2007, o que fez também com que nos tornássemos professora do curso de medicina veterinária, implantado pela UNISO em 2012. Assim, após a especialização, a carreira docente nos conduziu ao mestrado, o qual optamos por fazer na própria UNISO, com o propósito primeiro de agregar à nossa experiência conhecimentos de comunicação e cultura.

Em cunho mais pessoal, sempre tivemos pelo menos um cavalo próprio, atualmente dois, com os quais competimos nas modalidades salto e CCE. Como proprietária e veterinária, instrutora e professora, competidora e organizadora, bem como por guardar uma grande afinidade com os animais, seguimos com o propósito de compreender a evolução e tendências da equinocultura, do nosso patrimônio cultural equestre, e do que tudo isso representa para as pessoas, num contexto em que as tecnologias e a economia geram demandas que, em alguma medida, (re)constroem ou ressignificam práticas sociais.

Pois toda essa vivência com os cavalos despertou o nosso interesse por essa espécie de vida que parece ser construída pelas mídias, com e sobre os cavalos domésticos. Filmes, documentários, desenhos animados, revistas especializadas, entre outras mídias, contribuem para a instauração de um universo de informações, imagens e conhecimentos sobre o animal. Há filmes que contam histórias de pessoas e cavalos, como *Cavalo de Guerra*, de Spielberg; *The Horsemen*, de Frankenheimer, ou *O Corcel Negro*, de Coppola, que obedecem fielmente à jornada do herói, preconizada por Campbell.

Um herói se lança na aventura, deixando o mundo comum do dia-a-dia, e ingressando numa região de maravilhas sobrenaturais: forças fabulosas são encontradas e uma vitória decisiva é conquistada. O herói retorna dessa misteriosa aventura com o poder de conceder benefícios aos seus companheiros. (CAMPBELL, 2001, p. 163).

Os sentidos construídos com o filme estão, no caso, associados ao cavalo doméstico. Os valores reinantes no nosso meio – o *bios* midiático, conforme Sodré (2002) - e vinculados ao cavalo são postos em circula o por produtos midiáticos e, em certa medida, com isso, os usuários constroem e reconstroem a imagem desse animal, bem como podem se sensibilizar quanto ao bem-estar do próprio animal.

Assim, a pergunta norteadora da nossa pesquisa vai se delineando. Consideramos interessante verificar se as representa es de cavalo, ou o potencial de sentidos gerados por essas modalidades de representa o, são estudadas e, em caso afirmativo, como são estudadas na área de comunica o e informa o.

A pesquisa   importante para a comunica o, não são por buscarmos compreensão de processos comunicacionais no *bios* midiático, mas também por conjeturarmos se isto influencia ou não no bem-estar animal. Cabe ressaltar como as representa es de cavalos domésticos aproximam-se de experiências do cotidiano das pessoas com o animal.

A nossa pesquisa, num primeiro momento, portanto, envolve as mídias em geral, e representações visuais de cavalos domésticos. Vamos, ainda que breve, elaborar um estado da arte desse assunto.

1.2 Sobre pesquisas com representações de cavalos

Em busca no banco de dissertações e teses da CAPES, guiada pela palavra “cavalo”, encontramos 773 trabalhos, principalmente da área de Ciências Agrárias, Biológicas, Linguística, Letras e Artes e Ciências Humanas.

Uma pesquisa, entre inúmeras que abordam as representações de cavalo na cultura popular, de Maior Júnior (2014), intitulada *Da boca da noite à barra do dia: as representações do cavalo marinho: o caso do boi ventania de Feira Nova – PE*, tem como objetivo a compreensão das diferentes representações do Cavalo Marinho, tomando como *corpus* publicações acadêmicas, bibliografia folclórica e narrativas de atores sociais envolvidos nessa manifestação cultural. O Cavalo Marinho, nesse contexto, é uma manifestação artística de tradição oral que contém música, dança, poesia e encenação de figuras, típica das cidades do Agreste Setentrional e Zona da Mata Norte, de Pernambuco. Em relação à nossa pesquisa, estas atestam que representações do cavalo compõem a nossa cultura.

Consideramos importante destacar que o cavalo, para Jung (1988), é um animal sempre presente na mitologia e no folclore. Nas suas palavras:

Enquanto animal, representa a psique não humana, o infra-humano, a parte animal e, por conseguinte, a parte psíquica inconsciente; por este motivo encontramos no folclore os cavalos clarividentes e “clariaudientes”, que às vezes até falam. Enquanto animais de carga, a sua relação com o arquétipo da mãe e das mais próximas (as valquírias que carregam o herói morto até Walhalla, o cavalo de Tróia, etc). Enquanto inferiores ao homem representam o ventre e o mundo instintivo que dele ascende. O cavalo é “dynamis” e veículo, somos por ele levados como por um impulso, mas como os impulsos está sujeito ao pânico, por lhe faltarem as qualidades superiores da consciência. Tem algo a ver com a magia, isto é, com a esfera do irracional, do mágico, principalmente os cavalos pretos (os cavalos da noite), que anunciam a morte. (JUNG, 1988, § 347).

As interações do ser humano com o cavalo também são contempladas, tanto do ponto de vista técnico, relacionado às práticas esportivas, como na área da saúde, com a introdução de terapias envolvendo esses animais. Seleccionamos algumas que se aproximam da nossa pesquisa por envolver relações entre pessoas e o animal.

Menezes (2016), em dissertação intitulada *Vibrações de corpo inteiro na interface cavalo-cavaleiro em situações dinâmicas*, partiu do pressuposto de que indivíduos em posição de montaria são expostos às vibrações transmitidas pela andadura do cavalo através do contato entre o acessório de montaria e o indivíduo, para analisar a magnitude das vibrações de corpo inteiro (VCI) na interface cavalo-cavaleiro em situações dinâmicas.

Alves (2015), em *Corpo e linguagem na equoterapia: uma leitura psicanalítica*, analisou a relação estabelecida entre o praticante, o mediador e o cavalo, na prática equoterapêutica, sob a perspectiva psicanalítica. A prática, nessa pesquisa, envolveu sujeitos com dificuldades subjetivas, em particular, nos processos de escolarização, com o propósito de contribuir futuramente na compreensão teórica do processo equoterapêutico.

Lima (2015), em *Cada doma é um livro: a relação entre humanos e cavalos no pampa sul-rio-grandense*, uma pesquisa etnográfica, tratou da relação entre humanos e animais no pampa, interação essa estabelecida entre os domadores e os cavalos na doma. Esclarece o autor que, nessa interação, o domador é o artífice que possui a habilidade das técnicas de ensinar cavalos para atividades relacionadas aos trabalhos que envolvem a pecuária extensiva, e que se trata de um saber/fazer em que o cavalo aprende formas de comunicação com o humano.

Hofstetter (2009), em sua tese de doutorado *Lyrical Beasts*, faz um retrospecto da representação cultural e midiática na sociedade anglo-americana, desde o século XIX até os dias atuais, argumentando em favor da importância única do cavalo na formação cultural daquela sociedade. Na análise, não apenas de produções cinematográficas, mas também de literatura *best-seller* de várias épocas, são feitas considerações sobre a nostalgia por valores tradicionais, atribuídos simbolicamente ao cavalo, assim como às associações de gênero com a dicotomia entre caubóis do oeste e as amazonas de salto da costa leste, nos Estados Unidos. A autora identifica nostalgia pelo passado no sucesso de produções cinematográficas recentes retratando cavalos.

A nossa pesquisa toma como *corpus* representações visuais de cavalos que, de certo modo, engendram na sua materialidade simbolismos referentes ao cavalo. Deste modo, essa tese contribui para resgatarmos tais simbolismos, bem como permite compreender como foram realizadas as interpretações.

Kane (2004), em *The Archetypal Mythology of Horses*, descreve como o cavalo retrata os principais arquétipos junguianos. A simbologia do cavalo é revista desde o

período paleolítico até as atuais produções de cinema e televisão. As representações artísticas e significados culturais do cavalo são descritas em face de conceitos, tais como *animus* e *anima*, sombras clara e escura, o *trickster*, e demais, incluindo conotações folclóricas e culturais destas simbologias. É mostrado também como estes significados se repetem de maneira ubíqua em sociedades humanas de diversas eras e continentes, reforçando o *status* arquetípico do cavalo.

Numa primeira observação das representações visuais que compõem o *corpus* da nossa pesquisa, fica claro que essas representações podem tornar-se uma superfície de projeção de conteúdo (ou reflexões) muito distintos, que dependem muito mais das associações as quais desperta no observador do que da realidade retratada na imagem. Por exemplo, o cavalo escuro montado por um policial militar desperta sentimentos totalmente distintos do cavalo branco atrelado a uma carruagem, por mais que a realidade intrínseca das criaturas equinas ali fotografadas seja similar. Os simbolismos vinculados ao cavalo podem preponderar na percepção que temos do animal em relação ao cavalo real. O estudo dos arquétipos junguianos associados ao cavalo, tal como conduzido por Kane neste texto, ajuda na compreensão deste fenômeno, possivelmente ligado ao nosso inconsciente coletivo.

Adelman (2013), autora de um dos capítulos de *Gender and Equestrian Sport: Riding Around the World*, discorre sobre a participação de mulheres no tradicional rodeio sulriograndense. A pesquisadora analisa a evolução da participação feminina num ambiente *a priori* estritamente masculino, considerando paralelos entre este universo equestre e a evolução da sociedade como um todo. As representações iconográficas na construção do mito do “gaúcho heroico” dentro dos Centros de Tradições Gaúchas são descritas como parte da identidade cultural local, em que o cavalo é sempre figura central.

Este livro aborda questões de gênero em diversas culturas equestres. Em seu capítulo, a autora, vinculada à Universidade Federal do Paraná, analisa o papel do cavalo na sociedade do Sul do Brasil, tradicionalmente paternalista, e faz um estudo sobre como algumas mulheres estão questionando ou até rompendo o paradigma vigente em relação às restrições que lhes são impostas na lida com cavalos.

Para o nosso projeto, que se debruça sobre as imagens escolhidas para ilustrar conteúdo em um jornal diário – artigos editoriais e anúncios, nos quais os cavalos podem ser tanto protagonistas quanto figurantes da cena – este texto, bem como demais capítulos do livro, oferece maneiras adicionais de como a figura do cavalo pode ser percebida pelo observador, e se este vê como desejável ou não a associação àquele contexto. Se em uma

comunidade vigora a crença de que “cavalo é coisa de homem”, então, a figura equina pode não ser a melhor escolha para uma campanha de produtos destinados ao público feminino. Em outras culturas ou modalidades de utilização do cavalo, ele pode se tornar um referencial feminino. Com isso, pode-se inferir que o conhecimento dessas especificidades da cultura local, por parte do editor de imagens ou do publicitário, é importante para que o público-alvo seja adequadamente atingido.

Quanto ao bem-estar animal, em artigo intitulado Benefícios econômicos do bem-estar animal: estudo de caso, Lima (2017) correlaciona as práticas voltadas ao bem-estar animal em criação, manejo e treinamento de equinos à relação custo-benefício das mesmas. Através da análise de dados coletados em estabelecimentos equestres, o autor reforça a tese de que condições de vida próximas às naturais são mais saudáveis para os cavalos, diminuindo a incidência de doenças e lesões, portanto, diminuindo o custo de produção. A equideocultura - significando criação e comercialização de cavalos, jumentos e muares para esporte, lazer e representação – ainda que não seja, em geral, empreendida com o lucro financeiro como primeiro objetivo, gera empregos e movimenta grande volume financeiro. Segundo o Estudo do Complexo do Agronegócio Cavalo, publicado pelo Ministério da Agricultura e Pecuária, existem no Brasil em torno de 5 milhões de equídeos. O setor movimenta em torno de 16 bilhões de reais por ano, gerando 607 mil empregos diretos, em dados de 2015 / 2016. (Lima *et al*, 2016.)

Há uma interface entre o bem-estar dos equídeos, tal como delineado no artigo acima mencionado, e esta dissertação, nos dados que lançam maior compreensão sobre as características do relacionamento entre pessoas e cavalos, tanto historicamente como no contexto atual, à medida que esta concepção é parte dos fatores a determinarem como as imagens com cavalos serão percebidas e compreendidas pelo público. Os resultados obtidos por Lima (2017), contrariamente ao que as pessoas pouco envolvidas no meio equestre possam pensar, apontam que a qualidade de vida de cavalos mantidos a pasto em fazendas pode ser muito melhor do que a daqueles animais contidos em baias de sofisticados estabelecimentos equestres. Neste contexto, cumpre considerar fenômenos bem conhecidos em comunicação e psicologia, tais como transferência e antropomorfização. As ferramentas da ciência da comunicação ajudam na análise e compreensão dos mesmos, e assim se tornam importantes aliados na busca de maior bem-estar dos cavalos domésticos no século XXI.

Estas pesquisas, de certo, contribuem para validar a importância de pesquisa sobre representações de cavalo. Elas estão presentes em uma grande variedade de produtos

mediáticos. O potencial de sentidos gerados por tais representações colocam as crenças, o imaginário, bem como as imagens de cavalo em movimento no pensamento do intérprete que, desse modo, pode ressignificá-las. Por esse caminho segue a pergunta norteadora da nossa pesquisa, que anunciamos em seguida.

1.3 Delineando a questão norteadora

As relações entre cavalos e pessoas têm características únicas, diferentes das que temos com qualquer outra espécie animal domesticada. Todos os usos que ao longo de milênios foram feitos dos equídeos - cavalos, jumentos e muares - surgiram em função do movimento. Estes animais nos emprestam velocidade, força e poder. Ampliam nosso raio de ação e, sendo assim, potencializam nosso corpo e nossas mentes. Esta é a origem do mito do centauro e também do arquétipo do cavalo.

Há um certo fascínio pelos cavalos, tanto que a sua simbologia permanece com o uso de representações do cavalo nas artes, na mídia e em representações que envolvem poder, desde os brasões da aristocracia até os símbolos de marcas de luxo.

Em todos estes anos de trabalho no setor, não nos lembramos de ter ouvido as pessoas dizerem que cavalos sejam feios ou que não gostam deles – mesmo aquelas que nunca chegaram perto deles os qualificam como bonitos e poderosos. Os termos que as pessoas usam para qualifica-los tendem a se repetir: potência, velocidade, força, vigor, enquanto para o par cavalo-cavaleiro (em linguagem equestre, o “conjunto”) os termos percorrem da rusticidade do vaqueiro à sofisticação do jogador de polo, da pobreza do carroceiro à afluência do ambiente do Jockey Clube, citando apenas alguns clichês. Mesmo sendo clichês, são reais, e prontamente identificados também pelas pessoas sem vivência no meio equestre.

Ao longo da nossa vida de trabalho com cavalos, percebemos em clientes, alunos e em tantas pessoas que frequentam os mais diversos tipos de eventos equestres, que estas ideias, idealizações e associações permanecem. Parece-nos que os cavalos frequentemente são idealizados por seus donos, seus cavaleiros e também pelo público, como criaturas perfeitas que nos doam suas próprias qualidades, e que nasceram apenas para isto. Nem sempre é tão simples como parece, porque a agenda real da criatura cavalo, do animal quadrúpede que, se deixado ao seu próprio expediente, passaria os dias pastando na companhia de outros cavalos – e só isso – corre o risco de ser ignorada. O corcel alado da fantasia, visto com objetividade, por vezes é um animal solitário, confinado numa cocheira durante vinte e três horas diárias, que pode até não sofrer de

carências básicas tais como fome e sede, mas que mesmo não sendo espancado nem explorado acima de suas capacidades, é mantido de maneira totalmente oposta às necessidades etológicas da espécie. E isto, por iniciativa ou convivência da pessoa que se percebe amando aquele animal e que afirma não poder viver sem ele.

No nosso percurso como mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, os estudos realizados sobre mídias, sobre o potencial de sentidos gerados por representações visuais, entre outros temas, nos instigou a verificar como a mídia constrói sentidos e significados vinculados aos cavalos domésticos. Entre as inúmeras mídias, selecionamos um jornal impresso de grande circulação nacional, o Estado de S. Paulo. Critérios objetivos para esta escolha incluíram qualidade e diversidade editorial, e o fato de se tratar de um dos periódicos brasileiros que constituem referência na formação de opinião. Dentre os vários jornais que dividem esta posição, talvez seja O Estado de S. Paulo que tem maior vínculo tradicional com o meio equestre. Até os anos 1990, o jornal tinha uma seção diária sobre o turfe. Um dos símbolos do periódico é a figura do “jornaleiro a cavalo”, que consta em seu editorial, e de que tratamos num dos próximos capítulos.

A opção pelo ano de 2016, para seleção das representações visuais de cavalos domésticos, deu-se por ser este o ano das Olimpíadas do Rio, diante da possibilidade de que haveria maior quantidade de imagens para os esportes equestres, nas páginas dedicadas à cobertura dos Jogos Olímpicos.

Com isto, fica então delineada a seguinte pergunta norteadora: Em que medida os sentidos gerados pelas representações visuais de cavalos domésticos, veiculadas no jornal O Estado de S. Paulo, de 2016, contribuem para que as pessoas se sensibilizem quanto ao bem-estar desses animais?

Podemos, então, explicitar os objetivos e as estratégias metodológicas, mas por ora segue a justificativa.

1.4 Justificativa

Os simbolismos vinculados ao *Equus caballus*, via de regra, são percebidos pelas pessoas. A dimensão simbólica e arquetípica do cavalo é muito estudada na antropologia, na sociologia e explica parte da própria indelebilidade do nosso interesse pelos cavalos, em plena era digital. Ouvimos, com frequência, frases do tipo: “acho os cavalos lindos, eles me trazem sensação de liberdade”. Nesse caso, a pessoa está expressando um

pensamento muito mais em função da imagem que construiu sobre cavalos do que do seu conhecimento a partir de experiências reais ou conhecimentos sobre o que os equinos realmente são.

Por exemplo, uma ocorrência bem comum na vida real é uma pessoa sofrer uma queda de cavalo por subestimar o perigo da situação. Defrontada com, digamos, um lindo garanhão negro de longas crinas, uma pessoa inexperiente pode se aventurar a montar este animal por identificá-lo com a sua visão interna de liberdade e energia vital, esquecendo de que o animal não é uma máquina e nem uma projeção dos sentimentos daquela pessoa, porém um ser vivo com comportamentos específicos. Muitos acidentes equestres já aconteceram por conta de mal-entendidos deste tipo.

O grupo de pesquisa EquiMed Staff cita o pouco conhecimento da etologia equina como a segunda causa mais frequente de lesões em pessoas causadas por acidentes equestres:

As cinco principais causas de lesões relacionadas a cavalos incluem: falta de treinamento adequado de cavalo e / ou cavaleiro; pouca compreensão do comportamento e da psique equina por parte do cavaleiro; (...) As chaves para segurança na lida com cavalos incluem: boas aulas de equitação; boa condição física de cavalo e cavaleiro; conhecimento da maneira pela qual os cavalos pensam, agem, e reagem.¹

Outra situação frequente é a submissão de cavalos a condições ambientais e de manejo totalmente inadequadas para eles, porque seu responsável não zela pela prática de exercícios ou alimentação, que pode ser excessiva, ou por mantê-los confinados e isolados. Prado [*et al.*] (2008) citam que alterações no manejo alimentar, tais como excesso de rações concentradas ou modificações bruscas no horário das refeições, estão entre os maiores fatores predisponentes para as cólicas (que é o nome genérico das afecções abdominais agudas dos equinos, as quais são a maior causa de morte dos cavalos por patologia aguda).

Já que todos os usos humanos do cavalo – sejam trabalho, esporte ou lazer – revolvem em torno do movimento, a perda funcional de movimentação resulta em perda de qualidade de vida ou até mesmo no descarte precoce dos animais. Oliveira [*et al.*]

¹ The 5 main causes of horse-related injuries include: Lack of proper training of rider and/or horse; Rider's lack of understanding of horse psyche and behavior (...) The keys to safe horsemanship include: Proper riding instruction; Good physical condition of both rider and horse; Knowledge about how horses think, act, and respond. Disponível em: <<http://equimed.com/health-centers/general-care/articles/causes-of-horse-related-injuries-and-how-to-prevent-them>>. Acesso em: 20 abril 2018. Tradução nossa.

(2014) afirmam que a claudicação é a principal causa na redução de performance nesse esporte, podendo limitar ou mesmo encerrar a atividade atlética de cavalos. Os autores afirmam que desordens ou injúrias nos cavalos de esporte são resultantes do estresse gerado pelo treinamento excessivo, lesões por esforço repetitivo, sobrecarga de peso em animais adultos e o avanço da idade. Ainda que alguns problemas locomotores sejam relacionados ao envelhecimento, muitos outros são evitáveis, ou seu início pode se dar muito mais tarde, em função de cuidados adequados com o aparelho locomotor dos cavalos.

Em ambas as instâncias, a preparação adequada das pessoas responsáveis pelo cavalo, aí incluindo tanto formação técnica quanto sua motivação interna para a tarefa, é essencial para manter assegurado o padrão de bem-estar dos animais. Em geral, é possível dizer que apenas pessoas que gostam muito de cavalos devem se tornar proprietários ou cuidadores deles, uma vez que os animais demandam grandes investimentos de tempo e de dinheiro por parte de seus responsáveis. Estimular, intencionalmente ou não, a posse de cavalos por modismos ou pressão social não costuma ser condutor à boa qualidade de vida destes animais.

Assim, verificar a diferença entre as representações do cavalo e a imagem que as pessoas constroem a partir dessas representações e entre o animal real pode trazer contribuições para a compreensão e a importância da interpretação, não só de processos comunicacionais que envolvem tais representações, como as que envolvem representações em geral.

A possibilidade de sensibilização para a importância da interpretação em processos comunicacionais, bem como o desenvolvimento de crenças e concepções voltadas para a qualidade de vida do cavalo doméstico, são as justificativas para essa pesquisa.

Num sentido mais amplo ainda está a possibilidade de compreender nossas manifestações culturais, vistas aqui como aspectos estéticos e éticos, componentes que diferenciam nossas vidas e colocam o cotidiano num patamar que engrandece e confere sentido à vida humana. É neste contexto que se faz necessário compreender e estudar o que podemos denominar de “cultura equestre”, na qual os cavalos podem ser antídotos para a tendência, às vezes preocupante, da crescente imersão das pessoas em ambientes virtuais, distanciando-se, por assim dizer, da realidade concreta e física de suas vidas, com toda a problemática de saúde física e emocional que isto pode desencadear.

Seguem os objetivos e as estratégias metodológicas.

1.5 Objetivos e estratégias metodológicas

O objetivo geral da pesquisa é compreender se o potencial de sentidos postos em circulação no *bios* midiático por representações visuais de cavalos domésticos pode sensibilizar as pessoas para a qualidade de vida destes animais. Os objetivos específicos são os seguintes: compreender a função da interpretação nos processos comunicacionais, que envolvem representações visuais; sensibilizar o intérprete em relação ao potencial de sentidos gerados por representações visuais de cavalos domésticos e, por fim, inventariar como os sentidos gerados pelas representações visuais que constam no jornal selecionado, no período estipulado, levam os usuários à ressignificação de suas crenças e concepções sobre cavalos a ponto de se atentarem às possíveis influências sobre o bem estar destes animais.

As representações visuais – desenhos, figuras, fotografias, reprodução de imagens de filmes, games e outros produtos midiáticos - foram coletadas no acervo online do jornal O Estado de S. Paulo, dia por dia, no ano de 2016. Coletamos trinta e oito representações visuais, que foram classificadas em cinco categorias, tal como mostramos na Tabela 01, que vem a seguir.

Tabela 01 – Representações visuais de cavalos coletadas nas edições de O Estado de S. Paulo no ano de 2016.

Categoria de representação visual	Quantidade	Quantidade de imagens analisadas
Cotidianidade	07	04
Produtos midiáticos	04	01
Publicidade	11	08
Rio2016	10	01
Turismo	06	01
Total	38	15

Fonte: Elaboração própria

As representações visuais selecionadas compõem uma amostra de interesse, pois foram consideradas como mais significativas para análise, seja por guardarem aproximação com o jornal, pela qualidade da produção, ou por reavivarem aspectos distintos vinculados ao cavalo doméstico.

Os cavalos, nessas representações, tendem a atrair o olhar do intérprete. Mesmo que não sejam protagonistas da cena, são coadjuvantes que inevitavelmente chamam a atenção. Elas constituem uma amostra representativa para os equídeos domésticos, incluindo mulas e jumentos. Observamos situações de trabalho, esporte e lazer bem como transporte e guerra, e até mesmo a atuação dos animais em atividades terapêuticas. As mulas e jumentos representados na amostra seguem tão humildes quanto no papel que historicamente lhes coube. Os vários empregos históricos dos cavalos são também refletidos nas produções artísticas, em cenas de filmes e de produções televisivas, e também na literatura de cordel. Geralmente, as representações de cavalos presentes na publicidade visam transmitir sofisticação e exclusividade, ou criatividade artística, numa referência às derivações mitológicas dos equinos, tais como o unicórnio e o Pégaso.

Para tentar alcançar os objetivos, analisaremos algumas representações visuais, em cada uma das categorias, aplicando estratégias elaboradas a partir da gramática especulativa, um dos ramos da semiótica peirceana, tal como propõe Santaella (2002). Essa parte da semiótica ou lógica nos fornece as definições e classificações para análise de todos os tipos de linguagens.

Além de nos fornecer definições rigorosas do signo e do modo como os signos agem, [...] contém um grande inventário de tipos de signos e misturas sígnicas, nas inumeráveis gradações entre o verbal e o não verbal até o limite do quase-signo. Desse manancial conceitual, podemos extrair estratégias metodológicas para a leitura e análise de processos empíricos de signos (SANTAELLA, 2002, XIV).

Para realizar a análise semiótica de um objeto qualquer, que pode ser signo, na perspectiva da semiótica peirceana - no caso da nossa pesquisa, os objetos analisados serão as imagens selecionadas da amostra, buscando-se a maior diversidade possível de conteúdo e, portanto, variedade de possíveis interpretações - faz-se necessário lançar para tal objeto três tipos de olhar: contemplativo, observacional e o generalizante. Eles, respectivamente, captam os aspectos qualitativos, referenciais e os relativos às leis dos objetos, bem como as regras ou normas compartilhadas na cultura do intérprete.

Conforme explica Santaella (2002), o primeiro olhar permite capturar os aspectos qualitativos que, no caso, são os vinculados às cores, às formas, às linhas e às texturas, seguido de um olhar mais atento e diferenciador que permita distinguir esses aspectos para facilitar a generalização. Ao segundo olhar, cabe buscar pistas que levam o intérprete para existentes, para aspectos da realidade em que o objeto está inserido. O terceiro olhar busca os simbolismos que impregnam o objeto e, de certo modo, vinculado ao contexto

cultural em que o objeto se faz signo. Com a análise é possível elencar possibilidades interpretativas do signo antes que este seja de fato interpretado por alguém, em determinado lugar e momento, ou seja, exibimos um rol de interpretantes para as representações visuais. Com isso, vislumbramos a possibilidade de verificar se essa seara de sentidos permite refletir sobre o bem-estar dos cavalos domésticos.

Por fim, para falar de processos comunicacionais, buscamos a compreensão do papel das mídias no contexto atual, na perspectiva de Sodré (2006), que propõe a existência de um quarto *bios*, o midiático.

Fundamentando-se em Giddens, o autor esclarece que, no contexto atual, há uso sistemático de informações visando a reprodução de sistemas sociais, processo esse denominado reflexividade institucional. Esse fenômeno, conforme Sodré (2006, p. 22), “  agora o reflexo tornado real pelas tecnomedia  es, o que implica um grau elevado de indiferenciação entre o homem e sua imagem – o indivíduo   solicitado a viver, muito pouco reflexivamente, no interior das tecnomedia  es”.

O autor propõe a existência de um *bios* distinto das três formas de existência humana (*bios*) na pólis, propostas por Aristóteles: a vida contemplativa, a política e a prazerosa (*bios theoretikos*, *bios politikos* e *bios apolaustikos*, respectivamente). Este novo *bios*, que vem com a midiatização, constitui-se como “uma espécie de quarta esfera existencial, com uma qualificação cultural própria (uma “tecnocultura”) (SODRÉ, 2006, p. 22).

Assim sendo, precisamos saber “como essa qualificação atua em termos de influência ou poder na construção da realidade social (moldagem de percepções, afetos, significações, costumes e produção de efeitos políticos) desde a m dia tradicional até a novíssima” (SODRÉ, 2006, p. 22).

Outro aspecto que precisa ser abordado   a relação entre representação e comunicação.   preciso explicitar como podemos conceber a comunicação diante da possibilidade de se ter acesso ao conhecimento, em linhas gerais, via representação. Nesse sentido, consideramos pertinente refletir sobre a proposta de Sfez (2007). Há nessa obra um pensamento – um tanto quanto radical – mas que pode ser relativizado e posto no fluxo do pensamento que fundamenta a nossa pesquisa.

Sfez (2007) enfatiza que nunca se falou tanto de comunicação como nos dias atuais. Esclarece que, entre os gregos e nas cidades cristãs, o fundamento da sociedade era a comunicação. Em seguida, figuras que permitiam situar-se no mundo desapareceram. “Deus, a História, esse deus laicizado, as antigas teologias fundadoras

das grandes figuras simbólicas, tais como a Igualdade, a Nação, a Liberdade, desapareceram como meios de unificação.” (SFEZ, 2007, p. 12).

Pois nessa brecha, como explica o autor, nasce a comunicação, “como desesperado empreendimento para ligar análises específicas, meios extremamente estanques. Como uma nova teologia, a teologia dos tempos modernos, fruto da confusão de valores e de fragmentações impostas pela tecnologia”. (SFEZ, 2007, p. 12-13).

Ao tratar da comunicação, Sfez (2007) estabelece três metáforas: máquina, organismo e tautismo, que correspondem a três visões de mundo, que permitem classificar a comunicação, respectivamente, em: representativa, expressiva e confusional, que podem ser traduzidas pelos termos: representar, expressar e confundir. O importante, para nossa pesquisa, é a proposta do autor para a interpretação, que permite que os símbolos se conectem pela mediação de símbolos interpretantes, que leva a comunicação além das entranhas do sujeito.

Assim, a nossa pesquisa, diagramaticamente, pretende construir uma rede de sentidos, determinada por três nodos. Em um deles está a relação comunicação/representação; em outro, o *corpus* – as representações visuais de cavalos domésticos no jornal O Estado de S. Paulo, em 2016 - e, no terceiro, as interpretações de representações visuais que compõem a amostra, seguindo estratégias calcadas na semiótica peirceana.

A seguir, anunciamos a distribuição dos resultados, por capítulos.

1.6 Dos capítulos

Na Introdução, apresentamos o nosso caminhar com o projeto de pesquisa. Como emergiu a pergunta norteadora, o estado da questão de representações visuais de cavalos domésticos, os objetivos e aspectos teórico-metodológicos necessários para o desenvolvimento da pesquisa. Os resultados obtidos seguem em três capítulos.

No primeiro capítulo - Sobre semiótica e estratégias de análise de representações visuais - apresentamos aspectos da semiótica ou lógica peirceana. Dela deriva nosso olhar para as representações visuais e também as estratégias para interpretação.

No segundo capítulo - Comunicação e o *bios* midiático – apresentamos reflexões sobre mídia e midiatização, sobre o conceito de *bios* midiático conforme Sodré (2006) e o pensamento de Sfez (2007) sobre comunicação.

No terceiro capítulo - O potencial de sentidos de representações visuais de cavalos – apresentamos a interpretação das representações visuais, ou seja, via análises buscamos explicitar o potencial de sentidos latente nessas representações visuais.

Por fim, nas considerações finais, tentamos avaliar os resultados obtidos e conjecturar sobre perspectivas futuras.

2. Sobre semiótica e estratégias de análise de representações visuais

Neste capítulo, apresentamos aspectos da semiótica ou lógica e, de modo mais específico, da gramática especulativa, a partir da qual Santaella (2002) elaborou estratégias de análise para todos os tipos de signo e, em particular, para representações visuais. Desenhos, gravuras, pinturas, fotografias, imagens televisivas ou cinematográficas são denominadas representações visuais. Na nossa pesquisa, por se tratar de imagens de jornal, predominam reproduções de fotografias. Vamos apresentar os aspectos mencionados – definição de signo, classificações e estratégias de análise de signos – com exemplos.

Charles Sanders Peirce (1839-1914) fundou o pragmatismo e a ciência geral dos signos, a semiótica ou lógica. “Em seu sentido geral, lógica é, como eu acredito ter mostrado, apenas um outro nome para semiótica, a doutrina dos signos quase-necessária, ou formal.” (PEIRCE, X. 227, tradução nossa)².

A denominação “semiótica ou lógica” pode ser melhor compreendida se atentarmos à concepção de lógica nela envolvida.

O termo “lógica” é por mim empregado de maneira não-científica com dois significados distintos. No sentido mais estreito, é a ciência das condições necessárias para a obtenção da verdade. Em seu sentido mais amplo, é a ciência das leis necessárias do pensamento, ou, ainda melhor (ainda que aconteça sempre através de signos), é a semiótica geral, tendo por tema não apenas a verdade, mas também as condições gerais dos signos sendo signos (o que foi chamado por Duns Scotus de *grammatica speculativa*), e também as leis da evolução do pensamento, a qual, já que ela coincide com o estudo das condições necessárias para a transmissão de significado por signos de uma mente para outra, e de um estado mental para outro, deveria ser chamada, para aproveitar uma antiga associação de termos, de retórica especulativa. (CP 1.444, tradução nossa)³.

Adentremos, portanto, um dos ramos da semiótica ou lógica, a gramática especulativa, para estudar “as condições gerais dos signos sendo signos”. O signo não se restringe aos verbais, pois como esclarece Peirce (CP X.230, tradução nossa):

² Logic, in its general sense, is, as I believe I have shown, only another name for semiotic, the quasi-necessary, or formal, doctrine of signs.

³ The term "logic" is unscientifically by me employed in two distinct senses. In its narrower sense, it is the science of the necessary conditions of the attainment of truth. In its broader sense, it is the science of the necessary laws of thought, or, still better (thought always taking place by means of signs), it is general semeiotic, treating not merely of truth, but also of the general conditions of signs being signs (which Duns Scotus called *grammatica speculativa*), also of the laws of the evolution of thought, which since it coincides with the study of the necessary conditions of the transmission of meaning by signs from mind to mind, and from one state of mind to another, ought, for the sake of taking advantage of an old association of terms, be called *retorica speculativa*.

Para que qualquer coisa possa ser um Signo, ela deve 'representar', como dizemos, alguma outra coisa, chamada de seu Objeto, ainda que a condição para que um Signo seja diferente de seu Objeto talvez seja arbitrária, uma vez que se insistirmos deveremos pelo menos fazer uma exceção no caso de um Signo que seja parte de um Signo.⁴

A partir dessa definição, podemos dizer que o signo envolve um objeto, que é representado no signo. Mas, representar pode ser traduzido por estar no lugar de algo, assim, o objeto do signo não é a própria coisa. Vejamos um exemplo (Fig. 1).

Figura 1 – Representação de cavalo



Fonte: Reprodução de fotografia em notícia veiculada no jornal O Estado de S. Paulo, de 20 de junho de 2016, p. 40. Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20160620-44806-nac-40-esp-d6-not>>. Acesso em: 10 mar.2017.

⁴ But in order that anything should be a Sign, it must "represent," as we say, something else, called its Object, although the condition that a Sign must be other than its Object is perhaps arbitrary, since, if we insist upon it we must at least make an exception in the case of a Sign that is a part of a Sign.

A representação visual, no caso, apresenta o conjunto cavalo/cavaleiro e considerando-se os aspectos qualitativos e referenciais da imagem, o intérprete ou leitor do jornal constata que se trata de um cavalo real que esteve diante de uma câmera quando da prática de equitação. Os aspectos qualitativos referem-se ao jogo de cores, formas, texturas e de luz construídos na fotografia e os referenciais podem ser os vinculados à performance do conjunto cavalo/cavaleiro e os que reportam o intérprete a um determinado local e à prática do esporte, postos pelo público no plano de fundo e as barras coloridas, os obstáculos que o conjunto precisa superar. O fato de reportar o intérprete a algo existente, singular, num determinado tempo e espaço, faz desse signo, na relação com o objeto que indica, um índice; as fotografias são em geral indiciais. Há outros aspectos que podem ser considerados, como a própria materialidade da representação ou os possíveis efeitos que ela gera, pois são distintos para um intérprete que tem conhecimentos sobre a equitação, ou mesmo para o intérprete que pratica esse esporte e para algum intérprete que não tem nenhum envolvimento com cavalos, a não ser por representações, por imagens ou histórias sobre cavalos.

Os efeitos gerados pelo signo são denominados por Peirce de interpretante do signo, que é um outro signo, que pode ter uma natureza diversificada, pode ser uma emoção, uma reação ou reflexões sobre o objeto representado. Observando a representação (Fig. 1), o intérprete pode simplesmente exclamar: “Que belo animal!”, ou ainda identificá-lo individualmente, ou discorrer sobre a habilidade do conjunto cavalo/cavaleiro na prática do esporte.

Sobre o interpretante, conforme Peirce (CP 8. 332, tradução nossa):

Tomando signo no seu sentido mais amplo, seu interpretante não é necessariamente um signo. [...] mas nós podemos tomar um signo num sentido tão largo a ponto do seu interpretante não ser um pensamento, mas uma ação ou experiência, ou podemos mesmo alargar tanto o significado de signo a ponto de seu interpretante ser uma mera qualidade de sentimento.⁵

Vejamos outra definição de signo, em que Peirce explica o papel do interpretante na relação triádica objeto/signo/interpretante.

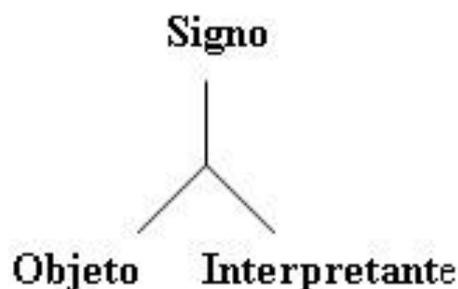
Defino um signo como qualquer coisa que por um lado seja determinado como tal por um Objeto e por outro determine uma ideia na mente de uma pessoa, de maneira que esta determinação posterior, que eu chamo de Interpretante do signo, seja com isso determinada de maneira mediata por aquele Objeto.

⁵ Taking sign in its broadest sense, its interpretant is not necessarily a sign.(...) But we may take a sign in so broad a sense that the interpretant of it is not a thought, but an action or experience, or we may even so enlarge the meaning of sign that its interpretant is a mere quality of feeling.

Portanto, um signo tem uma relação triádica com o seu Objeto e o seu Interpretante. (CP 8 .343, tradução nossa)⁶.

Essa definição corresponde ao diagrama (Fig. 2), que incita o intérprete a refletir sobre a continuidade desse processo, uma vez que o interpretante gerado, que é um signo, pode gerar outro interpretante, que se reporta ainda ao mesmo objeto representado no signo, e assim sucessivamente.

Figura 2 – A definição de signo em diagrama



Fonte: Drigo (2013, p. 63).

A ação do signo gera uma cadeia de interpretantes, um movimento de sentidos que, teoricamente, é infinito. No entanto, a semiose pode ser interrompida, por necessidades práticas. O intérprete, que está com o jornal em mãos, pode deslocar o olhar para outra imagem de cavalo, que está na mesma página, por exemplo. Deste modo, um novo pensamento envolvendo cavalos pode se desencadear.

Em outra representação (Fig. 3), cujo objeto pode ser a marca, pois trata-se de uma peça publicitária, a foto de um cavalo contribui para que a bravura, atado ao nosso imaginário sobre cavalo, seja agregada à marca.

⁶ I define a Sign as anything which on the one hand is so determined by an Object and on the other hand so determines an idea in a person's mind, that this latter determination, which I term the Interpretant of the sign, is thereby mediately determined by that Object. A sign, therefore, has a triadic relation to its Object and to its Interpretant.

Figura 3 – Representação de cavalo 2



Fonte: Reprodução de fotografia em anúncio veiculado no jornal O Estado de S. Paulo, de 20 de junho de 2016, p. 40. Disponível em: < <http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20160620-44806-nac-40-esp-d6-not> >. Acesso em: 10 mar.2017.

Com os dois exemplos, podemos constatar que uma representação não dá conta de abarcar todas as especificidades do cavalo. As nossas vivências com o animal, quer seja por contato com ele na vida real, ou por meio de produtos midiáticos, ou ainda por meio de outras modalidades de representação, como desenhos, pinturas e livros, não podem ser acopladas por um único signo. Isso não diminui a importância da tríade objeto/signo/interpretante para garantir o nosso acesso ao real, pelo contrário, mostra que essa precariedade do signo pode ser o elemento propulsor na construção de novas representações e, conseqüentemente, de novos interpretantes, para assim buscarmos um conhecimento razoável sobre o animal.

Convém saber como esse animal foi transformado em animal doméstico, como as diversas formas de conhecimento o utilizaram para disseminar sentidos e, agora, como as mídias apropriam-se desses sentidos e os ressignificam. Bem como, seria interessante refletir sobre a possibilidade de garantir o bem-estar desse animal, que foi pelas mãos do homem retirado do seu habitat e teve o seu desenvolvimento enquanto espécie alterado.

Conforme Casiuch (1997), estima-se que o *Equus caballus* está associado à espécie humana há mais de cinco mil anos. Há indícios de doma de cavalos, datados deste período, encontrados em Susa, cidade que fez parte dos impérios babilônico e persa (atualmente é um sítio arqueológico próximo à cidade de Shush).

A partir do início do século XIX, os seres humanos deixaram de ser dependentes dos cavalos para transporte, comunicação, defesa e segurança. Sob nossa perspectiva,

nem sempre nos lembramos de que ainda no tempo de Mozart, Kant e Newton nada havia no mundo, à disposição do ser humano, que fosse mais rápido do que um... cavalo. Antes do telégrafo e da ferrovia, invenções relativamente recentes, a velocidade e a força destes animais foram essenciais no desenvolvimento e na manutenção de nossa estrutura social e cultural.

Outro fato inconteste – embora nem sempre considerado – é que, ontem como hoje, cavalos são animais de manutenção dispendiosa, tanto pelo espaço que ocupam quanto pelas suas exigências alimentares, de cuidados e de treinamento para que possam bem desempenhar a função a que se destinam. Mesmo na estrutura militar, a cavalaria era restrita à aristocracia. O envolvimento com cavalos era sinal de superioridade social, signo de riqueza e prosperidade, ainda que não necessariamente alinhado à verdadeira capacidade econômica de seu proprietário.

O historiador Goulart (1964, p. 111) esclarece que o cavalo social de sela “sempre foi índice representativo mais de posição social do que da situação econômico-financeira de seu possuidor. [...] quanta gente se endividava para manter vida faustosa, no que se incluía a posse de cavalos de alto preço”.

O cavalo é símbolo de liberdade, força, poder, beleza, potência. Para Chevalier e Gheerbrant (2008, p. 206), o cavalo “não é um animal como os outros. Ele é a montaria, o veículo, a nave, sendo seu destino inseparável daquele do homem. Há entre ambos uma dialética especial, fonte de paz ou de conflito, do aspecto psíquico ou do mental.” Esse animal também está relacionado aos arquétipos. Segundo Kane (2004), os diversos arquétipos junguianos (*animus*, *anima*, herói, sombra negra, entre outros) podem ser representados por cavalos.

Todos os grandes arquétipos podem ser representados por alguma dimensão do *Equus*. No entanto, a maioria dos mitos equestres são contos que retratam cavalos em feitos heroicos de força, velocidade e resistência. Assim, o arquétipo com o qual mais prontamente identificamos o cavalo é o do Herói (o Divino, ou a Sombra Branca), que abrange nossas qualidades mais preciosas, tais como bondade, retidão, inteligência, criatividade, beleza, merecimento, talento e poder.⁷ (KANE, 2004, p.10. Tradução nossa).

⁷ All great archetypes may be represented by some dimension of *Equus*. However, most horse myths are tales that depict horses in heroic deeds of strength, speed and endurance. Thus, the archetype with which we most promptly identify the horse is the Hero (or Divine, or White Shadow), which includes our most esteemed qualities, such as goodness, rightness, intelligence, creativity, beauty, entitlement, talent and power.

De certo modo, na nossa pesquisa, buscamos os sentidos construídos para o cavalo doméstico e postos em circulação pelo jornal O Estado de S. Paulo, no ano de 2016, o que corresponde a adentrar a seara do que Peirce denominou de objeto dinâmico do signo. Nas suas palavras:

Cumprir destacar que geralmente há dois Objetos [...]. A saber, temos que distinguir o Objeto Imediato, que é o Objeto tal como representado pelo próprio Signo, e cujo Ser é assim dependente da sua Representação no Signo, do Objeto Dinâmico, que é a Realidade que de alguma maneira consegue determinar no Signo a sua Representação. (CP 4.536, tradução nossa)⁸.

Conforme Peirce, o objeto dinâmico é o objeto realmente eficiente na semiose. No entanto, ele não está imediatamente presente. No caso da representação (Fig. 1), o esporte equestre constitui o objeto dinâmico, enquanto um cavalo particular numa certa postura, num dado momento de uma prova de equitação, pode constituir o objeto imediato. Para a representação (Fig. 3), o objeto dinâmico é composto pelo contexto da marca e pela peça publicitária. De certo modo, esse objeto dinâmico norteia a geração de interpretantes para o signo e, conseqüentemente, para o objeto nele imediatamente representado.

Vejamos outra representação de cavalo (Fig. 4).

Figura 4 – Whistlejacket, por George Stubbs, 1762. Óleo sobre Tela.



Fonte: Morrison (1989, p. 59).

⁸It remains to point out that there are usually two Objects [...]. Namely, we have to distinguish the Immediate Object, which is the Object as the Sign itself represents it, and whose Being is thus dependent upon the Representation of it in the Sign, from the Dynamical Object, which is the Reality which by some means contrives to determine the Sign to its Representation.

O objeto imediato dessa representação (pintura de um cavalo) é um alazão crinalvo - de crinas e cauda mais claras que o corpo - que tem vários tons avermelhados e acobreados. Mas, por mais que o olhar divague sobre o jogo de luz nos pelos e crina à frente da neutralidade (ou melhor, da inexistência) do cenário, somos continuamente atraídos para a face do garanhão, especificamente o seu olhar. As narinas estão dilatadas, a boca tensa e as veias saltam sob a pele fina. Os olhos arregalados e as orelhas em riste apontam para algo fora do quadro, uma fonte de um misto de irritação e alerta. Não há outra razão de ser da obra, ou para a presença do observador, além do próprio cavalo. O objeto dinâmico, no caso, é também a essência do *Equus* pelas eras afora, e possivelmente por isso, e não pelos requintes técnicos, esta é uma das pinturas de cavalo mais famosas de todos os tempos.

Para dar continuidade à classificação dos signos, com foco nas três principais tricotomias estabelecidas por Peirce, faz-se necessário apresentar as categorias fenomenológicas.

A fenomenologia é uma quase-ciência que “averigua e estuda os tipos de elementos universalmente presentes no fenômeno; onde fenômeno significa qualquer coisa presente na mente, a todo momento e de toda maneira.” (CP 1.186, tradução nossa)⁹. Ela é uma das divisões da filosofia, “que simplesmente contempla o Fenômeno Universal e distingue seus elementos ubíquos, Primeiridade, Secundidade e Terceiridade, talvez em conjunto com outras séries de categorias.” (CP 5.121, tradução nossa)¹⁰.

Na categoria da primeiridade estamos imersos no fenômeno; na secundidade, há o confronto com o fenômeno e, na terceiridade, há cognição, reconhecimento e análise.

Uma Primeiridade é exemplificada em qualquer qualidade de um sentimento total. Ela é perfeitamente simples e sem partes, e tudo tem sua qualidade. [...] Quanto à secundidade, já afirmei que nosso único conhecimento direto dela é intenção e na experiência de uma percepção. É na intenção que a Secundidade se expressa com mais força. [...] Procedendo da mesma maneira com a Terceiridade, temos aqui um primeiro, um segundo e um terceiro. (CP 1. 531, tradução nossa)¹¹.

O primeiro é uma possibilidade de qualidade positiva, nada mais em si. O segundo é uma coisa existente sem qualquer modo de ser menos que existência, porém determinado por aquele primeiro. Um terceiro tem um modo de ser que consiste na Secundidade que é por ele determinada, o modo de ser de uma lei, ou de um conceito. [...] O terceiro [...] traz a informação para dentro da mente,

⁹ [...] ascertains and studies the kinds of elements universally present in the phenomenon; meaning by the phenomenon, whatever is present at any time to the mind in any way.

¹⁰ [...] which simply contemplates the Universal Phenomenon and discerns its ubiquitous elements, Firstness, Secondness, and Thirdness, together perhaps with other series of categories.

¹¹ A Firstness is exemplified in every quality of a total feeling. It is perfectly simple and without parts; and everything has its quality. (...) As to Secondness, I have said that our only direct knowledge of it is in willing and in the experience of a perception. It is in willing that the Secondness comes out most strongly. (...) Let us proceed in the same way with Thirdness. We have here a first, a second, and a third.

ou determina e corporifica a ideia. Ele é pensamento informativo, ou cognição. (CP 1.536, tradução nossa)¹².

A partir dessas categorias, primeiridade, secundidade e terceiridade, o signo pode ser classificado de acordo com o modo como ele se relaciona consigo mesmo (qualissigno, sinsigno, legissigno); com o objeto dinâmico, ou objeto que está fora dele (ícone, índice, símbolo) e, finalmente, como se relaciona com o interpretante (rema, dicente, argumento). Conforme Peirce:

Um qualissigno é uma qualidade que é um Signo. Não pode de fato atuar como signo até estar incorporada; mas esta incorporação não tem nada a ver com suas características como signo. Um Sinsigno é uma coisa ou um evento existente de fato que é um Signo. Pode sê-lo apenas através de suas qualidades, de modo que envolverá um, ou antes, vários qualissignos. Um Legissigno é uma lei que é um Signo. Esta lei é geralmente estabelecida pelos homens. Cada signo convencional é um legissigno, mas o inverso não é verdade. Não se trata de um objeto isolado, mas um tipo genérico, cujo significado tenha sido acordado. (CP X. 24 e X.246, tradução nossa)¹³

Na relação com o objeto, o signo classifica-se em: ícone, índice e símbolo.

Se o signo for um Ícone, um acadêmico poderia dizer que a “espécie” do Objeto emanando do mesmo encontrou sua substância no Ícone. Se o Signo for um Índice, podemos pensar nele como um fragmento arrancado do Objeto, os dois em sua Existência sendo um todo ou uma parte deste todo. Se o Signo for um Símbolo, podemos pensar nele incorporando a “razão” do Objeto que dele tiver emanado. (CP X.230, tradução nossa)¹⁴.

Por fim, a terceira tricotomia: rema, dicente e argumento, são os que inserem os efeitos dos signos, na seara da sugestão, da constatação e do pensamento autocontrolado, respectivamente.

A representação visual (Fig. 1) tente a prevalecer como um sinsigno indicial, pois é uma coisa, um existente e que reporta o intérprete a um determinado animal. Diante

¹² The first is a positive qualitative possibility, in itself nothing more. The second is an existent thing without any mode of being less than existence, but determined by that first. A third has a mode of being which consists in the Secondnesses that it determines, the mode of being of a law, or concept. (...) The third (...) brings the information into the mind, or determines the idea and gives it body. It is informing thought, or cognition.

¹³ A Qualisign is a quality which is a Sign. It cannot actually act as a sign until it is embodied; but the embodiment has nothing to do with its character as a sign. A Sinsign is an actual existent thing or event which is a sign. It can only be so through its qualities; so that it involves a qualisign, or rather, several qualisigns. A Legisign is a law that is a Sign. This law is usually established by men. Every conventional sign is a legisign [but not conversely]. It is not a single object, but a general type which, it has been agreed, shall be significant.

¹⁴ If the Sign be an Icon, a scholastic might say that the "species" of the Object emanating from it found its matter in the Icon. If the Sign be an Index, we may think of it as a fragment torn away from the Object, the two in their Existence being one whole or a part of such whole. If the Sign is a Symbol, we may think of it as embodying the "ratio," or reason, of the Object that has emanated from it.

dessa representação visual, quando o intérprete identifica o cavalo na prática de equitação, o interpretante é um dicente.

Os interpretantes são classificados em: imediato, dinâmico e final. O interpretante imediato é “o interpretante representado ou significado no signo” (CP 8.343, tradução nossa); o interpretante dinâmico é o “efeito de fato produzido pelo Signo na mente” (CP 8.343, tradução nossa) e o interpretante final é o “efeito que teria sido produzido pelo Signo na mente após desenvolvimento suficiente do pensamento” (CP 8.343, tradução nossa). São esses interpretantes que pretendemos elencar nas análises e que corresponde, em última instância, a explorar o interpretante imediato que está em potencial no signo.

Nas palavras de Peirce:

O Interpretante Dinâmico é qualquer interpretação que qualquer mente possa de fato fazer de um signo. [...] O Interpretante Final não consiste na maneira pela qual toda mente age, mas na maneira pela qual toda mente iria agir. Ou seja, ele consiste numa verdade que poderia ser expressa numa proposição condicional deste tipo: “Se isto acontecesse a qualquer mente, este signo impeliria esta mente a tal conduta.” [...] O Interpretante Imediato consiste na Qualidade da Impressão que um signo possa produzir, não em qualquer reação concreta. Assim, os Interpretantes Imediato e Final me parecem totalmente distintos do Interpretante Dinâmico e entre si. (CP 8.315, tradução nossa)¹⁵.

O interpretante dinâmico, tendo como guia as categorias, é classificado em: emocional, energético e lógico. O interpretante emocional de um signo, segundo Peirce (CP 5.475), “é um sentimento produzido pelo mesmo”, que “pode ser muito mais do que aquela sensação de reconhecimento; e em alguns casos, é o único significante de fato produzido pelo signo” (CP 5.475). Peirce dá como exemplo um concerto musical que transmite as ideias musicais do compositor, que consiste geralmente numa série de sentimentos. Sobre o interpretante dinâmico energético, Peirce esclarece:

Se um signo produzir quaisquer efeitos significantes verdadeiros adicionais, ele o fará através da mediação do interpretante emocional, e tais efeitos adicionais sempre envolverão um esforço. Eu o chamo de interpretante energético. O esforço pode ser de origem muscular, [...], mas geralmente tende mais a ser um empenho do Mundo Interior, um esforço mental. (CP 5.475, tradução nossa)¹⁶.

¹⁵ The Dynamical Interpretant is whatever interpretation any mind actually makes of a sign. (...) The Final Interpretant does not consist in the way in which any mind does act but in the way in which every mind would act. That is, it consists in a truth which might be expressed in a conditional proposition of this type: "If so and so were to happen to any mind this sign would determine that mind to such and such conduct." (...) The Immediate Interpretant consists in the Quality of the Impression that a sign is fit to produce, not to any actual reaction. Thus the Immediate and Final Interpretants seem to me absolutely distinct from the Dynamical Interpretant and from each other.

¹⁶ If a sign produces any further proper significate effect, it will do so through the mediation of the emotional interpretant, and such further effect will always involve an effort. I call it the energetic interpretant. The

O interpretante dinâmico lógico, conforme Peirce (CP 5.475), é um efeito que pode ser um pensamento, ou ainda, é um signo mental, mas que não é o interpretante final. Encontramos outra definição para interpretante final, quando Peirce (CP 4.536, tradução nossa), compara os três tipos de interpretante:

Em relação ao Interpretante, igualmente temos que distinguir, em primeiro lugar, o Interpretante Imediato, que é o interpretante tal qual revelado na compreensão correta do próprio Signo, sendo comumente chamado de significado do signo; enquanto que em segundo lugar devemos observar o Interpretante Dinâmico, que é o efeito real que o Signo, enquanto Signo, realmente determina. Finalmente existe aquilo que eu denomino de Interpretante Final, que se refere à maneira pela qual o Signo tende a representar a si mesmo enquanto relacionado ao Objeto.¹⁷

Na análise semiótica tentamos explicitar o significado do signo, ou o interpretante imediato e, para tanto, faz-se necessário o uso das três faculdades recomendadas por Peirce: contemplar, atentar para e generalizar, que correspondem ao envolvimento com o fenômeno em primeiridade, secundidade e terceiridade, respectivamente, ou ainda, verificar quando o signo se faz qualissigno, sinsigno ou legissigno.

Santaella (2002) elaborou estratégias de análise a partir da gramática e que são dependentes das faculdades anunciadas por Peirce. Assim sendo, a primeira faculdade, a de contemplar, se instaura quando as coisas se fazem qualissignos e, no caso das representações visuais, quando o intérprete fica sob os efeitos dos aspectos qualitativos, dos jogos estabelecidos entre cores, formas, texturas, entre outros. A segunda, a observação, a faculdade de atentar para algo, instaura-se com a captura dos elementos referenciais, a busca de pistas do real, quando então a coisa observada se faz sinsigno. Por fim, no processo de generalização cabe reavivar os aspectos de regras, normas e leis vinculados aos aspectos qualitativos e referenciais detectados. Nesta etapa, conforme Drigo e Souza (2013), o intérprete vale-se de aspectos culturais para, então, tratar do interpretante imediato, ou seja, exibir possibilidades interpretativas do signo antes que seja de fato interpretado por alguém, em determinado lugar e momento. Com isso elenca-se interpretantes possíveis para o signo.

effort may be a muscular one, (...) but it is much more usually an exertion upon the Inner World, a mental effort.

¹⁷ In regard to the Interpretant we have equally to distinguish, in the first place, the Immediate Interpretant, which is the interpretant as it is revealed in the right understanding of the Sign itself, and is ordinarily called the meaning of the sign; while in the second place, we have to take note of the Dynamical Interpretant which is the actual effect which the Sign, as a Sign, really determines. Finally there is what I provisionally term the Final Interpretant, which refers to the manner in which the Sign tends to represent itself to be related to its Object.

Os resultados das análises de representações visuais do cavalo doméstico, realizadas com a aplicação das estratégias mencionadas, serão relatados no capítulo três.

No próximo capítulo, apresentamos reflexões sobre o contexto em que as representações de cavalo fluem, produzindo emoções, ações e pensamentos, consolidando uma teia de sentidos para o cavalo doméstico. Trata-se de processos de comunicação possíveis de serem observados e avaliados no *bios* midiático.

3. Comunicação e o *bios* midiático

Neste capítulo, com o propósito de compreender a relação entre representação e os processos comunicacionais, no contexto do que Sodré (2006) denomina *bios* midiático, apresentamos tal conceito e, em seguida, tratamos do pensamento de Sfez sobre comunicação, considerando a questão da representação.

3.1 Mídias e midiatização

Mídias, conforme Wolf (2005), plural da palavra mídia, se referem aos meios de comunicação e de notícias em geral, bem como os meios publicitários e, atualmente, devido aos aparatos tecnológicos, que instauram novos processos de comunicação de massa, tais como a multiplicação de canais de televisão a cabo, o videocassete, jogos eletrônicos etc., e, finalmente, com a emergência da comunicação planetária, este termo designa também os processos de comunicação mediados pelo computador.

Conforme Wolf (2005), a influência dos meios de comunicação no público sempre foi o foco dos estudos de comunicação da corrente americana, enquanto os da corrente europeia eram dirigidos para as determinações estruturais do pensamento.

A teoria hipodérmica, segundo Wolf (2005), que se instaurou em um contexto permeado pelo próprio fenômeno da comunicação de massa em conexão com trágicas experiências totalitárias desse período histórico, sustentava um vínculo direto entre a exposição à mensagem e o comportamento: se uma pessoa é atingida pela propaganda, pode ser controlada, induzida a agir de determinadas maneiras.

No entanto, na prática a audiência se mostrava como intratável. Resultados de pesquisas indicavam que quando as pessoas ouviam, por exemplo, uma mensagem, nem sempre os efeitos eram os previstos.

A superação da teoria hipodérmica, segundo Wolf (2005) se deu ao longo de três diretrizes distintas, a saber: a primeira que estuda os fenômenos psicológicos individuais, que constituem a relação de comunicação; a segunda busca como se dá a relação indivíduo/meio de comunicação, enquanto a terceira busca formular hipóteses sobre a relação indivíduo/sociedade/meios de comunicação de massa. Esses estudos estão contemplados na abordagem empírico-experimental ou da persuasão, na abordagem empírica em campo ou dos efeitos limitados e na teoria funcionalista dos meios de comunicação de massa.

Desse modo, completa-se o percurso seguido pela pesquisa de mídia, que no início havia se concentrado nos problemas de manipulação, para passar aos de persuasão e depois à influência, atingindo justamente as funções. O deslocamento conceitual coincide com o abandono da ideia de um efeito intencional, de um objetivo subjetivamente perseguido no ato de comunicação, para concentrar, por sua vez a atenção nas consequências objetivamente verificáveis da ação da mídia sobre a sociedade em seu todo e sobre seus subsistemas. (WOLF, 2005, p. 50).

Quanto à teoria crítica, para Wolf (2005, p. 73), a sua identidade se configura, “de um lado, como construção analítica dos fenômenos que ela indaga e, de outro, contemporaneamente, como capacidade de relatar tais fenômenos às forças sociais que os determinam.” Um dos temas mais próximos da questão dos efeitos dos meios de comunicação de massa é o de indústria cultural. Nela, o indivíduo é manipulado e à medida que ela se solidifica mais ela pode agir nas necessidades do consumidor, conduzindo-o e disciplinando-o. A teoria crítica gera polêmicas devido à concepção de que as mídias “são instrumentos de reprodução de massa que, na liberdade aparente dos indivíduos, repropõem as relações de força do aparato econômico e social.” (WOLF, 2005, p. 87).

Outras teorias emergem ancoradas na teoria crítica. A teoria culturoológica, de origem francesa, trata a cultura de massa por meio dos aspectos antropológicos que emergem da relação consumidor/objeto de consumo. Entre os teóricos dessa tendência está Edgard Morin. A cultura de massa, para este sociólogo, não é autônoma, mas pode se embeber de outras culturas – nacional, religiosa ou humanística – nelas se interpenetrando e, quase sempre, corrompendo-as. Embora tenha uma natureza que lhe é própria, constituindo-se como um conjunto de símbolos, valores, mitos e imagens, a cultura de massa se insere na complexa realidade policultural das sociedades contemporâneas.

Os *Cultural Studies* também são mencionados por Wolf (2005). Tal escola, que surgiu na Inglaterra, tinha como objetivo o estudo da cultura que incorpora significados e valores que surgem e se difundem nas classes e nos grupos sociais, nas práticas efetivas por meio das quais esses valores e esses significados se exprimem e nos quais estão inseridos. Ela consolida a centralidade das construções culturais coletivas como agentes da continuidade social, enfatizando sua natureza complexa e elástica, dinâmica e ativa, mas que não deixa de considerar as estruturas sociais externas aos meios de comunicação de massa, bem como as condições históricas específicas como essenciais para compreender as práticas da mídia.

No início dos anos de 1980 houve mudanças significativas dos estudos dos meios de comunicação de massa. As novas tendências que se delinearam indicam uma superação do impasse do debate ideológico e propõem o estudo de problemas específicos envolvendo âmbitos disciplinares diversos. A hipótese do *agenda-setting* e o *newsmaking* são tais tendências, nas quais os efeitos são tratados como possíveis de ocorrer, mas em longo prazo e os meios influenciam os receptores, mas influenciam na construção da realidade social desses. Assim, as pesquisas, de modo geral conforme Wolf (2005), passam a enfatizar a cobertura global de todo o sistema da mídia, em detrimento de estudos individuais, como campanhas, por exemplo; optam por metodologias integradas e complexas, ao invés de dados coletados por meio de entrevistas com o público; bem como para reconstrução do processo com o qual o indivíduo modifica a própria representação da realidade social, ao invés de observações e medição de mudanças de postura e opinião.

A revolução tecnológica, conforme enfatiza Martín-Barbero (2006), não só trouxe uma grande quantidade de máquinas como também introduziu um novo modo de relação com os processos simbólicos, que constitui o cultural, com as formas de produção e distribuição de bens e serviços. A mediação tecnológica não mais é um instrumental, mas constrói novos modos de percepção, de linguagem, de sensibilidades.

A midiatização envolve uma dupla direção, conforme esclarece Gomes (2016):

De um lado, ela é fruto e consequência das relações, inter-relações, conexões e interconexões da utilização pela sociedade dos meios e instrumentos comunicacionais, potencializados pela tecnologia digital. De outro, ela significa um novo ambiente social que incide profundamente nessas mesmas relações, inter-relações, conexões e interconexões que constroem a sociedade contemporânea. A sociedade é em midiatização. O ser humano é em midiatização. Isso, hoje, sublinhe-se, configura um novo modo de ser no mundo.

Ainda em relação à midiatização, Braga (2012) esclarece que:

No âmbito da Comunicação, o surgimento de uma “mídia de massa” na forma de indústria cultural tornou-se objeto de estranhamento social: uma sociedade vista como massificada passava a ser mediada por processos informativos e de entretenimento não-habituais, subsumidos a setores sociais dominantes, não controlados pela sociedade em geral. Como consequência desse elemento mediador, implantado como um “corpo estranho”, criava-se a impressão de uma exposição “direta” da sociedade à mídia, como entidade passiva diante de um potencial homogeneizador.

Enfatiza ainda, que nos anos de 1980, Jesús Martín-Barbero traz à tona a discussão do papel do receptor nos processos comunicacionais, ou seja, enfatiza que a “mediação

fundamental entre a sociedade e as proposições da mídia de massa: a inserção cultural do receptor. Sua formulação, hoje antológica, aciona um deslocamento do foco de atenção, no estudo das comunicações massivas: “dos meios às mediações”. (BRAGA, 2012, p. 32).

Ao tratar da sociedade em midiatização, Braga (2012) explica que nesse contexto, não são os meios, ou as tecnologias, ou ainda a indústria cultural que produz os processos, mas os sujeitos e as instituições que acionam tais processos. O estudo da midiatização corresponde, portanto, a explicar:

[...] experiências sociais de produção de circuitos e de dispositivos interacionais para, através das percepções aí obtidas, identificar os riscos, os desafios, as potencialidades e os direcionamentos preferenciais; procurando perceber como estão se encaminhando as mediações comunicativas da sociedade e – sempre que relevante – tentando incidir praxiologicamente sobre elas. (BRAGA, 2012, p. 50).

É deste processo que tratamos na perspectiva de Sodré (2006).

3.2 Sobre *bios* midiático

Conforme Sodr ¹⁸ (2006), há nem tanto tempo, o *medium*, enquanto canal ou veículo, era inerte na comunica o. Mas a m dia virtual, em todas as suas dimensões, gerou interatividade a ponto de esmaecer possíveis divisas entre emissor e receptor. Ele adverte que a nova ordem cultural   simulativa e que, em certa medida, considerando-se a singularidade do ser humano, há pesquisadores que se mobilizam numa perspectiva  tica, política e mesmo antropológica, para viabilizar a compreensão dessas transforma es socioculturais.

Para tanto, o próprio pesquisador, partindo de concep es aristotélicas, propõe a existência de uma nova ambiência permeada pelas mídias. Aristóteles, conforme Sodré (2006), concebia três formas de existência humana, tr s *bios*. O *bios theoretikos*, na qual predominava a vida contemplativa, que demandava o aperfeiçoamento da pessoa por meio de estudos, da prática de religião; o *bios politikos* que regia a vida política, com conflitos na sociedade e no trabalho; e o *bios apolaustikos*, na qual prevalecia a vida

¹⁸ Muniz Sodré   professor da UFRJ cujo trabalho recente gravita em torno do *bios* midiático, que   como ele descreve a nova faceta da existência humana, cada vez mais engolfada pela realidade virtual da m dia digital. Como pesquisador, publicou estudos analisando o desnível brasileiro de classes, e trabalhos sobre a influência das mídias populares, especialmente da televisão, sobre a constitui o e características da cultura popular em nosso país. Parte importante do trabalho desse pesquisador diz respeito   importância da comunica o nas nossas rela es sociais. Ele também discorre extensivamente sobre o impacto da economia digital sobre trabalho e cultura: como a ciência da comunica o pode acompanhar as muta es sociais provocadas por média e realidade virtual?

prazerosa, o culto às artes, aos esportes, aos sentidos. Atualmente, a estas três dimensões, que continuam existindo, tal como propõe o pesquisador, soma-se um quarto *bios*, que ganha importância, mesclando-se aos anteriores e até os suplantando de algumas maneiras. É o *bios* midiático, que traduz uma existência pelas mídias, pelos meios de comunicação, especialmente as plataformas digitais.

A obra que mencionamos, *Antropológica do Espelho*, foi escrita em 2002 e reeditada em 2006. Vale lembrar que o *Facebook*, que foi a primeira rede social realmente onipresente nas nossas vidas, surgiu apenas em 2008. No entanto, em 2002, Sodré afirmava que a midiatiza o incluía as tecnomedia oes, por meio de prótese da realidade sensível, que ele denominava *medium*, e que era o intermediário desta intera o. Este processo transforma a realidade vivida. Prótese, aqui, significa a extensão especular ou espectral através da qual se habita um novo mundo, como os computadores e os smartphones com acesso   internet. A era da midiatiza o significa também a indiferencia o entre o homem e sua imagem, a vida no interior das tecnomedia oes e a interatividade absoluta. Assim, a midiatiza o implica um novo modo de presença do mundo. Ela pode ser um quarto *bios*, uma quarta esfera existencial, uma tecnocultura justificada pela redefini o do espaço público e constituída por mercado e meios de comunica o.

Uma extensão deste conceito   o *bios* virtual, onde vivências e intera oes se dão no espaço virtual, o simulacro da realidade. Esta canaliza o, ou midiatiza o, tem potencial de transformar a realidade vivida.

A publicidade adquire importância neste cenário de midiatiza o. Para Sodré (2006, p. 35), “tudo tende a confluir para a imagem publicitária como valor coletivo, o que pode tornar a interpreta o c nica da realidade mais importante do que qualquer modo tradicional de representa o”. Esta “interpreta o c nica” pode valer também para as fotografias jornalísticas ora analisadas, considerando que elas ilustram e representam, portanto, interpretam o texto que as acompanha – não seria demais afirmar que elas são a publicidade de seu texto, já que, presumivelmente, todo leitor observa a imagem que acompanha um texto antes de iniciar a leitura do mesmo.

Neste ponto,   importante diferenciar conceitualmente o *bios* midiático da midiatiza o. Gomes (2016) conceitua:

A sociedade em processo de midiatiza o   maior, mais abrangente, que a dinâmica da comunica o até agora levada a cabo na chamada sociedade dos meios. Não   somente a comunica o que   potencializada (...) mas a sofisticada tecnologia, amplamente utilizada pelas pessoas desde a mais tenra

idade, cria um novo ambiente matriz que acaba por determinar o modo de ser, pensar e agir em sociedade. A esse ambiente matriz designamos de “sociedade em mediação”. A mediação abrange dois movimentos simultâneos e dialéticos.

Assim, a mediação pode ser compreendida como um processo no qual toda a sociedade humana, bem como objetos e entes (tais como os animais domésticos) a ela associados estão incluídos, de uma maneira pela qual a presença mediática se mistura e se confunde à existência concreta.

Seja no contexto de mediação, seja considerando a instauração do *bios* mediático e o impacto crescente da economia digital sobre o trabalho e a cultura, é importante analisar a importância das imagens vistas isoladamente, tal como aquelas que ilustram um texto, ou as que constituem um anúncio publicitário, categorias estas que incluem todas as imagens que analisaremos na presente pesquisa. Vale perguntar como a comunicação pode acompanhar as mutações sociais provocadas pela mídia e pela realidade virtual?

Antigamente, o canal ou veículo eram inertes na comunicação, fazendo mediação através de um condutor basicamente estanque, que separava o receptor da comunicação, ideia ou notícia gerada. Tal como o nome diz, o canal era tão-somente o meio. Era o domínio da mediação simbólica: linguagens, leis, artes que faziam a ponte entre emissor e receptor. O simbólico é o fundador de todo conhecimento encabeçado pela linguagem, que é a mediação universal. Mas isto nem sempre significa interação, uma vez que emissor e receptor podem estar muito distantes entre si, no tempo e no espaço.

A virtualização ou digitalização das comunicações traz novos caminhos abertos, onde cresce a interatividade entre emissão e recepção. Além disto, os ambientes virtuais fazem com que a nova ordem cultural seja simulativa.

Surge então a pergunta: como manter a singularidade do *Homo sapiens* mesmo dentro desta nova dimensão virtual, que parece considerar o homem cibernético como o novo paradigma de nossa existência?

O fotográfico, por exemplo, sofre consequências da onipresente manipulação digital. Com ela, a concepção de que a fotografia pudesse ser reprodução fiel da realidade, ou mesmo um índice dela, é abalada. O *bios* mediático faz com que um ator ou uma celebridade, por exemplo, seja jovem e belo *ad infinitum*, o que pode ser tido como real pelo público. O *bios* mediático não apenas supera o indivíduo real em sua popularidade, mas acaba tornando-se, à força, a face visível do personagem, enquanto a pessoa real –

longe do *photoshop* – precisa se manter na penumbra, sob risco de perder tanto a credibilidade quanto a popularidade.

Curiosamente, a magia da manipulação digital há tempos acomete também os caros cavalos de raça, aqueles que são anunciados em catálogos de leilão, ou cujos serviços são apregoados em páginas publicitárias dos haras. Há muitos fotógrafos especializados em transformar os animais retratados – imperfeitos como toda criatura viva – em paradigmas perfeitos do padrão racial, ao ponto, às vezes, do exagero caricato. Destarte, a imagem do cavalo se torna mais bela, desejada e valorizada do que o cavalo real. Depois dos astros das telas e das pessoas comuns, também os animais correm o risco de ir além do que eles próprios são, de se modificarem, devido ao *bios* midiático.

Na Figura 5, a imagem à esquerda é a fotografia tal como foi tirada, e a versão à direita, mostra distorções exageradas em cabeça e garupa do cavalo, bem como no corpo do homem, para ilustrar de maneira um tanto caricata as possibilidades destas manipulações.

Figura 5 – Cavalo e cavaleiro à mercê da manipulação digital



Fonte: Reprodução de fotografias cedidas pela autora, Paula da Silva. Cavaleiro na praia, versão original (esq.) e digitalmente manipulada (dir.), por Paula da Silva, 2017

Segundo Cardoso (2010, p. 2), para Sodré a mídia constitui um novo modo de viver, que se articula e vive por meio dela.

A mídia referencia o homem que passa a usá-la para dar sustentação à cultura e, conseqüentemente à capacidade de compreender as coisas. Representa mais que linguagem, que tecnologia. É mais que simplesmente equipamento que transmite ideologia. Hoje é instrumento de direcionamento ou de criação de subjetividades no homem.

Ainda conforme Cardoso (2010), a cultura é referenciada pelo tecnológico, pelo consumo, pelas regras sociais advindas desse cenário.

Quando assistimos televisão, por exemplo, vemos uma realidade segundo nossos conhecimentos, discursos, códigos pré-existentes, ou seja, vemos a realidade de acordo com a nossa cultura. O problema ocorre quando esta cultura se torna referenciada pelo tecnológico, pelo consumo, pelas regras sociais advindas desse cenário e pela informação. Esse último componente permeia cada vez mais nossas vidas. Com isso, as mídias criaram um universo novo e nele vivemos. (CARDOSO, 2010, p. 2).

Sodré (2006) ressalta a importância de lembrar que não há *ethos* que não se constitua com um processo de identificação de um grupo. Afirma também que a moral pode ser considerada um sistema de normas do foro interior, com o qual se identificam grupos e pessoas. Na vida prática, há uma diversidade de morais concordante com estratos sociais e códigos deontológicos. A obrigação moral pressupõe a palavra de um Outro que se impõe - o Absoluto, a divindade. Por derivação, chega-se a uma eticidade exaltativa do desejo individual, em nome da qualificação existencial orientada pelo mercado – se chamarmos de mercado as tendências, as crenças e os desejos da maioria. E já que um dos papéis da mídia é criar e moldar tendências, ela, como quarto *bios*, encena uma nova moralidade, uma eticidade de costumes e rotinas.

Assim sendo, conforme Sodré (2006), os fluxos informativos reorganizam ou reinventam rotinas, incluindo o próprio consumo de produtos midiáticos. Nesta realidade de mercado a existência social do indivíduo se define por aquilo que ele tem para comprar ou vender, incluindo a si mesmo. E a prescrição moral está implícita no discurso midiático, cuja máxima pode ser a seguinte: aja de tal maneira porque é melhor. Na falha de observância dessa prescrição, fica implícita a vergonha, conseqüente à autodesvalorização estética, à inadequação pessoal a um padrão. É este padrão valorizado que vai permitir ao indivíduo atingir o *optimum* do reconhecimento social.

No contexto da presente proposta, de analisar representações visuais, fotografias em sua maioria, que engendram sentidos sobre os cavalos domésticos, a comunicação visual se reveste de especial importância.

Para tentar alcançar o potencial de sentidos gerados pelas representações visuais de cavalos domésticos, como mencionamos no capítulo um, vamos lançar mão de estratégias construídas com conceitos da semiótica peirceana. Tais estratégias envolvem uma concepção de signo, que é triádica, que coloca o intérprete no processo de geração de interpretantes, na semiose, bem como não o afasta do real. O processo de interpretação,

tão enfatizado por Sfez (2007), pode ser levado adiante com a captura, pelo intérprete, de aspectos qualitativos, referenciais e simbólicos que impregnam a representação visual e geram efeitos da seara do emocional, da ação e da reflexão. Isso contribui para que o processo comunicacional que se efetiva com a semiose não seja desvinculado da realidade ou gere confusões no intérprete.

O *bios* midiático existe, não há como nos livrarmos dele, mas há sim olhares diferenciados que podem esclarecer como valer-se dele para nosso bem viver. Vejamos o que as representações visuais de cavalos revelam.

3.3 Sobre comunicação/representação

Sfez (2007), em sua obra *A comunicação*, trata das transformações do pensamento comunicacional argumentando sobre três metáforas por eles cridas. O propósito é “captar a totalidade dos fenômenos e dos mais heterogêneos campos da comunicação, identificando-os a três metáforas fundadoras, que remetem a três visões de mundo”. (SFEZ, 2007, p. 24) As metáforas são: máquina, organismo e tautismo. Inicialmente, exibimos as ideias norteadoras de cada uma delas em um diagrama (Quadro 1).

Vejamos detalhes sobre especificidades de cada uma das metáforas. Iniciamos com a máquina.

A máquina de comunicar é exterior ao homem, que faz uso dela para dominar as forças da natureza. Assim, o sujeito comunicador é separado do seu objeto, a máquina. Neste caso, “a comunicação estabelece a distinção emissor-receptor e introduz entre eles um canal”. (SFEZ, 2007, p. 26.) Se existe representado de um lado e representante de outro, ambos precisam de um mediador para se conectarem. Destarte, o mediador - a mídia - recebe considerável poder, pois ao receptor cabe tão-somente registrar a realidade objetiva tal qual transportada por este meio, o canal de comunicação. É o representante, e não o representado nem o receptor, que tem o poder de garantir a objetividade, portanto, a responsabilidade de assegurar esta objetividade ao invés de distorcê-la.

Quadro 1 – Sobre as metáforas

Metáfora	Atitude	Preposição	A comunicação é...	Representação	Poder
MÁQUINA	REPRESENTAR	“com”	Mecanismo, instrumento do homem	Representante e representado ligados por mediador	Do canal mediador
ORGANISMO	EXPRIMIR	“em”	Parte de um organismo, junto com o homem	Cada um é sua própria mídia	Democrático, ao alcance de todos
TAUTISMO	CONFUNDR	“por”	Cacofonia que é sua própria razão de ser, mais do que a mensagem que carrega	Mídia, representante e representado se confundem	Disperso. O continente vale mais que o conteúdo.

Fonte: Elaborado pela pesquisadora a partir de Sfez (2007).

Uma maneira simples de exemplificar esta metáfora pode ser a fotografia de um personagem público, reproduzida nas páginas de um periódico. O representado é, digamos, o político retratado; o receptor é a pessoa que olha a fotografia. A fotografia é o mediador, o canal pelo qual o objeto é trazido ao público. É o representante – quem quer que seja que escolha a fotografia a ser publicada – que tem o poder de decidir qual imagem será vista pelo espectador, através da qual o personagem pode aparecer risonho ou carrancudo, simpático ou aviltado. A pretensa objetividade de uma imagem fotográfica pode ser influenciada com muita facilidade. Claro que esta mesma “parcialidade” pode se verificar com qualquer objeto retratado – tal como com os cavalos, em nosso caso. O poder de, nas palavras de Sfez (2007), garantir a objetividade, de escolher a simbologia, o referencial ou o poder associativo no qual o cavalo aparecerá nas páginas do jornal é do produtor da imagem, do fotógrafo, do editor de imagens – mas não cabe nem ao retratado nem ao espectador. Esta talvez seja a máquina à qual o autor se refere.

A segunda metáfora, a do organismo, toma os objetos técnicos, tais como os aparelhos de comunicação, naturais para o ser humano. A visão de mundo é construído com os aparelhos. Em tal organização, “na qual somos parte de um todo, o que conta é perceber as trocas possíveis e analisar o papel dos elementos que formam o todo que chamamos universo.” (SFEZ, 2007, p. 26). O artefato de comunicação, ou a comunicação em si – o texto, a imagem, a mídia – não está tanto externo ao receptor, quanto está inserido na hierarquia à qual todos se submetem. “A ideia de domínio perde força,

cedendo lugar à adaptação.” (SFEZ, 2007, p. 27). O sistema torna-se comparável a um organismo, com relação contínua, e interna, das partes e do todo.

Grande parte das teorias da comunicação engloba esta metáfora do organismo. Esta é uma visão mais moderna, pois “a mídia deixa de ser um personagem à parte, tradutora do mundo objetivo para um receptor passivo. A mídia está no mundo tanto quanto o receptor, assim como o mundo está na mídia e no receptor.” (SFEZ, 2007, p. 27). A mídia se torna o indivíduo detentor de conhecimento e, sendo assim, seus enunciados são (em tese) justos e adequados ao mundo. Cada um é capaz de ser sua própria mídia, dando sentido à ideia do “subjetivamente objetivo”.

Para ilustrar essa metáfora, vamos usar as redes sociais. Cada participante, em uma rede social, tem a sua própria página. Ele é ao mesmo tempo emissor, receptor e mídia, sendo que ele pode escolher não apenas os conteúdos que deseja publicar, mas aqueles que compartilha. Nela, todos são produtores e consumidores de conteúdo, e este não é externo a emissores e receptores, porém parte integrante do sistema. O poder de escolher o que é consumido e incorporado, e de que maneira é rerepresentado, reciclado e interpretado, cabe a cada integrante do sistema. Em relação aos cavalos, uma pessoa pode ter uma página sobre esportes equestres; outra, sendo abolicionista, por exemplo, propaga a ideia de que todo uso de cavalos como animais de montaria contraria o bem-estar animal. As pessoas criam suas páginas como plataformas para suas ideias e atividades, o que mostra o modo de operar dessa mídia, bem como garante a diversidade do *bios* midiático.

A terceira metáfora é a do tautismo. Sfez (2007) criou o neologismo tautismo, que ele mesmo denomina de Frankenstein, um ente composto de elementos vindos de distintas origens. Nas palavras de Sfez (2007, p. 109), tautismo:

“[...] é a contração de dois termos, autismo e tautologia. Autismo é a doença do auto-encerramento, pela qual o indivíduo deixa de ter a necessidade de comunicar seu pensamento aos outros e de se adequar ao dos demais, e cujos únicos interesses são os da satisfação orgânica ou lúdica. Chama-se de tautológica toda proposição idêntica cujo sujeito e predicado são um só e mesmo conceito, ou ainda, toda proposição complexa que permanece verdadeira unicamente em virtude de sua forma. [...] O tautismo é um autismo tautológico.

Sfez (2007) identifica uma crescente tendência, na sociedade moderna, da exposição contínua e simultânea a um fluxo de informações, ruídos e imagens, numa multitude de telas e mídias a um ponto em que os significados anulam um ao outro. Assim, o foco e a decodificação perdem-se e a imersão na mídia se torna uma necessidade

em si mesma: o ruído pelo ruído, a imagem como pano de fundo de cor e luz, e não pela informação que eles poderiam ou deveriam transmitir. É como se a comunicação, de tão intensa e prolixa, se visse impossibilitada de exercer sua função primeira: a de carregar uma mensagem.

Talvez já estejamos vivenciando algo parecido, sempre que falamos ao celular enquanto digitamos no computador assistindo à televisão. Não queremos prescindir de nenhum destes elementos, ao mesmo tempo em que não damos o foco verdadeiro de nossa concentração a nenhum deles; parece que um está sempre roubando tempo do outro. Esse é o delírio tautológico a que se refere o autor, pois ao mesmo tempo em que a multiplicidade de mensagens tecnologicamente mediadas nos permite permanecer imersos nelas, quase que isolados de contato humano não-virtual, uma mídia rouba a atenção da outra, e mal sabemos o que de fato deveríamos estar fazendo, ou gostaríamos de fazer. Assim, “de tanto falar, nada mais é dito, e a prolixidade, assim como o psitacismo, induz à repetição vazia, o tautologismo” (Sfez, 2007, p. 112). Paradoxalmente a ausência de sons e de imagens pode se tornar a maior comunicação de todas: a contemplação do aqui e agora.

Os *reality shows* podem ilustrar essa modalidade de comunicação, pois trata-se de um caso extremo da mídia que se torna notícia, criando seus próprios eventos ao invés de divulgar os acontecimentos e de criar ou veicular opiniões isentas sobre os mesmos. O veículo cria a informação, o receptor influencia as emissões, e o fato em si, talvez desprovido de valor comunicacional, se torna interessante pelo simples fato de existir. Na verdade, prenúncios deste fenômeno na mídia já são detectáveis há décadas, tanto nas artes – onde, por exemplo, as preferências do público influenciarão o destino dos personagens de uma novela – quanto no jornalismo, onde a “linha editorial” de um produto midiático irá nortear o tom de seus textos e poderá assim decidir uma eleição, por exemplo.

Na nossa pesquisa, o *bios* midiático, impregnado de representações de cavalos, pode levar o usuário a não mais diferenciar entre o animal real e a imagem construída nesse contexto. Mas, para livrar-se dessa tautologia, no caso, seriam necessárias as interpretações. O usuário/intérprete precisa buscar mecanismos para não permanecer nessa confusão, que caracteriza o tautismo.

Há confusão porque acredita-se que aquilo visto pela representação possa ser a própria expressão da realidade do mundo sensível. A confusão generalizada vem pelo fato que “se toma o representar pelo exprimir e o exprimir pelo representar.” (Sfez, 2007, p.

142) Esse modelo preconiza a existência de um sujeito “encerrado em sua fortaleza interior” e “captado por um grande Todo que engloba e dissolve até o menor de seus átomos paradoxais.” (Sfez, 2007, p. 142)

Mas há saída para o sujeito e seria possível a comunicação além das suas próprias entranhas? Sfez preconiza que contra a comunicação confusional vem a interpretação.

Se a interpretação é parte integrante da comunicação e se, por outro lado, referimos essa interpretação à função simbólica, à medida que ela lê e liga os signos entre si pela mediação de símbolos interpretantes, devemos reconhecer que ela se situa no lado oposto ao da confusão tautística. (Sfez, 2007, p. 147).

Há processos interpretativos – que parecem contínuos -, como os presentes nas conversas do dia-a-dia, ou nos estudos que realizamos, ou nas nossas experiências, de modo geral. Eles parecem não corroborar para que permaneçamos encerrados em nós mesmos, pois constatamos que nossas ideias se modificam, que nossas ações são refletidas, que realizamos escolhas. Algo de fora parece intervir nesses processos, mas não de forma tão avassaladora.

Por fim, na relação da comunicação com a técnica, a primeira delas, a comunicação representativa se faz “com” a técnica; na expressiva, estamos “em” um mundo onde há técnica e a comunicação é democrática, enquanto que na comunicação confusional, a tecnologia rege a visão de mundo, ou seja, “o sujeito só existe por meio do objeto técnico que lhe determina seus limites e lhe atribui qualidades” (Sfez, 2007, p. 28).

É da interpretação que tratamos no próximo capítulo. No entanto, convém esclarecer que entre as modalidades de representações, privilegiamos as visuais, que são desenhos, esquemas, fotografias, imagens televisivas e audiovisuais. Na nossa pesquisa, o foco está em representações visuais presentes no jornal impresso. Elas compõem o *bios* midiático e rompem fronteiras estabelecidas na relação entre palavra e imagem. Nem sempre estão como elementos redundantes, como mera ilustrações, pois passam a exercer um papel complementar ou mesmo preponderante em relação à palavra. Não vamos tratar dessa relação, mas enfatizar o potencial latente nas representações visuais, não subjugadas à palavra.

4. O potencial de sentidos de representações visuais de cavalos

Neste capítulo, por meio da análise semiótica de representações visuais de cavalos, as quais constaram no jornal O Estado de S. Paulo no transcorrer de 2016, objetivamos explicitar os sentidos relativos ao cavalo, colocados em movimento por estas imagens. Com isso, será possível inventariar quais significados os usuários dessa mídia podem construir sobre tal animal e como, em certa medida, elas passam a compor o *bios* midiático, contribuindo para ressignificar tal imagem, de modo geral.

Selecionamos representações visuais de cada uma das categorias de uma primeira classificação entre as coletadas no acervo online do jornal. São elas: Jogos Olímpicos Rio 2016, Publicidade, Turismo, Entretenimento e Atualidades. Iniciamos com análise de representações visuais com cavalos em notícias dos Jogos Olímpicos Rio 2016. Para cada categoria selecionamos algumas imagens para análise, que utiliza estratégias advindas da semiótica peirceana.

4.1 O cavalo de raça no esporte

As oito representações visuais do cavalo de esporte de alto rendimento no presente *corpus* de pesquisa referem-se, em sua maioria, aos Jogos Olímpicos de 2016, realizados no Rio de Janeiro. Elas incluem notícias sobre a preparação dos cavaleiros; perfilam um atleta premiado, Steve Guerdat; retratam ainda uma família dedicada ao esporte, além de incluírem imagens relacionadas à apresentação das modalidades equestres. Foi selecionada a imagem reproduzida na Figura 6.

Na perspectiva da semiótica peirceana, essa representação visual é um signo, cujo objeto dinâmico é o hipismo, uma modalidade de esporte olímpico, no contexto dos Jogos Olímpicos, realizados no Rio de Janeiro, em 2016. Tal contexto emerge considerando-se também os outros elementos que compõem a notícia divulgada no jornal O Estado de S. Paulo (Fig. 7). No caso, fazem parte do objeto dinâmico a cobertura dos Jogos Olímpicos Rio 2016 pelas mídias e, de modo particular, aquela realizada pelo referido jornal.

Os aspectos indiciais, as marcas ou pistas do real, na representação visual (Fig. 6), que remetem a existentes, podem preponderar na semiose, uma vez que o intérprete observa a reprodução de uma fotografia. Assim, em relação aos fundamentos, ele prepondera como sinsigno.

O intérprete observa um cavalo de pelagem escura montado por uma mulher trajada de branco. As cores preto e branco presentes nos equipamentos do cavalo e da amazona intensificam o contraste preto/branco presente também no “borrão” do plano de fundo. Entrevemos mais do que distinguimos o público, muitas pessoas sentadas numa arquibancada, atrás de um painel verde claro. O painel verde-claro da tribuna do público está nas cores oficiais do Jogos Olímpicos Rio2016; este verde-claro não se associa ao esporte em si, porém especificamente ao Rio2016.

Figura 6 - Amazona e cavalo



Fonte: Reprodução de fotografia em notícia veiculada no jornal O Estado de S. Paulo, de 9 de agosto de 2016. Disponível em:< <http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20160809-44856-nac-48-esp-h2-not>>. Acesso em: 10 mar.2017.

O efeito de *panning*, no qual o fotógrafo movimenta a máquina acompanhando o deslocamento de quem é fotografado, faz com que a maior parte da foto esteja borrada; apenas o rosto e cabeça da amazona aparecem mais focados. Há borrifos de água em primeiro plano, sugerindo que o conjunto esteja galopando em terreno com água. Trata-se de uma competição esportiva, com público numa arquibancada, onde a qualidade técnica do conjunto está posta em destaque. Sendo assim, a representação visual se faz

sinistro indicial e os interpretantes gerados estão na seara da constatação, da identificação, num primeiro momento.

Figura 7 - Amazona de CCE nos Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro, 2016.

ESTADO - BR - 2 - 09/08/16 H2 - CMYK

O ESTADO DE S. PAULO
H2 | TERÇA-FEIRA, 9 DE AGOSTO DE 2016

ESTADÃO NA WEB

24 horas de Olimpíadas. Jogos do Rio têm cobertura do Estadão ao vivo pela internet até o dia 21. Confira em estadao.com.br/e/jogosao vivo

Galeria
Veja os seis wazaris de Rafaela Silva até a medalha de ouro na Rio 2016: estadao.com.br/e/wazaris

WhatsApp.
Quer saber tudo dos Jogos? Mande mensagem para (11) 99371-2832 e faça parte do time "Estadão Rio-2016".

ESTADÃO.COM.BR
estadao.com.br/acesse

Arenas. Confira os locais onde são disputados os Jogos.

QUADRO DE MEDALHAS

1ª	China	4	2	4	10
2ª	Austrália	4	0	3	7
3ª	EUA	3	6	4	13
4ª	Itália	3	4	2	9
5ª	Japão	3	0	7	10
6ª	Rússia	2	4	3	9
7ª	Coreia do Sul	2	2	1	5
8ª	Tailândia	2	1	1	4
8ª	Hungria	2	0	0	2
10ª	Grã Bretanha	1	1	2	4
11ª	Brasil	1	1	0	2
	Suécia	1	1	0	2
13ª	Taipe Chinesa	1	0	2	3
14ª	Bélgica	1	0	1	2
15ª	Argentina	1	0	0	1
	Colômbia	1	0	0	1
	Crócia	1	0	0	1
	Holanda	1	0	0	1
	Kosovo	1	0	0	1
	Vietnã	1	0	0	1
21ª	Indonésia	0	2	0	2
	Nova Zelândia	0	2	0	2
23ª	Canadá	0	1	2	3
	Cazaquistão	0	1	2	3

Pintura olímpica

Putas.
A canadense Jessica Phoenix arma o salto na disputa individual cross country, no Centro de Hipismo

Fonte: Reprodução de página do jornal O Estado de S. Paulo, de 9 de agosto de 2016. Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20160809-44856-nac-48-esp-h2-not>>. Acesso em: 10 mar. 2017.

No entanto, a representação visual, pelos aspectos qualitativos vinculados às cores, às formas não tão delineadas, ao “borrão” da fotografia, podem levar o intérprete à contemplação. Neste momento, outros interpretantes podem emergir. Existe a sugestão de movimento do cavalo, da sintonia entre cavalo e amazona quando o cavalo salta um obstáculo e que há um público em uma arquibancada presenciando o espetáculo, o salto. Esses aspectos são indicados por um plano de fundo composto de cores indistintas e borradas, com uma região maior na cor verde. O preto e o branco predominam no primeiro plano, em meio a traços brancos de luz (água) refratária. Há uma parte da representação visual que é nítida – parte do corpo do cavalo e do corpo da amazona, principalmente a face/cabeça – o que sugere que tudo está em movimento, exceto tais partes.

Destaca-se na representação visual, portanto, o olhar fixo da amazona e do cavalo para o obstáculo, sua face/cabeça como que congelada no tempo e no movimento,

enquanto tudo o mais é muito acelerado. Parece que o cavalo a galope passa tão rápido pelo público que este não consegue discernir detalhes, e o inverso também, que a competição impõe alta velocidade ao conjunto, de modo que para ambos nada além do próximo obstáculo a ser transposto seja percebido de modo distinto.

Nos momentos em que o intérprete permanece envolvido por esses aspectos qualitativos, a representação visual se faz sinsigno indicial remático, sendo que os efeitos estão vinculados às qualidades de velocidade, dinamismo e imprecisão, às sensações de um tempo fugaz, mas que deixa marcas e colocam o intérprete (espectador) em contemplação, admirado, fazendo conjeturas.

Além disso, a representação visual pode também ser vista pelo viés seja da prática esportiva seja da produção fotográfica, no caso de o intérprete ter experiência colateral, ou um repertório - enquanto conhecimentos culturais compartilhados numa cultura - vinculada a um ou a outro. Desta maneira, a representação visual é tida como réplica de um signo de lei, que engendra regras, normas, leis comuns entre comunidades específicas, que compartilham conhecimentos e práticas sobre fotografia ou sobre equitação. Ela se faz, então, legissigno indicial e os efeitos são os dicentes ou remáticos. O primeiro ocorre quando o intérprete se atém às especificidades do salto, do esporte, das olimpíadas, ou às técnicas da produção fotográfica, envolvendo as relações entre o aparelho e o fotógrafo, que não descartam as intencionalidades de ambos.

O remático pode emergir quando os efeitos que predominarem forem os atados aos aspectos qualitativos envolvendo as cores, as formas não nítidas, ao “borrão”. Lembramos que essa marca sugere movimento, o que contribui para que o intérprete permaneça em contemplação.

Aqueles intérpretes com experiência colateral envolvendo conhecimentos e experiências relacionados à prática do hipismo identificam de pronto uma amazona da modalidade Concurso Completo de Equitação (CCE), em competição. O painel verde-claro na tribuna do público remete aos Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro (2016), por estar em conformidade com a identidade visual daquele evento. Na atualidade, esta identificação se daria mesmo que a foto não se apresentasse ao intérprete em artigo de jornal, ou não tivesse a inscrição Pintura Olímpica, em seu canto inferior esquerdo. Nessa imagem, tal intérprete pressupõe a transposição de obstáculos naturais, evidenciada aqui pela presença da água, enquanto a parte mais nítida da representação visual leva o intérprete a reforçar a importância da concentração, do foco, da busca de uma sintonia entre cavalo e amazona, conforme requer a prática desse esporte.

A elegância dos cavalos de raça sempre encanta o observador, com suas características que lembram tanto o dançarino quanto o ginasta.

Sobre um cavalo puro sangue, Chevalier e Gheerbrant (2008), valendo-se de Paul Valery, esclarecem que o estilo, a elegância e o rigor estão em sintonia em um cavalo puro sangue, de tal modo que ele caminha como se estivesse na ponta dos pés, assim como a primeira bailarina de um corpo de balé.

Os cavalos utilizados no Concurso Completo de Equitação (CCE), modalidade retratada, são em geral da raça puro-sangue inglês (PSI), ou de um tipo racial bem próximo ao PSI, devido às exigências físicas e técnicas deste esporte, que privilegia as mesmas características de temperamento, coragem, velocidade e resistência inerentes aos cavalos de corrida. Os países mais destacados no CCE são os anglo-saxões: Inglaterra e Irlanda, Austrália e Nova Zelândia, além dos EUA; o que tem evidente relação não apenas com o fato de que estes mesmos estão entre os países de maior tradição no turfe, mas também com a classe social das pessoas que criam e apreciam estes cavalos. A simbologia associada a este contexto, até hoje, inclui a aristocracia rural, a *landed gentry* que segue despertando imaginação e curiosidade por parte dos mortais comuns. Vale dizer que os próprios membros da família real inglesa, tais como a Princesa Anne e atualmente sua filha Zara Philipps, competem ou competiram no CCE. Além disso, em face dos obstáculos sólidos e do percurso em terreno natural, este esporte traz em si perigo físico real para o concorrente, com incidência anual de acidentes fatais. Talvez seja possível, pela sofisticação, nobreza e pelos perigos que cercam o esporte, associar a esse cavalo a imagem do “príncipe cavaleiro”.

A cor verde compondo os borrões agrega sensações vinculadas à harmonia, tranquilidade, uma vez que, segundo Chevalier e Gheerbrant (2008, p. 938-9), o verde, mediadora entre “o calor e o frio, o alto e o baixo, equidistante do azul celeste e do vermelho infernal - ambos absolutos e inacessíveis – é uma cor tranquilizadora, refrescante, humana. ”

Retomando a questão do “borrão”, ou o recurso de criar movimento, vale enfatizar que essa técnica é especialmente valiosa para a produção de sentidos, para provocar sensações no intérprete, quando tratamos de esportes, como no caso em pauta, onde é interessante que ele se envolva com a ação e a emoção provocadas pelo cavalo galopando dentro d’água e saltando obstáculos. As fotografias com borrões diferenciam-se das que usam a convenção do instante estático, da fração de segundo capturada e congelada além do tempo.

Entler (2007, p.32) afirma ainda que “há na fotografia a possibilidade de inscrição do movimento na imagem sob a forma de um “borrão”, conforme o objeto se desloque no espaço selecionado.” Trata-se, portanto, como esclarece Entler (2007, p. 32) de uma inscrição do tempo no espaço, na superfície da fotografia, ou seja, “o borrão se refere a um intervalo contínuo de tempo representado por meio de um intervalo contínuo de espaço.” Independente da possibilidade do intérprete conhecer os efeitos do borrão, ou a técnica de criá-lo, a sensação de ação e movimento emerge e pode lhe propiciar sensações.

Assim, além das sensações advindas com as cores, a elegância, o vigor, a robustez do cavalo, há também as vinculadas ao movimento, que fazem com que os efeitos da representação visual (Fig. 5) preponderem como remático.

Assim, quer prevaleça como sinsigno ou legissigno em relação aos fundamentos, na relação com o objeto apresentado ou representado, a representação visual pode existir como índice ou signo icônico (imagem) e os efeitos, nesse caso, prevalecem na seara das conjecturas, da hipótese, deslocando o intérprete para a primeiridade, que não é pura, mas vem do território da secundidade ou mesmo da terceiridade. Nesse caso, os sentidos gerados estão vinculados às qualidades de sentimento que envolvem as qualidades do animal, tais como beleza, estilo e vigor.

4.2 Representações do cavalo na publicidade

As representações do cavalo agora analisadas são as que compõem peças publicitárias. Selecionamos peças publicitárias de duas campanhas, entre treze peças incluídas na categoria “representação do cavalo na publicidade”, sendo seis da campanha Fazenda Boa Vista; quatro da campanha Desafio Estadão Cannes, uma sobre o Prêmio Inovação; uma sobre a Exposição Legados da Grécia e uma do Banco Bradesco.

Iniciamos com as peças da campanha Desafio Estadão Cannes.

4.2.1 Representações do cavalo em peças publicitárias da campanha Desafio Estadão Cannes

Selecionamos quatro peças publicitárias da campanha o Desafio Estadão Cannes, um concurso anual para publicitários, promovido pelo próprio jornal. Elas foram selecionadas por apresentarem em sua composição o cavalo que compõe o símbolo do jornal. O tema do Desafio Estadão Cannes 2016, cujos resultados foram anunciados no início de 2017 (Fig. 8), foi a Violência contra a Mulher. O *slogan* da campanha, inserido

em todos os anúncios, é “o cavalo que te leva mais longe”. Entre os meses de outubro e dezembro de 2016, o jornal publicou essas peças, nas quais as representações de cavalo reportam-se a criaturas mitológicas: o Pégaso e o unicórnio.

4.2.1. a) O jornaleiro a cavalo

O anúncio (Fig. 8), com diversas cores, apresenta entre as fotografias dos vencedores duas figuras do mesmo cavalo. Uma compõe o símbolo do jornal (em azul) e a outra, recorte do próprio símbolo, em tom amarronzado, aparece em destaque e maior, no canto superior direito.

Figura 8 – O jornaleiro a cavalo



Fonte: Reprodução de fotografia em notícia veiculada no jornal O Estado de S. Paulo, de 25 de maio de 2016. Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20160525-44780-nac-29-eco-b9-not>>. Acesso em: 10 mar. 2017.

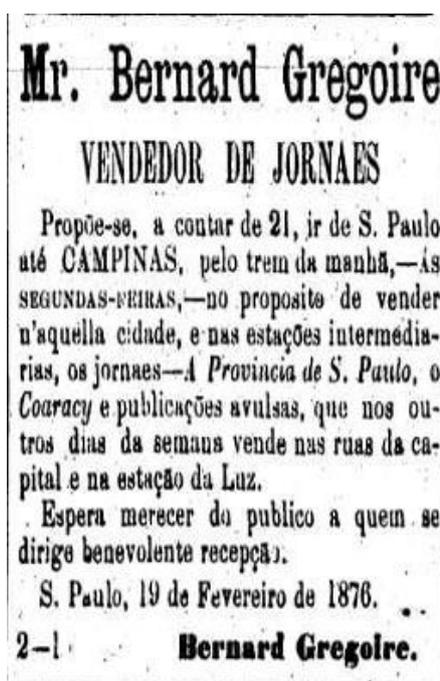
Não há aspectos qualitativos, com ênfase adequada, para levar o intérprete à contemplação. Não se trata de uma composição que causa admiração, quer seja pela disposição das informações, pelas imagens (fotografias e desenhos), ou pelo jogo de cores e formas. Há uma mistura de cores, com tons azulados, roxos e amarronzados num jogo

que não incita a contemplação, no entanto, em certa medida, chama a atenção do intérprete.

Assim sendo, a peça publicitária tende a prevalecer como um sinsigno dicente, que pode levar o intérprete a observar pistas, detalhes da representação visual, bem como identificar que se trata de uma peça publicitária, referente ao Desafio Estadão Cannes 2016. Ele pode interessar-se por saber quem foram os vencedores do prêmio, prestar atenção na figura do cavalo, aparentemente uma reprodução de fotografia e que compõe o símbolo do jornal, o que pode levá-lo, caso isso não componha o seu repertório, a buscar informações sobre tais representações.

O desenho de um homem a cavalo tocando corneta e que debaixo do braço com cuja mão segura as rédeas sustenta jornais, compõe um dos símbolos do jornal O Estado de S. Paulo, como mencionamos anteriormente. Esta imagem pode remeter o intérprete aos arautos medievais, que nas eras anteriores à imprensa apregoavam proclamas e eventos nos povoados europeus, bem como a um cidadão que está vinculado às origens desse jornal, Bernard Gregoire. Ele foi um imigrante francês que, na década de 1870, divulgava e vendia o jornal, ainda denominado A Província de São Paulo, nas ruas da cidade de São Paulo e também em Campinas. Gregoire, que se intitulava “vendedor de jornais”, anunciava seus serviços na própria Província (Fig. 9 e Fig. 10).

Figura 9 – Anúncio publicitário



Fonte: Reprodução de anúncio por Bernard Gregoire. Disponível em: <http://acervo.estadao.com.br/historia-do-grupo/decada_1870.shtm>. Acesso em: 10 jan. 2017.

Figura 10 – *Ex-libris* de Bernard Gregoire



Fonte: Reprodução de anúncio por Bernard Gregoire. Disponível em:<http://acervo.estadao.com.br/historia-do-grupo/decada_1870.shtm>. Acesso em: 10 jan. 2017.

Com o *ex-libris*, o jornal enquanto marca já buscava se firmar no mercado, conforme consta no acervo:

A Província logo se diferenciou no mercado. Barrete branco na cabeça, uma buzina na mão e um maço de jornais debaixo do braço, o francês Bernard Gregoire saía a cavalo pelas ruas da cidade anunciando as notícias do dia. Foi um escândalo. Os jornais concorrentes chegaram a ridicularizar a imagem do jornalista – que mais tarde foi incorporada ao *ex-libris* do Estado. (ACERVO de O ESTADO DE S. PAULO)

O jornalista a cavalo foi transformado também em troféu (Fig. 11), que é atribuído aos vencedores do Desafio Estadão Cannes, que em 2016/2017, ano da campanha em pauta, se encontrava em sua terceira edição. Nesse caso, a temática equestre, por compor o símbolo do jornal, é reiterada na peça publicitária, o que contribui para firmar a identidade do jornal.

Figura 11 – O jornalista a cavalo agora troféu



Fonte: Reprodução de fotografia. Disponível em :<<http://www.clubedecriacao.com.br/ultimas/desafio-estadao-cannes-4/>>. Acesso em: 10 jan. 2017.

Os interpretantes gerados pela peça publicitária (Fig. 8), quando o intérprete busca deslindar as pistas mencionadas, como descrevemos, podem estar vinculados à produção em publicidade e, sendo assim, nesses momentos, a peça publicitária pode preponderar como um legissigno, atualizado pelo sinsigno. Os efeitos podem prevalecer na seara das reflexões referentes à publicidade. Nesse caso, a tradição, enquanto um valor para a marca, é reavivada. A peça pode reportar-se, portanto, a uma produção em publicidade que envolve a propagação de valores que permeiam a vida social, tal como enfatizam Lipovetsky e Serroy (2001). Nesse sentido, ela contribui para a construção de uma ambiência para a marca, pautada na sua tradição.

A cultura que se concretiza com o crescimento exponencial das mídias, do audiovisual, do webmundo, conforme Lipovetsky e Serroy (2011, p. 10), “não cessa de remodelar nossos conhecimentos sobre ele, difunde em todo o planeta fluxos ininterruptos de imagens, filmes, músicas, séries televisivas, espetáculos esportivos, transforma a vida política, os modos de existência e a vida cultural”. Essa cultura, segundo os mesmos autores, passa a ter amplo poder e é alvo de muitas críticas, como a de que uniformizam pensamentos, rompem laços sociais, manipulam a opinião, a ponto de infantilizá-la e de corromper o debate público e a democracia. “O cultural se difrata enormemente no mundo material, que se empenha em criar bens impregnados de sentido, de identidade, de estilo, de moda, de criatividade, através das marcas, de sua comercialização e de sua comunicação.” (Lipovetsky e Serroy, 2011, p.10).

Um dos interpretantes pode estar atado a essa ideia. Nesse caso, exibimos a possibilidade de um interpretante dinâmico, o lógico. Se o intérprete não tiver conhecimentos sobre publicidade e especificidades do seu processo de produção, bem como se não estiver familiarizado com a crítica à publicidade, tal peça pode prevalecer como sinsigno indicial dicente, quando o intérprete identifica a marca e o contexto construído, vinculado ao seu símbolo.

Vejamos as outras peças publicitárias da campanha.

4.2.1. b) O Pégaso e o unicórnio

Iniciamos com a peça que exhibe um Pégaso (Fig. 12). A peça publicitária, que ocupa a página inteira do jornal, remete o intérprete a uma colagem artesanal. O fundo em cor-de-rosa, cor espalhada em ziguezague e com pinceladas grossas, como um trabalho feito à mão, está recoberto por letras desenhadas à mão e em cor preta. Arredondadas e em tamanhos diferentes, elas reforçam o tom de aleatoriedade, como se

Por uma fração mínima de tempo, os efeitos da peça podem permanecer vinculados aos elementos qualitativos mencionados. A peça pode se fazer um sinsigno icônico remático. Assim, enquanto signo, a peça constrói, um espaço de contemplação para o intérprete.

No entanto, se o intérprete se deixar conduzir por um olhar mais atento, um olhar observacional que capta pistas, novos interpretantes podem emergir. De pronto, a identificação, até pelo símbolo do jornal, que contracena com um Pégaso ou um unicórnio transformados. Um cavalo que ostenta um único chifre e também asas, provavelmente, um Pégaso com chifre, ou um unicórnio alado. Mas, seu corpo branco, cascos dourados e crina e cauda prateadas, enfeitado com flores na garupa e na crina, e encimado por estrelas, sugerem ao intérprete a um personagem de desenho animado, dirigida ao público infantil. Já o cavalo azul, por levar o olhar à palavra “ESTADÃO”, remete o intérprete ao símbolo do jornal e ao troféu do Desafio Estadão Cannes, como tratamos na análise anterior.

Na base da escultura há uma placa com os dizeres “Prêmio Desafio Estadão”. As duas imagens estão ligadas por texto em letra preta, imitando o manuscrito, alternando cursivo e letras de forma. As imagens estão incorporadas ao texto por meio de flechas, e a frase resultante afirma que: “O → (unicórnio alado) mudou de formato e voou. O mesmo vai acontecer com quem ganhar esse → (troféu do jornaleiro a cavalo).”

Abaixo, sob as manchetes “Campanha Mídia do Ano” e “Brief Desafio” estão, em letras menores, as instruções e diretrizes para participação no concurso. Há destaque adicional para o *slogan* “O cavalo que te leva mais longe”, colocado abaixo do logo do concurso, “Desafio Estadão Cannes”. É apenas nas letras menores pertinentes ao *brief* que está mencionada a temática da campanha a ser criada, “conscientização sobre a violência contra a mulher”.

Nesses momentos, em que o olhar do intérprete conduz à descrição, a peça prevalece como sinsigno indicial dicente. Mas, os simbolismos que a impregnam podem vir à tona, talvez se o repertório do intérprete incorporar conhecimentos de mitologia, ou ainda aspectos relativos à linguagem visual, que permitem explorar os sentidos estabelecidos pelos jogos com formas e cores, sem deixar de considerar os simbolismos nelas engendrados.

Vejamos o que os simbolismos das cores e do cavalo, ou transformação de cavalos mitológicos, agregam ao potencial sígnico da peça publicitária. O Pégaso, na mitologia,

é o corcel alado dos poetas e, nesse caso, pode sugerir que ele está nesse contexto para ser também o símbolo de inspiração para os publicitários.

Conforme Chevalier e Gheerbrant (2008), nas lendas gregas, Pégaso, o cavalo alado, tem uma relação próxima com a água. Ele seria filho de Poseidon e da Górgona, mas nascido nas fontes do Oceano. O significado do nome aproxima-se da palavra fonte (pege). Nesse sentido, ele traz em si a ideia de água fecunda e de elevação e fecundidade. “O cavalo alado [...] representa a imaginação criadora e sua elevação real... as qualidades espirituais e sublimes (capazes de elevar o homem) acima do perigo da perversão” (CHEVALIER; GHEERBRANT, 2008, p. 703).

O Pégaso transformou-se no símbolo da inspiração poética. Ainda nas palavras de Chevalier e Gheerbrant (2008, p. 703):

Meu Pégaso, diz Heinrich Heine, não obedece senão ao seu capricho, seja no galope, seja no trote, ou no voo ao reino das fábulas. Não é uma égua virtuosa e útil da estrebaria burguesa, menos ainda um cavalo de batalha que sabe bater a poeira e relinchar pateticamente no combate dos partidos. Não! Os pés de meu corcel alado são ferrados com ouro, suas rédeas são colares de pérolas e eu as deixo flutuar levemente.

Nesse contexto impregnado de ludicidade, espontaneidade, especificidades do universo da infância, a presença do Pégaso acentua o potencial criativo do publicitário que, nessa comunidade, parece ser associado à espontaneidade quase que “natural”, como as brincadeiras de criança, como se não demandassem todo um processo de construção. Vale ressaltar que a infância, conforme Chevalier e Gheerbrant (2008, p. 302), “é símbolo de simplicidade natural, de espontaneidade”.

O fato de que o universo mitológico é apresentado ou sugerido na peça nos leva a reafirmar aspectos culturais ora reinantes. Nas palavras de Lipovetsky e Serroy (2011, p. 11):

O imaginário cultural não é mais um véu acima do mundo “real”, e o mercado integra cada vez mais em sua oferta as dimensões estéticas e criativas. Sem dúvida, o econômico jamais foi totalmente externo à dimensão do imaginário social, sendo o mundo da utilidade material ao mesmo tempo produtor de símbolos e de valores culturais. Simplesmente agora essa combinação é explicitada, gerida, instituída em um sistema-mundo globalizado.

Com isso, a peça se faz um signo que permite ao intérprete associar à produção em publicidade uma imaginação criadora, que pode levar o publicitário a conquistar um troféu, o que está reafirmado no desenho (com letras, manchas coloridas e figuras): “O

→ (unicórnio alado ou Pégaso com chifres) mudou de formato e voou. O mesmo vai acontecer com quem ganhar esse → (troféu do jornalista a cavalo). ”

Mas há também, no desenho desse cavalo, detalhes que remetem o intérprete às representações do unicórnio. Segundo Chevalier e Gheerbrant (2008), o unicórnio, pelo seu chifre, é símbolo de poder. No entanto, é também símbolo de luxo e de pureza. “O unicórnio também simboliza, com seu chifre único no meio da frente, a flecha espiritual, o raio solar, a espada de Deus, a revelação divina, a penetração do divino na criatura” (Chevalier e Gheerbrant, 2008, p. 919). Aqui, o poder de criação pode ser visto como “revelação divina”, o que pode nos remeter a teorias mais recentes sobre a criatividade vinculada ao processo de criação em publicidade.

Ao ter como referência o unicórnio e seus simbolismos, a peça pode também agregar a esse universo lúdico e espontâneo, de um lado, o poder, pelo potencial criativo em jogo anunciado pela máxima - o poder de alçar voos e alcançar o troféu - que levará o criador para mais além; de outro, a pureza que pode incorporar-se à feminilidade.

A ambiência que remete à infância, construída na peça, é reforçada pela disposição das letras, sinais (setas, mãos apontando e outros) e figuras, dispostos em diagrama, fazendo com que o intérprete faça uma leitura diferente da convencional, que a linguagem verbal requer, esboçando um percurso de descoberta. Nesse caso, essa ambiência vinculada à infância pode sinalizar para a conquista da autoconfiança, que vem com o troféu. Na evolução psicológica do ser humano, conforme Chevalier e Gheerbrant (2008, p. 302), “atitudes pueris ou infantis – que em nada se confundem com as do símbolo da criança – assinalam períodos de regressão; ao inverso, a imagem da criança pode indicar uma vitória sobre a complexidade e a ansiedade, e a conquista da paz interior e da autoconfiança”.

Assim, mesmo ao se fazer legissigno simbólico, os efeitos podem ir para os emocionais à medida que o intérprete se envolve com os aspectos simbólicos vinculados à infância e às criaturas mitológicas, Pégaso e o unicórnio. Os interpretantes lógicos, em certa medida, envolvem reflexões sobre os valores reinantes no universo lúdico e atado à infância que a publicidade propõe, interpretado como parte de um processo que leva à infantilização dos consumidores. Para Lipovetsky e Serroy (2011, p. 143), o novo espírito do capitalismo impõe que as pessoas se recusem a agir conforme a sua idade, sendo a juventude o centro da cultura de consumo, ou seja, “sob o signo do juvenilismo, as referências das idades da vida se confundiram”.

Vejam os sentidos que as cores agregam à peça. Segundo Farina *et al.* (2006), a cor é signo e enquanto tal constrói seus sentidos também vinculados à cultura do intérprete. Ela vincula uma mensagem plástica que agrega movimento, equilíbrio, espaço, entre outros aspectos. As cores constroem espaços próprios, como o cor-de-rosa que designa, na nossa cultura, o universo do feminino.

Na peça (Fig. 12), o universo posto em movimento é o feminino, lembrando, nesse caso, de um lado, que essa cor designa, conforme Chevalier e Gheerbrant (2008, p. 277), “a atração que guia o desejo do homem no sentido de uma transcendência”. De outro, reafirma que a campanha contempla a mulher, ou seja, o tema do Desafio 2016 foi a violência contra a mulher.

O amarelo, por sua vez, cumpre a função de informar, uma vez que é uma cor que se impõe pelo impacto visual e emocional, portanto, é fácil de ser recordada e, sobre ela está o termo “Campanha Mídia do Ano”. Sobre o cor-de-rosa, o nome ESTADÃO, o jornal que incorpora o universo do feminino, com tal campanha.

Vamos analisar outras duas peças publicitárias da mesma campanha (Fig. 13 e Fig. 14), com foco em aspectos distintos dos das duas anteriores, em relação às cores, desenhos, texto, para assim explicitarmos o potencial de sentidos que agregam à campanha.

Na peça publicitária da Figura 13, o desenho do troféu do jornalista a cavalo está na parte inferior da página e o desenho de um cavalo, muito similar a desenhos, pinturas, gravuras do Pégaso está na parte central da página. Ele apresenta um Pégaso imponente, empinado e exibindo as asas bem abertas, e que parece sorrir. Se na outra representação (Fig. 12), que mais parecia um unicórnio, pressentia-se uma presença tímida e delicada, feminina, nessa (Fig. 13) a presença é masculina. Assim, vislumbra-se uma seara de poder reafirmada pelo percurso com palavras, imagens e sinais que o intérprete percorre: “Ninguém vai voando com um (Pégaso) pra Cannes, mas 12 pessoas vão com um → (troféu do jornalista a cavalo).”

O desenho do Pégaso também pode remeter o intérprete a um personagem do desenho animado Shrek 2 (Fig. 14). Com isso, a criatura mitológica parece uma vez mais distanciada dos seus poderes, ao lembrar um burro transformado em cavalo e antropomorfizado. O personagem, que é um burro, transforma-se em garanhão ao testar a poção "Felicidade para Sempre", que Shrek rouba da fada-madrinha. Ele passa até o fim do filme com esta aparência e um aspecto marcante é sempre o largo sorriso, até porque enquanto burro tinha dentes excessivamente grandes.

Figura 13 – A vez do “Pégaso”...



Fonte: Reprodução da página 11, do jornal O Estado de S. Paulo, de 14 de novembro de 2016. Disponível em: < <http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20161114-44953-nac-11-mrt-a11-not>>. Acesso em: 20 jan. 2017.

Figura 14 – Personagem do desenho animado Shrek 2



Fonte: Reprodução de imagem do personagem de Shrek 2, 2004. Disponível em: < https://vignette.wikia.nocookie.net/shrek/images/f/f2/Donkey_1.jpg/revision/latest?cb=20091231022315>. Acesso em: 14 jan. 2018.

Nesse caso, a peça publicitária convida o intérprete (12 pessoas especiais) a agregarem suas forças à do jornal, pois o cavalo que tornará a viagem uma realidade é, de fato, o cavalo símbolo do jornal, presente na peça publicitária por meio do troféu. Com essa peça, o intérprete poderá agregar poder ao jornal. Ele – o jornal e seu cavalo símbolo - é “o cavalo que te leva mais longe”.

Com isso, os outros cavalos, o Pégaso, o unicórnio, ou transformações de cavalos mitológicos, mesmo com todo o poder que lhes são atribuídos, passam para um plano secundário. Com a próxima peça (Fig. 15), a criatividade e a ludicidade associadas ao universo da criança também são menosprezadas. “Esse (cavalo – um unicórnio transformado) é coisa de criança. Já esse aí embaixo – é de – Gente Grande (cavalo símbolo do Estadão, desenho do troféu).

Figura 15 – O unicórnio: “coisa de criança”



Fonte: Reprodução da página A26, do jornal O Estado de S. Paulo, de 4 de dezembro de 2016. Disponível em: < <http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20161204-44973-nac-24-mrt-a26-not>>. Acesso em: 20 jan. 2017.

O unicórnio do mundo da fantasia tem relação com a fertilidade, a fonte, a inspiração advinda do divino, enquanto os desenhos nas peças exibem um unicórnio infantilizado, inofensivo, o que pode remeter o intérprete à invasão dos unicórnios nos produtos midiáticos e artigos de moda, maquiagem e outros do universo feminino.

Conforme Davis (2017), a partir de 2015, mas com pico entre 2016 e 2017, a “moda dos unicórnios” invadiu o universo das meninas e mulheres jovens, em diversas partes do mundo. Não apenas a criatura mitológica estava presente em estampas de camisetas, decoração, pelúcias e brinquedos em geral, mas incluía uma paleta própria de tons pastel, *candy colors*, utilizados em maquiagem, vestuário, pintura de cabelo e até itens de alimentação, de *frappuccinos* da Starbucks a *cupcakes*.

Assim, com representações de criaturas mitológicas infantilizadas, um unicórnio obeso e um Pégaso travestido de pequeno pônei, decorado com flores e estrelas, elas têm seus poderes amenizados, como se estivessem distante do seu ambiente real – o mundo da fantasia -, no entanto, o cavalo – símbolo do jornal – agrega maior poder. As criaturas mitológicas não estão mais no contexto que lhes é próprio, aqui no mundo real, o poder é do jornal O Estado de S. Paulo, principalmente no que se refere à campanha em divulgação.

O cor-de-rosa que predomina no plano de fundo, nas outras peças (Fig. 12 e Fig. 13) agora transforma-se em letras maiúsculas, fortes e gritantes: “ESSE É COISA DE CRIANÇA”, coisa essa que é um unicórnio similar ao de representações utilizadas em *cartoon* ou desenhos animados. O unicórnio é obeso ao ponto de deformidade, afastando-se bastante do modelo equino, que nas duas imagens anteriores apresentavam proporções e detalhes anatômicos próximos aos de cavalos reais – descontando-se, obviamente, os acréscimos fictícios de asas e chifre. As suas dimensões e o movimento saltitante fazem com que ele se pareça com um brinquedo, um pônei de plástico. A segunda frase está em preto, “JÁ ESSE AÍ EMBAIXO - É DE - GENTE GRANDE”, em referência ao troféu do Prêmio Desafio Estadão, cuja reprodução agora está mais estilizada, com aplicação de um filtro sobre a reprodução fotográfica, mas ainda mantendo o tom azul. Este *caveat*, “estamos falando para adultos aqui”, é confirmado na própria frase que contrasta brincadeira de criança e trabalho de adultos, ou o mundo da infância e mundo de “gente grande”.

As palavras podem sugerir ao intérprete que há separação entre o mundo da criança e do adulto, que pode ser resquícios de concepções relativas às idades da vida, as

quais passaram a incorporar a infância e a adolescência recentemente. Conforme Ariès (2011), foi durante o século XVII que um novo hábito emergiu na burguesia, no qual a palavra infância se restringiu ao seu sentido moderno.

A longa duração da infância, tal como aparecia na língua comum, provinha da indiferença que se sentia então pelos fenômenos propriamente biológicos: ninguém teria a ideia de limitar a infância pela puberdade. A ideia de infância estava ligada à ideia de dependência: as palavras *fils*, *valets* e *garçons* eram também palavras das relações feudais ou senhoriais de dependência. Só se saía da infância ao se sair da dependência, ou, ao menos, dos graus mais baixos de dependência. (ARIÈS, 2011, p. 11).

Nesse sentido, como mostra a peça publicitária, o mundo da criança – de gente pequena - parece ser inferior, pois é constituído por pessoas dependentes de adultos, do mundo de gente grande.

Inúmeros interpretantes lógicos podem emergir e podem ser vinculados à produção em publicidade, à imagem do jornal.

De modo geral, as três peças publicitárias (Fig. 12, Fig. 13 e Fig. 15), enquanto legissigno para a produção publicitária, pode gerar interpretantes vinculados às intenções do produtor, principalmente por criar uma ambiência lúdica, feminina, em meio à qual é possível ressignificar a imagem do jornal com a figura histórica de Bernard Gregoire, tocando corneta vendendo jornais nas ruas de São Paulo, há 140 anos. Ele transforma-se em troféu e também em uma figura mitológica, o “cavaleiro que traz luz (informação, conhecimento, mundo das ideias) à humanidade”. Ele incorpora uma espécie de Belerofonte, montado em seu Pégaso. O mundo das ideias trazido para o real: os mitos se atualizam.

No tocante à nossa pesquisa, vale enfatizar que as representações de cavalos no jornal O Estado de S. Paulo, de 2016, trazem à tona criaturas míticas, por reapropriações na publicidade.

Em seguida, análises de peças da campanha da Fazenda Boa Vista.

4.2.2 Representações do cavalo em peças publicitárias da campanha Fazenda Boa Vista

Analisamos também peças que compõem a campanha da Fazenda Boa Vista, que foram veiculadas ao longo do ano de 2016, cuja temática é a equestre. Tais peças foram selecionadas por apresentar fotografias com cavalos, em espaços que guardam proximidades com o habitat natural do cavalo, a zona rural. As peças publicitárias

compõem-se com fotografias realizadas no empreendimento, um condomínio residencial campestre localizado no município de Porto Feliz, no estado de São Paulo, cidade próxima de Sorocaba, com características de clube de campo, tendo hípica e campos de polo, entre outras instalações. As peças publicitárias apresentam fotografias de cavalos em cocheiras, de jogadores de polo a galope ou parados no campo, de cavaleiro a passeio, de cavaleiro de salto e de crianças brincando próximas a um pônei. Passamos a seguir à descrição das peças publicitárias.

4.2.2.A Descrição das peças publicitárias

Na representação visual (Fig. 16), podemos ver um plano geral de uma área rural, um campo entremeado por um curso de água. Em montagem sobre esta primeira foto há várias imagens menores, ilustrando vários aspectos e instalações da Fazenda Boa Vista. Uma delas mostra um jogador de polo montado a cavalo (Fig. 18), que será comentada a seguir.

Figura 16 – Fazenda Boa Vista: a vista


Fazenda Boa Vista
 INCOMPARÁVEL SOB TODOS OS PONTOS DE VISTA

A FAZENDA BOA VISTA POSSUI UMA INFRAESTRUTURA DE LAZER E SERVIÇOS INCOMPARÁVEL. É O ÚNICO EMPREENDIMENTO DE CAMPO DO PAÍS COM DOIS CAMPOS DE GOLFE DE 18 BURACOS CADA, CENTRO EQUESTRE COMPLETO, QUADRAS DE TÊNIS E CICLOVIA. CONTA AINDA COM A QUALIDADE E FACILIDADE DE SERVIÇOS DO HOTEL FASANO, TUDO ISSO EM MEIO A UM AMBIENTE SEGURO, COM NATUREZA EXUBERANTE E A MENOS DE 1 HORA DE SÃO PAULO.

 HOTEL FASANO 3 Campanas	 GOLFE 2 Campos	 PICADEIRO Pista de grama e preta e Picadeiro Coberto	 CENTRO EQUESTRE 2 Campos de Polo	 SPA	 FAZENDINHA Copa Chás e Fazendinha	 TÊNIS 14 Quadras
---	--	--	--	--	---	--

Interessado em 102,5 mil reais na Fazenda Boa Vista. Agende sua visita. fazendaboavista.com.br

Financia em até 10 anos **Bradesco**

Intermediária **POLSO PONSECA**

Realização **JHSF** (11) 3702-7121

Fonte: Reprodução de peça publicitária veiculada no jornal O Estado de S. Paulo, de 24 de maio de 2016, p. 18. Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20160524-44779-nac-18-eco-b1-not>>. Acesso em: 10 jan. 2017.

Na imagem (Fig. 17), os cavalos mostram-se encocheirados, com as suas cabeças visíveis por cima das portas das baias.

Figura 17 – Cavalos à vista

A FAZENDA BOA VISTA POSSUI UMA INFRAESTRUTURA DE LAZER E SERVIÇOS INCOMPARÁVEL. É O ÚNICO EMPREENDIMENTO DE CAMPO DO PAÍS COM DOIS CAMPOS DE GOLFE DE 18 BURACOS CADA, CENTRO EQUESTRE COMPLETO, QUADRAS DE TÊNIS E CICLOVIA. CONTA AINDA COM A QUALIDADE E FACILIDADE DE SERVIÇOS DO HOTEL FASANO. TUDO ISSO EM MEIO A UM AMBIENTE SEGURO, COM NATUREZA EXUBERANTE E A MENOS DE 1 HORA DE SÃO PAULO.

Showroom no km 102,5 Rodovia Castello Branco. Agende sua visita. @fazendaboavista

Financie em até 10 anos
Bradesco

Intermediação
COELHO DA FONSECA
(11) 3889-0300 | Cnpj: 08/11170001

Realização
JHSF
(11) 3702-2121

Registro de Imóveis de Porto Feliz - SP. Matrícula 114-516 - Loteamento em R.09 de 16/10/2007. Financiamento sujeito a aprovação de crédito do comprador.

Fazenda Boa Vista
INCOMPARÁVEL SOB TODOS PONTOS DE VISTA

FOTO DO LOCAL

Fonte: Reprodução de peça publicitária veiculada no jornal O Estado de S. Paulo, de 2 de junho de 2016, p. 41. Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20160602-44788-spo-41-cd2-c2-not>>. Acesso em :10 jan. 2017.

A fotografia que ocupa a maior parte da peça publicitária (Fig. 18) mostra dois jogadores de polo durante um momento do jogo. A sincronicidade entre os movimentos das duplas, tanto dos dois cavalos quanto dos dois homens, chama a atenção do observador. Na peça publicitária (Fig. 19), pode-se ver um jogador de polo imóvel sobre o seu cavalo também parado, num cenário campestre, com cavalo e cavaleiro olhando para um ponto além da visão do observador.

Figura 18 – Cavaleiros em jogo de polo

TODA A ESTRUTURA PARA VOCÊ NÃO TER QUE CORRER ATRÁS DE NADA. SÓ DA BOLA.

Na Fazenda Boa Vista, além do Centro Equestre completo, campos de golfe e quadras para esporte, você ainda tem toda a estrutura do Hotel Fasano, com restaurante, spa, espaço de conveniências e outros serviços.

Centro equestre completo
Quadras de tênis, quadra e políesportivas
Campos de futebol
Fazendinha e kids club
A menos de 1 hora de São Paulo

Showroom no km 102,5 Rodovia Castello Branco Agende sua visita @fazendaboavista

Fazenda Boa Vista
INCOMPARÁVEL SOB TODOS PONTOS DE VISTA

INTERMEDIÇÃO
COELHO DA FONSECA
Realização
JHSF
Central de vendas (11) 3702-2121 - vendas@fazboavista.com.br

Fonte: Reprodução de peça publicitária veiculada no jornal O Estado de S. Paulo, de 04 de outubro de 2016, p. 21. Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20161004-44912-nac-21-eco-b1-not>>. Acesso em: 10 jan. 2017.

Figura 19 – Cavalo em pose



Fonte: Reprodução de peça publicitária veiculada no jornal O Estado de S. Paulo, de 18 de junho de 2016, p. 41. Disponível em: < <http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20160924-44902-nac-44-cd2-c3-not>>. Acesso em: 10 jan. 2017.

A peça publicitária (Fig. 20) exhibe cenas com a prática de esportes e de lazer, que podem ser praticados na Fazenda Boa Vista. Na imagem, há fotografias de um cavaleiro num cavalo tordilho branco, passando à frente do bloco de cocheiras; de um dos cavaleiros de polo e de outro em treinamento de salto.

Figura 20 – Cavalos em cena



Fonte: Reprodução de peça publicitária veiculada no jornal O Estado de S. Paulo, de 24 de setembro de 2016, p. 44. Disponível em: < <http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20160924-44902-nac-44-cd2-c3-not>>. Acesso em: 10 jan. 2017.

Na peça publicitária (Fig. 21), observamos diversas cenas de crianças brincando ao ar livre. Uma das fotografias mostra um pônei em segundo plano, enquanto à frente do animal um menino está sorrindo para a câmera.

Figura 21 – Pônei e Crianças

PODE SOLTAR OS FILHOS QUE O VENTO TRAZ DE VOLTA.

Na Fazenda Boa Vista, seus filhos contam com Fazendinha e Kids Club cercados pela natureza.

*Centro equestre completa
Quadras de tênis, squash e poliesportivas
Campo de futebol
Fazendinha e Kids Club*

A menos de 1 hora de São Paulo.

Terreno e jardim de 12 mil m² • Cozinha a gás de 10 m² • 4 dormitórios suítes
Vila: 300m² e 3 banheiros privativos
Jardim: área de recreação

Fazenda Boa Vista
SOLICITE AGORA SEUS SERVIÇOS DE VENDA

CONSELHO ADMINISTRATIVO: **FONRECA** | **JHSF**

Central de Atendimento: 011 3300 2001 • vendas@fazenda.com.br

Shoppcenter no km 204,5 - Rodovia Castelo Branco - Apicimã - São Paulo - SP | @fazenda Boa Vista

Fonte: Reprodução de peça publicitária veiculada no jornal O Estado de S. Paulo, de 28 de setembro de 2016, p. 33. Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20160928-44906-nac-33-cd2-c3-not>>. Acesso em: 10 jan. 2017.

4.2.2.B Análises das peças publicitárias

Uma possível maneira de começar a interpretar as peças publicitárias é partir do pressuposto que esse foi o primeiro contato do intérprete (leitor) com o empreendimento que está sendo divulgado. Claro, divulgação para novos potenciais clientes é a intenção, ao menos parcial, de toda campanha publicitária. A percepção que este típico leitor terá a respeito da Fazenda Boa Vista será, talvez, a mesma do leitor dessas análises, que ora perscruta as imagens. Há as sensações vinculadas à tranquilidade evocada pela presença de campos verdes, céu azul, espaços abertos. Talvez o intérprete se sinta transportado para aquele lugar e seja capaz de imaginar-se caminhando no campo, passeando com os filhos e apreciando os cavalos. Para levar adiante a interpretação, podemos dividir os leitores em dois grupos básicos: aqueles que têm contato com cavalos em sua vida diária,

e aqueles que não tenham tal, digamos assim, experiência colateral. Os do primeiro grupo serão sempre minoria. Vejamos como seguem as interpretações.

Na Figura 17, o olhar do intérprete é capturado pela alternância de elementos brancos e marrons, quase como listras horizontais. Madeira e branco, cavalo avermelhado (na cor semelhante à da madeira) e cavalo branco. As cores e as formas, em alternância, geram harmonia. Esse jogo de cores e formas incitam o interprete à contemplação, no entanto, não a ponto de desviar o seu olhar das baias, do alinhamento das cabeças. Nesses momentos, a peça publicitária pode se fazer sinsigno indicial remático, por ser algo existente que mostra cavalos em suas baias, mas que pela disposição dos elementos da imagem, provocam sensações, qualidades de sentimento, vinculadas à harmonia.

Um olhar mais especializado é capaz de capturar certos detalhes, de buscar pistas adicionais. É possível ver placas com os nomes dos animais nas portas das baias, as cocheiras parecem bem conservadas, os animais exibem pelos brilhantes e, no canto inferior direito da imagem, asseverando que aquilo é mesmo a Fazenda Boa Vista, podemos ler: “foto do local”. Pode-se concluir que há profissionais que cuidam dos cavalos. Para um intérprete com conhecimentos técnicos sobre cavalos, é possível identificar que ao menos os dois tordilhos brancos não são de raça destinada ao hipismo ou ao polo, mas, provavelmente, um cavalo árabe e um pônei. Os dois cavalos alazões avermelhados não têm agrupamento racial tão evidente, podendo ser cavalos apropriados à prática do hipismo, mas também poderiam ser de passeio, da raça mangalarga talvez. Nesses momentos, a peça se faz sinsigno indicial dicente. Os interpretantes são da seara da constatação.

No entanto, o olhar atento pode incitar à reflexão e provocar interpretantes vinculados ao processo de produção em publicidade e, no caso, sobre conhecimentos específicos sobre o animal fotografado. Para o intérprete que tem conhecimentos sobre cavalos, vêm as questões: será que a equipe de produção (e, por conseguinte, o cliente) desta campanha realmente entende de cavalos? Ou ainda, será a hípica da Fazenda Boa Vista realmente dedicada aos esportes equestres de elite, ou antes uma pensão onde cavaleiros de fim-de-semana mantêm seus cavalinhos de passeio? Assim, a peça pode se fazer legissigno simbólico e os efeitos podem ser os vinculados às emoções, aos sentimentos, a ações e ao plano lógico.

Na figura 18, pode chamar a atenção do intérprete a sincronicidade dos movimentos dos dois conjuntos, as áreas verdes separadas por uma linha horizontal escura, os três “chafarizes” brancos que espirram areia, em reação ao impacto dos cascos

dos cavalos a galope e para os olhares que convergem, presumivelmente, para a bola, que está à frente deles. Os tacos de polo como vetores apontam a direção do movimento da bola. Na figura 19, vemos o cavaleiro com seu cavalo em pose. Essas peças predominam como sinsigno indicial dicente.

Nestas peças publicitárias, os fotografados não estão olhando para o fotógrafo, ou para os intérpretes. Essa distância construída pela ausência da troca de olhares pode levar o intérprete a ver naquele cenário um universo inacessível, ou um universo de requinte, nobre, uma vez que o polo é um esporte para reis. Isso pode gerar interpretantes lógicos relacionados à possibilidade de ele tornar-se um comprador em potencial ou não.

Mais do que a atitude dos cavaleiros fotografados – que pode, afinal, ter sido fortuita – o curioso é a escolha dessas imagens. Imagina-se, é claro, que muitas fotografias foram tiradas na produção desta campanha. Considerando que o objetivo, em última instância, é vender imóveis, o lógico não seria olhar para o intérprete (ou o cliente em potencial) e convidá-lo a fazer parte daquele mundo? No entanto, a mesma cumplicidade que está ausente no relacionamento entre as pessoas e seus cavalos, os quais se encontram reduzidos a equipamentos esportivos, ou a elementos do cenário, também falta entre o fotografado e o observador. Nestas fotos, a “quarta parede” é um muro antes que uma janela.

De certa maneira, faz todo o sentido se pensarmos nos critérios para admissão, e na exigência de exclusividade, que caracteriza os mais renomados clubes equestres brasileiros, tais como o Helvetia Polo Country Club, ou a Sociedade Hípica Paulista, ou outros clubes sociais de elite. As suas características de certa maneira intimidadoras afugentam a maioria das pessoas, e por isso mesmo atraem outras, estas sim o seu verdadeiro público-alvo. Esta linha de argumentação justificaria, de maneira clara, ainda que não necessariamente consciente e racional, o uso desta sequência de imagens com o propósito geral de impressionar mais do que convidar as pessoas.

Na peça publicitária (Fig. 20), a imagem mostra, entre outros elementos, um cavaleiro a passo num cavalo tordilho (branco). Está em movimento, mas não há o dinamismo do esporte (foto de salto), nem a urgência da velocidade (jogo de polo). Ambos transitam numa estrada, caminhando em linha reta, e não no campo delimitado (pista ou arena) de um esporte equestre, tal como salto ou polo. O ângulo e o enquadramento da imagem deixam claro a amplitude da área em questão. Nesta imagem, o cavaleiro do cavalo tordilho passeando na estrada dentro do condomínio está longe demais para sequer se dar conta da presença do fotógrafo. Ele é parte do cenário. Ao

mesmo tempo, a atitude dele é de descontração, cavalgando pelo seu território familiar, uma ressignificação da imagem de um senhor de terras inspecionando seus domínios. Nesse caso, a peça se faz sinsigno indicial dicente, ou seja, os efeitos são os de constatação.

Vejam os a Figura 21. Num curral feito de tábuas, um menino loiro está em primeiro plano, agachado sobre palha ou feno que parece ter sido recentemente colocado ali. Atrás dele, um pônei de pelagem pampa está atado – bem curto - a um palanque, e mais uma vez seu olhar não vai em direção ao fotógrafo, e sim ao lado oposto, num ponto para além do curral, por entre as tábuas, presumivelmente para a pastagem além. Já o menino sorri para a câmera, mas não com espontaneidade. Esta imagem gera incômodo, pois não há conexão alguma entre a criança e o pônei, o que, salvo engano, deveria ser o tema da foto. Nesta imagem, o animal é um elemento decorativo, uma moldura tão inerte quanto o curral de madeira, ao invés de ser o companheiro de brincadeiras do menino.

O estudo desta imagem posada de maneira tão artificial pode facilmente levar o observador à conclusão de que ninguém do outro lado da câmera – o fotógrafo, o produtor, o responsável pela criança, o responsável pelo pônei, o cliente que aprovou o anúncio - entende de cavalos. Evidencia-se a presença do cavalo como figurante do cenário, quando antes ele deveria ser a razão de ser deste mesmo cenário. Explique-se: uma hípica pode ser pensada e descrita pelas pistas, pelas cocheiras, pelas pastagens, ou pelos cavaleiros. Mas, a única coisa realmente essencial nela, que a define como hípica, são os cavalos. Se eles não existissem, poderia até ser um clube de campo, mas não seria uma hípica. Nesta imagem, há um pônei, mas não como cavalo, e sim como elemento decorativo, que está posto à distância da criança, como que na intenção de minimizar possíveis riscos. Trata-se de uma peça que prevalece como sinsigno indicial dicente, ou seja, os interpretantes possíveis são os de constatação.

Com essas peças publicitárias, encontramos representações de cavalos associados à prática de esportes, ao lazer e à recreação, em ambientes campestres.

4.3 O cavalo doméstico no cotidiano

O que o cotidiano nos mostra sobre as representações de cavalos, por meio de representações visuais que constam no jornal O Estado de S. Paulo, em 2016? Iniciamos com uma fotografia jornalística, que nos traz o uso do jumento em regiões de guerra (Fig. 22).

Figura 22 – O cavalo na guerra



Fonte: Reprodução de imagem veiculada no jornal O Estado de S. Paulo, de 02 de novembro de 2016, p. 1. Disponível em: < <http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20161102-44941-spo-1-pri-a1-not>>. Acesso em: 10 jan. 2017.

Ainda que haja em meio ao ar empoeirado animais não tão usuais no nosso cotidiano, a presença de dois homens fortes, montados em asnos e um deles empunhando uma bandeira branca, cor que simboliza paz, estas mesmas especificidades constroem uma ambiência de mistério, como num entrecruzamento de tempos, permitindo que, por uma fração ínfima de tempo, o intérprete seja apanhado por conjeturas, e a força das palavras o desloca para a seara da constatação. Trata-se da fotografia de uma batalha, de uma guerra recente, a Batalha por Mossul, como anuncia-se, em vermelho, na imagem.

Isso impele o intérprete à descrição. Não há cavalos nessa imagem, mas sim dois jumentos, circundados por um rebanho de ovelhas. Os homens, que cavalgam os asnos¹⁹, entre muros e ruínas, com muita areia suspensa no ar, parecem ser pastores. A aparência

¹⁹ Ao longo de nossa pesquisa, o termo cavalo, via de regra, está aplicado para animais do gênero *Equus* de ambos os sexos. No entanto, zootecnicamente, a palavra equídeos seria a mais correta, uma vez que ela engloba as três espécies: *Equus caballus* (cavalos ou equinos), *Equus asinus* (jumentos ou asnos), e as zebras em seus subgêneros: *Equus zebra*, *Equus quagga* e *Equus grevyi*. Existem também os muars, híbridos resultantes do acasalamento entre asininos e equinos, de grande importância econômica e cultural em vários países, dentre os quais o Brasil, inclusive, historicamente, na região de Sorocaba.

destes homens remete o intérprete à força, à bravura e à rudeza. O nosso olhar, ao percorrer a imagem, converge, ou é fisdado pela bandeira branca – improvisada, parece um tecido bordado - empunhada por um dos homens, bem no centro da imagem.

Os rostos dos homens estão tensos, não apenas por causa da poeira que os faz semicerrar os olhos - pois se tudo estivesse bem, por que precisariam daquela bandeira branca? O que os obriga a deslocarem seus animais - talvez o bem mais precioso, ou ao menos essencial à sua sobrevivência, da família ou do clã de que eles fazem parte – atravessando um território conturbado, dispostos a correr o risco que isto representa? Esses aspectos permitem que os efeitos da representação visual, no intérprete, migrem para a seara da contemplação, na qual as indagações emergem.

Nesse percurso, a representação visual se faz sinsigno indicial dicente ou remático, pois além da constatação, os aspectos qualitativos, como o ar empoeirado, a lembrança de aspectos do oriente atado ao exótico, ao misterioso, pode deixar o intérprete em suspensão, instigado a adentrar a cena. Assim, além da constatação, os efeitos que emergem pelo fato de que, enquanto fotografia, é o registro, o testemunho de uma guerra, quando então a representação visual prepondera como sinsigno indicial dicente.

Assim, o olhar observacional, o que capta pistas no real, predomina. A legenda Batalha por Mossul, superposta à imagem, fornece mais informações. Mesmo que o observador não recorde maiores detalhes da guerra civil que em 2016 devastava o Iraque e outros países daquela região, por conta da atuação do Estado Islâmico (EI ou ISIS), é difícil deixar de associar a fotografia aos conflitos recorrentes do Oriente Médio. O tipo étnico dos homens e detalhes de seu trajar sugerem a Ásia Menor, até por eliminação – em que outra parte do mundo ovelhas seriam tangidas por homens montando em pequeninos jumentos? Admitamos, portanto, que não há como ignorar o contexto de guerra no Oriente Médio da fotografia em análise. Que outras associações ela pode nos despertar, e qual o papel representado pelos jumentos?

Outra pista, a bandeira branca tremulando, pode remeter o intérprete à Revolução Francesa e à famosa obra de Delacroix, A Liberdade guiando o povo (Fig. 23). Tal gesto pode agregar novos significados à fotografia. Afinal, ainda no século XXI, os homens exibem uma bandeira pedindo liberdade.

No entanto, considerando-se a experiência colateral do intérprete, o seu repertório advindo de suas experiências, é possível resgatar simbolismos vinculados ao oriente e aos animais que compõem a cena, fazendo com que a representação visual – sinsigno – passe

a ser vista como uma réplica de um signo de lei, principalmente pela presença do jumento nessa parte do Oriente.

Figura 23 – Liberdade Guiando o Povo, 1830, óleo sobre tela, 260 x 325 cm, Eugène Delacroix, Museu do Louvre, Paris.



Fonte: Reprodução da pintura A liberdade guiando o povo, por Delacroix (1831). Disponível em: <<https://www.historiadasartes.com/sala-dos-professores/a-liberdade-guiando-o-povo-eugene-delacroix/>>. Acesso em: 10 de abril 2018.

Tal como cabras, ovelhas e camelídeos, os jumentos são animais das áreas desérticas ou semiáridas de nosso planeta. Frugais e rústicos, caminham longas distâncias para obter alimentos, plantas e raízes que outras criaturas não aceitariam: cactos, cardos e capim seco. Precisam de pouca água, são longevos, e sempre alertas na espreita de seus inimigos naturais. Tudo isso faz dos asnos, jumentos e burricos parceiros de trabalho dos pequenos agricultores e das pessoas que habitam estas áreas, desde tempos imemoriais. Há raríssimas referências a cavalos na Bíblia, seja no Velho, seja no Novo Testamento, e eles sempre são sinônimos de aristocracia, posse de reis e generais, nem sempre amigos. No Novo Testamento, são os antagonistas romanos que montam cavalos, enquanto os

jumentos figuram como representantes do povo de Israel, modestos mas persistentes, de força tenaz e inabalável, quase uma hoste de resistência à ocupação romana.

O jumento, por duas vezes pelo menos, tem papel de destaque na história de Cristo: o primeiro, aquele com quem a Sagrada Família empreende a fuga para o Egito, por conta do massacre dos inocentes, ordenado por Herodes, logo após o nascimento do Messias. A fuga foi representada por, entre outros artistas, Giotto (Fig. 24).

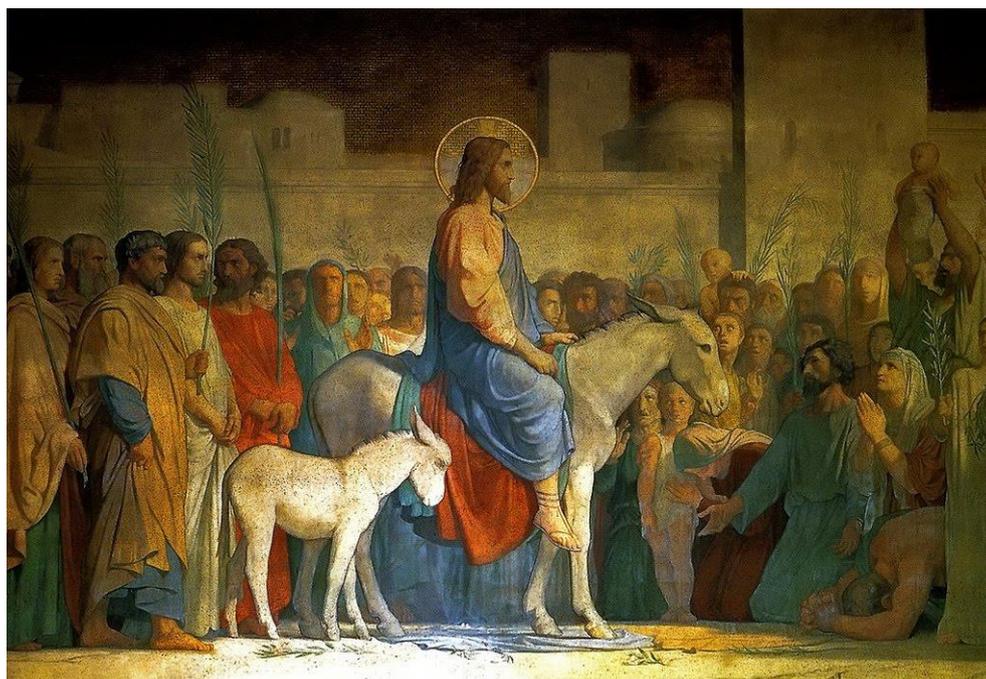
Figura 24 - A Fuga para o Egito (Giotto)



Fonte: Reprodução da obra A Fuga para o Egito (Giotto), afresco, 200 cm x 185cm, Pádua. Disponível em: <<https://www.tanogabo.it/giotto-cappella-degli-scrovegni-fuga-in-egitto-2/>>. Acesso em: 10 abril 2018.

Trinta e três anos depois, Jesus faz sua entrada triunfante em Jerusalém, montando um jumento (Fig. 25). Por certo já havia uma grande simbologia nesta escolha da montaria daquele que afirmava seu reino não ser deste mundo: reis mundanos possivelmente precisavam de corcéis vistosos para afirmar a própria autoridade. O recado deste filho de Deus era colocar-se ao lado da gente simples e oprimida de sua terra, sem precisar de aristocráticos cavalos. “Jesus conseguiu um jumentinho e montou nele, como está escrito: ‘Não tenhas medo, ó cidade de Sião; eis que o seu rei vem, montado num jumentinho’.” (BÍBLIA, Jó 12:24).

Figura 25 – Entrada de Cristo em Jerusalém - Hippolyte Flandrin (1842)



Fonte: Reprodução de obra de Flandrin (1842). Disponível em: <<http://oldironsides-thesilentmajority.blogspot.com.br/2011/04/happy-palm-sunday-to-all-christians.html>>. Acesso em; 10 abril 2018.

Na Bíblia, em Jó 39:19-25, a nobreza e a coragem do cavalo é exaltada.

Ou darás tu força ao cavalo, ou revestirás o seu pescoço com crinas?
 Ou espantá-lo-ás, como ao gafanhoto?
 Terrível é o fogoso respirar das suas ventas.
 Escarva a terra, e folga na sua força, e sai ao encontro dos armados.
 Ri-se do temor, e não se espanta, e não torna atrás por causa da espada.
 Contra ele rangem a aljava, o ferro flamante da lança e do dardo.
 Agitando-se e indignando-se, serve a terra, e não faz caso do som da buzina.
 Ao soar das buzinas diz: Eia! E cheira de longe a guerra, e o trovão dos capitães, e o alarido.

Estes aspectos, que levam o intérprete a refletir sobre passagens bíblicas, reforçam os efeitos remáticos. Mas, a ambiência apresentada na fotografia, com os animais típicos, a topografia do lugar, o perfil dos homens, entre outros, podem levar o intérprete a refletir sobre as nossas concepções sobre o Oriente.

O Orientalismo, para Said (2007), sendo uma maneira de conferir um lugar especial ao Oriente na experiência dos europeus ocidentais - o que respingou também na cultura brasileira - teve importante contribuição dos franceses e britânicos, bem como, em menor medida, dos alemães, russos, espanhóis, portugueses, italianos e suíços. O Oriente não é apenas adjacente à Europa, longe de ser mero produto da imaginação, mas é “o lugar das maiores, mais ricas e mais antigas colônias europeias, a fonte de suas

civilizações e línguas, seu rival cultural e uma de suas imagens mais profundas e mais recorrentes do Outro” (Said, 2007, p. 28).

O Orientalismo expressa e representa essa parte em termos culturais e mesmo ideológicos, num modo de discurso baseado em instituições, vocabulário, erudição, imagens, doutrinas, burocracias e estilos coloniais. No entanto, diante de acontecimentos recentes talvez estejamos construindo uma consciência oriental mais sóbria, mais realista. Podemos citar as experiências recentes envolvendo o Japão, a Coreia e a Indochina e também a enorme expansão do papel político e econômico da América no Oriente Próximo ou Oriente Médio. Desse modo, essas recentes aventuras requerem a compreensão desse Oriente.

Para Said (2007), o Oriente, em particular o Oriente Próximo, tornou-se conhecido no Ocidente como o seu grande oposto desde a antiguidade. Houve a Bíblia e o surgimento do cristianismo; viajantes, entre eles Marco Polo, que traçaram as rotas comerciais e padronizaram um sistema regulado de intercâmbio comercial; fabulistas como Mandeville; houve também os temíveis movimentos orientais de conquista, principalmente do Islã; os peregrinos militantes, sobretudo os cruzados. Essas experiências geraram uma literatura repleta de relatos de viagem, histórias, fábulas, estereótipos e confrontos polêmicos. Essas são as lentes pelas quais o Oriente é vivenciado, e elas moldam a linguagem, a percepção e a forma do encontro entre o Leste e o Oeste.

Certamente, essas concepções podem moldar os possíveis interpretantes para a representação visual (Fig. 22). Elas compõem a experiência colateral dos ocidentais, de modo geral, notadamente às vinculadas ao Cristianismo.

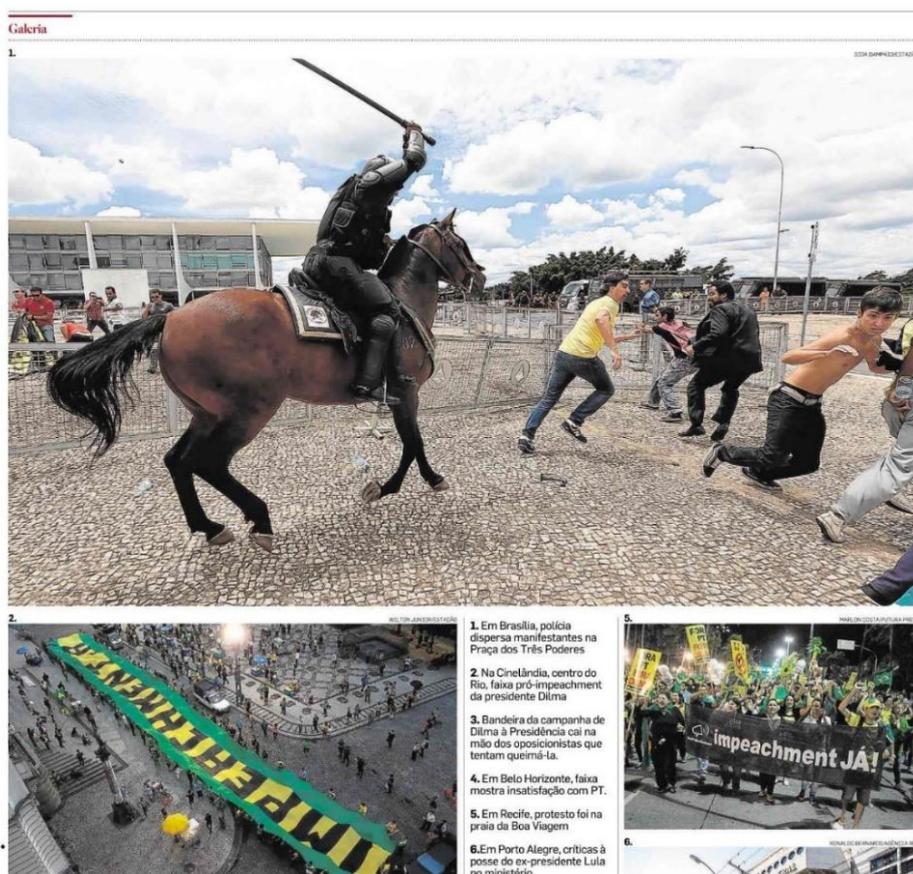
A imagem que mostra o jumento no cotidiano – no jornal O Estado de S. Paulo –, reforça que no Oriente, há pessoas simples fugindo de sua terra, ou vagando de um lado para outro, clamando por paz. Os animais parecem indiferentes aos conflitos humanos, troteando em meio ao caos e à poeira, um passo de cada vez. São tão pequeninos que os homens precisam esticar as pernas para evitar que seus pés arrastem na areia; no entanto, não parecem arrefecer ante a carga pesada. O da esquerda está com os olhos meio fechados, talvez por conta da areia, enquanto o outro que vai à frente parece sereno, tranquilo na sua tarefa simples, que pode até ser pesada, mas com a qual ele se habitou desde o início dos tempos. Talvez os dois asnos até se percebam como líderes do rebanho de ovelhas, já que estas os seguem por toda parte. Ou quem sabe eles tenham a sabedoria das criaturas do deserto, de não gastar energia à toa, preservando-se para as ocasiões

vitais, os momentos de risco maior. Neste instante, o melhor a fazer é mesmo trotar adiante, alheios aos problemas dos homens.

Os pastores, jogados no meio de um conflito que possivelmente diga tão pouco respeito a eles quanto a seus animais, fazem o que podem para sobreviver. Conduzem seus animais em meio à zona de conflito confiando no poder de sua bandeira!

A próxima representação visual (Fig. 26) mostra o cavalo no cotidiano, dispersando manifestantes.

Figura 26 – O cavalo em batalhas no cotidiano



Fonte: Reprodução de imagem veiculada no jornal O Estado de S. Paulo, 18 de março de 2016, p.15. Disponível em: < <http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20160318-44712-nac-15-pol-a15-not> >. Acesso em: 10 jan. 2017.

A fotografia jornalística testemunha momentos de embate. Um policial militar aparece dispersando um grupo de populares, provavelmente manifestantes, na Praça dos Três Poderes, em Brasília. Ela também dá pistas do real como, por exemplo, sobre questões operacionais da Polícia Militar de Brasília. Na perspectiva peirceana, tal fotografia prevalece como sinsigno indicial dicente. Aponta para o real e permite a

constatação, por parte do intérprete. A Polícia Militar brasileira é possivelmente a única força militar do mundo que ainda treina seu efetivo em técnicas de carga de cavalaria, tais quais eram utilizadas nos Exércitos, até o início da Primeira Guerra Mundial. Consta no site da Polícia Militar de Brasília:

Equoterapia, policiamento ostensivo e policiamento de choque: estes são os eixos principais da contribuição da Polícia Montada para a comunidade brasiliense. [...] Em tempos de manifestações populares, a Companhia de Choque Montado demonstrou estar pronta para os diversos tipos de situações. Os cavalarianos apresentaram várias manobras para controlar e dispersar multidões, sem o uso de arma de fogo ou equipamento não letal. Em maio deste ano, a PMDF adquiriu 300 kits operacionais para uso dos cavalarianos. São bastões policiais de 1,10m, capacetes, selas, mantas, boleteiras e cabeçadas. (Fonte: <http://www.pmdf.df.gov.br/site/index.php/noticias/destaques/3089-regimento-de-policia-montada-32-anos> . Acessado em 15.04.18.)

Na fotografia, o policial está com o rosto oculto e com um equipamento, vestuário e armas, que lembram uma armadura medieval. O bastão policial cassetete, em riste, parece uma espada (Fig. 27).

Figura 27 - Equipamento protetor da cavalaria da Polícia Militar



Fonte: Reprodução de imagem disponível em: <<http://www.brasilhipismo.com.br/tag/policia-montada>>. Acesso em: 15 abril 2018.

O cavalo usa um protetor facial que é pouco visível pelo ângulo da foto, à primeira vista parecendo crina comprida, a qual, no entanto, não é regulamentar para cavalos militares. Observando com mais atenção e comparando as duas imagens (Fig. 26 e Fig. 27), notamos que o animal está usando apenas o protetor do focinho.

Numa observação inicial, o cavalo parece uma ferramenta de trabalho do policial, afeito e alinhado às intenções do mesmo. No entanto, há outros detalhes que merecem destaque. O animal parece amedrontado e a expressão da sua face lembra a do homem perseguido (Fig. 28). O olhar do cavalo demonstra tensão e espelha de maneira curiosa a dos pedestres que estão sendo afugentados – olhos arregalados, fâcies enrijecidas.

Figura 28 – Expressões similares



Fonte: Elaborada pela autora a partir da Figura 26.

Instrumento de seu cavaleiro, o condicionamento imposto ao cavalo impede que ele responda aos seus instintos, que mandam que os cavalos fujam do confronto sempre que possível. Neste caso, ao cavalo só resta avançar. Contudo, o alcance encurtado de sua passada mostra o equilíbrio fragilizado no piso de mosaico, em que cavalos usando ferraduras tendem a escorregar. No momento da fotografia, o animal está em apoio lateral, o que é não-natural e, portanto, desequilibrado para um cavalo, com membros esquerdos no solo e membros direitos elevados (Fig. 29).

Figura 29 – Sintonia entre o agressor e o perseguido



Fonte: Elaborada pela autora a partir da Figura 26.

Ao mesmo tempo, a fisionomia do cavaleiro está totalmente oculta, tanto pelo ângulo de seu olhar quanto pelo capacete. Desta maneira, podemos considerar o papel do cavaleiro como perpetrador anônimo e do cavalo como instrumento do poder, desprovido de vontade própria. Através da atuação deste conjunto, as pessoas vão sendo espalhadas aleatoriamente. Outro espelhamento visual é observável entre a sola dos cascos do cavalo e as solas dos calçados que fogem correndo (Fig. 29). Também é perceptível o desequilíbrio nos movimentos espelhados entre ataque e fuga, no instante congelado na foto. O cavalo está numa fase desequilibrada de seu movimento e várias das pessoas em fuga parecem prestes a cair (Fig. 26).

No contexto equestre, são comuns metáforas do cavalo como espelho de seu cavaleiro. Aqui, há um efeito curioso de que, além de espalhar, o cavalo espelha fisicamente os antagonistas de seu cavaleiro. A partir desta ideia, é possível tecer conjecturas as mais diversas sobre a dinâmica entre opressores e oprimidos em nossa sociedade. E acabamos nos perguntando se esta poderia ser a intenção, consciente ou não, do fotógrafo e do editor que escolheram a imagem.

O atacante anônimo, ao ocultar o rosto, responsabiliza o cavalo como se este fosse o agressor, o elemento físico da intenção de ataque. O animal é por definição uma extensão da autoridade policial, mas isto não corresponde necessariamente à sua vontade, ou ao seu livre arbítrio, se ele o tivesse. As pistas podem ser encontradas no fato de que há mais sintonia entre cavalo e pedestres em fuga do que com seu próprio cavaleiro.

Há também os simbolismos relativos ao cavalo que potencializam a ambiência de combate, fuga, ira, medo. Segundo Chevalier e Gheerbrant (2008, p. 211), “o cavalo é uma manifestação da morte, análoga ao esqueleto com foice. [...] Muitas vezes, os corcéis da morte também são negros, cuja cavalgada infernal persegue por muito tempo os viajantes perdidos.”

Nessa ambiência de embate, de ação, o cavalo doméstico pode ser traduzido como agressor. O mesmo não se dá com a fotografia (Fig. 30).

O estranhamento prevalece. O caminho, uma rua em estado precário – parte com terra e parte com asfalto, a carroça que foi um carro, as vestes do condutor – terno preto e capacete branco - e o burro, na labuta, a cidade precária – terreno baldio e construções inacabadas - e os anéis olímpicos, improvisados com pneus coloridos, trazem para a periferia da cidade o clima da cidade olímpica. No plano de fundo do cenário, em vermelho, em letras maiúsculas, a frase: Educação Cidade Limpa. Um riso leve é o efeito dessa representação visual que, nesses momentos, se faz um sinsigno indicial remático.

Não deixa de mostrar a cidade sede dos Jogos Olímpicos, de 2016, mas muito distante, em inúmeros aspectos, da Cidade Olímpica.

Figura 30 – O burro trabalhador... longe do Olimpo



Fonte: Reprodução de imagem veiculada no jornal O Estado de S. Paulo, de 31 de julho de 2016, p. 95. Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20160731-44847-nac-95-ali-e4-not>>. Acesso em: 10 jan. 2017.

Há pelo menos quatro aspectos que suscitam um humor um tanto quanto irônico. Um burrinho que puxa um chassis de automóvel transformado em carroça passando à frente dos anéis olímpicos criados a partir de pneus velhos; o do dono da carroça/carro (que, presumivelmente, é seu condutor); o do autor dos anéis de pneu, encabeçados pelo letrero “Educação Cidade Limpa”; e o olhar do fotógrafo, que registrou os dois elementos coincidindo em frente à sua lente.

A primeira impressão advinda da imagem talvez seja o choque, pois contrapõe criatividade com pobreza, empreendedorismo com abandono. Alguém recolheu cinco pneus velhos, providenciou tinta, pinceis, ripas de madeira e outros materiais, e também pesquisou a sequência correta de cores dos anéis olímpicos, e organizou tudo isso em uma obra que seria – homenagem? crítica? as duas coisas? às Olimpíadas do Rio de Janeiro, erguendo-a num terreno baldio para apreciação dos transeuntes.

Em relação ao letrero, no plano de fundo da imagem, visto meio de longe, e com a contração das letras finais demandada pelo comprimento da tábua, a palavra “limpa” no

letreiro ficou meio atrofiada, dando asas à imaginação – “umpá? ” “lixa? ”, o que pode ou não ter sido um ato falho por parte do autor. O fato é que a peça tem a espontaneidade e também o caráter voluntário e supérfluo das verdadeiras obras de arte: ninguém a encomendou, ninguém exigiu nem esperou que estivesse ali, o seu autor não a erigiu esperando reconhecimento, identificação ou remuneração. A própria existência dos “aros olímpicos de pneu” proclama que estão ali porque seu autor desejou erguê-los; sua existência se confunde com sua finalidade. Possivelmente só isto já lhe confira mais legitimidade do que muitas das instalações artísticas que se multiplicaram, na mesma época, na face turística e *fashion* da cidade do Rio.

A carroça/carro traduz habilidades com cortadeira e solda, cordas e caibros de madeira. O condutor desse veículo parece ser caprichoso o bastante para manter em bom estado físico o seu animal de trabalho, que até mesmo usa ferraduras. Enverga um capacete de construção civil, seja por distinção de ofício, seja por humor cáustico (que ele possui, ainda que talvez lhe faltem palavras para explicá-lo), seja pelo justificado medo de que o céu lhe desabe sobre a cabeça, sempre um evento a ser levado em conta na cidade das balas perdidas. Mas o condutor pode rodar pelas ruas do bairro, talvez a trabalho, talvez só mesmo indo até o boteco da esquina. À custa de engenho e arte, conseguiu o seu veículo próprio.

E há o fotógrafo, retratando a cidade uma semana antes do início dos Jogos do Rio. Legado olímpico, Museu do Amanhã, o Neobonde, todas as *venues*, gringos aos milhares, políticos e poderosos em geral ostentando sorrisos de dever cumprido, tréguas cuidadosamente negociadas com as comunidades e aqueles que nelas mandam – este é o Novo Rio, pronto para tomar seu lugar no panteão das Cidades Olímpicas. Numa cidade tão especializada na representação artística e nas fachadas e ilusões de ótica em que isto implica, dos desfiles de Carnaval à Rede Globo, por certo nem tudo é para inglês ver?

A relação entre os anéis olímpicos e a carroça é uma coincidência explorada pelo fotógrafo, uma vez que o carroça se encontra em trânsito à frente daquele ponto. A direção do olhar do carroceiro indica que ignora os anéis, ou é indiferente frente a eles, o que pode ser outra metáfora. Da mesma maneira o burro, que está empenhado em puxar o peso, num movimento lento e constante. Também ele ignora os anéis olímpicos, mesmo porque está usando antolhos, um equipamento que restringe a visão dos cavalos de tração à frontal, eliminando a visão lateral que é característica do gênero equino. O animal de trabalho não poderia “enxergar” os Jogos Olímpicos mesmo que quisesse. Aqui a metáfora da fotografia se torna evidente.

Todos esses contrastes incitam o intérprete. As pistas estão todas postas nos contrastes. Trata-se de uma representação visual – uma fotografia – que prevalece como sinsigno indicial dicente em um momento e pode se tornar remática em outro. Ela pode envolver o Rio de Janeiro, enquanto uma cidade contemporânea fervilhante de contradições. Palco de beleza natural e de violência urbana.

A exuberância tropical presente na mata em todos os planos da imagem, no terreno baldio, nas árvores um pouco atrás, nos morros ao fundo que por si só já remetem ao Rio. O caos das construções que não são exatamente favela, mas também não transbordam de planejamento, design ou estética, cubos de cimento colocados ali, com grades que servem de proteção ao mesmo tempo que dão aparência de cadeia. A rua esburacada, o terreno cheio de mato, as fiações elétricas terceiro-mundistas, automóveis, caixa de água e paredes pintadas atestando que sim, há pessoas que moram e trabalham aqui e fazem o melhor de tudo isso. E o letreiro: “Educação Cidade Limpa”. Crítica, apelo ou constatação? Talvez até comentário orgulhoso: “eu fiz a minha parte, você já fez a sua?”. Com certeza o problema do descarte de pneus velhos diminuiria se mais pessoas resolvessem utilizá-los de maneira criativa.

E transitando pelo cenário, o carroceiro e seu burro. É bem verdade que os muares – os burros e as mulas – têm continuada importância econômica na agropecuária brasileira, mas já não é habitual vê-los em cenário urbano.

A importância dos muares na agropecuária brasileira no século XX é ressaltada por Torres e Jardim (1984, p. 435-436):

Os muares, no Brasil, são mais correntemente usados na tração de carroças e (...) máquinas agrícolas; no transporte de carga sobre o dorso nas regiões montanhosas e acidentadas; montaria para ir à cidade e para viagens distantes, podendo fazer etapas de 30 a 40 km / dia sem esgotar-se. [...] Para montaria procuram-se animais altos, descanelados, marchadores e elegantes, podendo atingir até 150 cm de altura. Tanto se podem usar as fêmeas como os machos. [...] Ainda existem no país indústrias importantes que continuam a produzir em quantidade crescente máquinas e implementos para a lavoura a tração animal. Isto significa que o muar continua a ser usado em larga escala nas propriedades de menor área, que não comportam economicamente o uso de tratores. Além disso, em numerosas áreas, pela topografia montanhosa e falta de boas estradas, o burro continua a ser o motor vivo insubstituível para o homem e suas cargas. [...] Para as regiões montanhosas, como animal de sela, de carga, e de tração, o muar é superior ao cavalo porque tem mais firmeza, escolhe o caminho com mais cuidado, e, em geral, possui vista melhor. [...] O muar, quando em situação difícil age com mais prudência e com mais atenção que o cavalo. [...] Por ser menos nervoso e mais prudente que o cavalo, por manter-se, com o tempo, quase indiferente ao ruído e à agitação, é um bom animal para trabalho nas cidades.

Os muares são híbridos, originados pelo acasalamento direcionado pelo homem, em geral de garanhões jumentos com fêmeas equinas, mais raramente o inverso. Desde os primórdios da domesticação dos equídeos as vantagens deste cruzamento são conhecidas: as mulas (muar fêmea) e os burros (muar macho) aliam a estrutura física do cavalo à rusticidade e ao metabolismo conservador dos asininos, além do vigor híbrido que lhes dá resistência, força e inteligência superior às das duas outras espécies. Em contrapartida, os muares são sempre estéreis, o que faz com que sua criação recomece sempre do primeiro passo, da combinação de éguas adequadas para a função com jumentos de qualidade superior. Não existe melhoramento genético, no sentido zootécnico convencional, entre os muares, uma vez que a premissa básica de cruzar superior com superior não se aplica.

Durante os tempos coloniais e o início do império, conforme Goulart (1964), não havia infraestrutura básica da impenetrável serra do mar aos confins dos sertões. A terra era insalubre e perigosa para os não-nativos - não apenas pessoas, mas também animais. Para os poucos, raros (e caros) cavalos de raça trazidos de Portugal, as pastagens e os grãos eram escassos, e doenças tropicais até então desconhecidas dizimavam rebanhos inteiros. A princípio, nas províncias do Sul era possível a criação de equinos em larga escala. O clima mais ameno reduzia a quantidade de insetos e ácaros hematófagos, e os campos nativos sulinos constituíam uma pastagem natural, diferente do Brasil central, onde ganhar um alqueire de pasto era uma luta contínua de abrir clareiras na selva. O gado bovino naturalmente era preferido no Brasil central, seja pela sua maior importância econômica, seja pela rusticidade. Logo se tornou evidente que muares ao invés de cavalos eram a solução para as questões de transporte e logística do Brasil colônia, como bestas de carga em trilhas montanhosas quase sempre não-carroçáveis, para escoar a produção das “Geraes” – minério, pedras preciosas, ouro e prata – ao litoral a caminho da Corte sempre ávida por riquezas, para levar sal, cacau, café e charque de um lado a outro do país. Não precisavam de arreios elaborados nem de ferraduras, caminhavam o dia inteiro sem perderem o vigor, e tinham um instinto quase mágico para não escorregarem em desfiladeiros e escaparem de onças e índios. Só havia um problema – precisavam de éguas para nascerem, fêmeas equinas muitos mais frágeis. Assim, estabeleceu-se a criação nos campos do Sul para abastecer as províncias mais a norte.

Entre os anos de 1820 e 1860, ainda na perspectiva de Goulart (1964), diversos fatores contribuíram para a degeneração do rebanho equídeo brasileiro. A reprodução aleatória dos rebanhos, sem critério zootécnico, somou-se às deficiências nutricionais das

pastagens tropicais, fazendo com que as gerações sucessivas de cavalos se tornassem de estatura cada vez menor e mais fraca. Cumulativamente, a “doença das cadeiras” (tripanossomíase) dizimou efetivos inteiros, propagando-se da Ilha de Marajó até o centro-oeste e depois também ao sudoeste. Neste cenário, e com os animais sendo essenciais à carga, tração e transporte de pessoas, os muares surgiram como alternativa, pois são mais rústicos que os cavalos quanto a necessidades nutricionais e resistência a doenças, além de suportarem melhor o trabalho pesado e contínuo. Nas palavras de Goulart (1964, p. 144):

Burlamaque continua a mostrar a situação da raça cavalar do Brasil, a meio do século XIX. ‘No sul do Império a degeneração tem sido mais deplorável.’ [...] Com a valorização dos muares, os criadores rio-grandense, que eram os maiores fornecedores de híbridos para São Paulo, Minas Gerais e outras regiões do país, descuidaram-se da apuração dos equinos. [...] Burlamaque continua: ‘São Paulo, Paraná e Santa Catarina acham-se nas mesmas circunstâncias e a besta muar substituiu o cavalo em quase todos os seus usos.’

E esta foi a origem dos tropeiros e da feira de muares de Sorocaba. Os rebanhos cavallares se multiplicavam no Sul, de pastagens fartas e clima mais ameno, onde a peste de cegar e a durina não dizimavam a eguada. As mulas eram necessárias nos garimpos de Minas, nos cacauais da Bahia, na pecuária de toda parte. Sorocaba, que se aninha no trópico de Capricórnio, faz parte da linha divisória natural entre Sul e Norte do Brasil, e era aqui que gaúchos, nordestinos e mineiros se encontravam para negociar, e de onde as jovens mulas sulistas empreendiam a viagem sem volta para se tornarem trabalhadoras Brasil afora.

O Estudo do Complexo do Agronegócio Cavallo, elaborado em 2006 numa colaboração entre a ESALQ (Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz) e o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - MAPA, menciona as origens do tropeirismo e sua importância para Sorocaba. Consta no Estudo do Complexo do Agronegócio Cavallo (LIMA *et al.*, 2006, p. 50-51):

O chamado corredor tropeiro estende-se desde São Paulo até o norte do Rio Grande do Sul. O tropeirismo surgiu no Brasil Colonial, época em que o transporte era feito no lombo de animal (cavallo, asinino, muar) por trilhas que ligavam as diferentes regiões da Colônia. (...) O caminho do tropeiro (caminho do sul) pouco se modificou com o decorrer do tempo no percurso Sorocaba – Rio Grande do Sul. Os tropeiros do Sul eram preparados para enfrentar mais de 4.000 km com perigos e desconfortos, com uma a duas viagens por ano. Apesar de atualmente existirem estradas e outros meios de deslocamento, essa cultura ainda permanece na região. (...) O caminho de Viamão, que passava

por diversas cidades do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná, até chegar em Sorocaba, foi descrito pela primeira vez em 1745.

Naturalmente, a capital da Colônia e logo mais do Império também fazia parte das rotas comerciais. Lima (2016) enfatiza a importância dos muares no Brasil.

Os comboios de mula foram responsáveis pelas rotas comerciais, perdendo importância somente com a expansão das linhas ferroviárias, na segunda metade do século XIX. Neste cenário, a cidade de Sorocaba destacou-se, especialmente a partir do século XVIII como o principal mercado dos produtos originários do sul do Brasil com destino às regiões mais centrais, destacando-se São Paulo e Minas Gerais. Os muares, em sua maior parte, eram criados pelos gaúchos, invernados no Paraná e comercializados em Sorocaba.

Também no Rio de Janeiro colonial e logo imperial havia muitos muares; podemos vê-las nas gravuras de Rugendas e Debret, transportando balaios e pipas d'água, e também o capitão do mato à cata de escravos fugitivos. Em gravura de Rugendas (Fig. 31), pode-se observar a presença de mulas em uma zona de comércio do Rio de Janeiro.

Figura 31 - Mercado na Praia dos Mineiros por Rugendas



Fonte: Reprodução de gravura de Rugendas (1820), intitulada Mercado na Praia dos Mineiros. Disponível em: < <https://lista.mercadolivre.com.br/arte-artesanato/gravuras-no-rio-de-janeiro/brasil-colonial-rugendas-debret-55x40-cm-gravuras-brg> >. Acesso em: 10 abril 2018.

No entanto, ainda que hoje em dia exista o conceito de “mula de patrão” - mulas marchadoras que valem muito dinheiro e conferem o mesmo *status quo* a seu cavaleiro que lhe seria emprestado por um cavalo de raça - demorou algum tempo até que os muares fossem considerados nobres corcéis de montaria. A mentalidade racista tem esta fraqueza

peculiar, de conferir maior peso àquilo que despreza – e por consequência lógica, atestando a inferioridade daquilo que diz valorizar. Um muar é meio cavalo, mas na opinião de alguns, padece de falta de nobreza por ser meio jumento. É provável que D. Pedro I, por ocasião do grito do Ipiranga, na verdade estivesse à sela de uma mula. Gomes (2010), no livro intitulado 1822, esclarece que em suas memórias, o coronel Manuel Marcondes de Oliveira Melo, subcomandante da guarda de honra e futuro Barão de Pindamonhangaba, menciona que o animal presente no acontecimento – o Grito do Ipiranga - era uma baía gateada. O padre mineiro Belchior Pinheiro de Oliveira, outra testemunha, refere-se ao animal como uma bela besta baia.

Os muares eram, sem dúvida, o melhor tipo de montaria para enfrentar as quebradas da Serra do Mar com resistência, alguma velocidade e mais segurança para seus cavaleiros. Mas não ficaria bem para os olhos da história retratar o Príncipe Libertador de espada em riste cavalcando uma modesta mulinha – então a liberdade artística do ufanismo criou um nobre corcel, que os adeptos da raça Mangalarga gostam de identificar como tal (Fig. 32).

Figura 32 - O Grito do Ipiranga, Pedro Américo, 1888. Óleo sobre tela.



Fonte: Reprodução da pintura intitulada O Grito do Ipiranga, Pedro Américo, de 1888. Disponível em: <<http://www.ensinarhistoriajoelza.com.br/o-grito-do-ipuranga-uma-fraude/>>. Acessado em: 14 abril 2018.

Seja como for, o Rio de Janeiro contemporâneo ainda respira as sombras de glórias e costumes imperiais, inclusive na peculiar estrutura geográfica e demográfica que

conflagrou, em parte, a calamidade social dos dias atuais. Poucos senhores atendidos por uma hoste de escravos, que uma vez libertos – deixados ao léu – foram “se virar por conta”, tomando posse dos morros que espremem a estreita faixa litorânea. E, vez ou outra, esta mistura peculiar cria situações tão absurdas que o melhor mesmo a fazer é rir-se, e registrá-las – e mais, divulgá-las. Como fizeram aqui o artista dos pneus, o carroceiro, o fotógrafo, e O Estado de S. Paulo. O burrinho se conforma e puxa o carro; nós, reduzidos a observadores.

Constata-se que perseguindo as pistas é possível agregar inúmeros sentidos às representações visuais. Nesse sentido, a interpretação aproxima o intérprete do real, dirimindo o estado de confusão que tais representações podem suscitar. Assim se dá um processo de comunicação que não dá total poder ao emissor e também não leva o intérprete (receptor) a se distanciar da realidade.

Figura 33 - Cavalo e cavaleiro em sintonia



Fonte: Reprodução de fotografia do jornal de 10 de julho de 2016, p. 20. Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20160710-44826-nac-20-mrt-a20-not>>. Acesso em: 12 janeiro 2017

A representação visual – fotografia (Fig. 33) – remete o intérprete ao encontro de uma criança com um cavalo. Isolado do contexto em que a imagem está inserida, o

intérprete pode se encantar com a ambiência de carinho e delicadeza que emerge da imagem, considerando-se a expressão facial da criança e o movimento do olho do animal. Parece que eles se aceitam. Há semelhanças entre a criança e o animal, que se estende às cores do pêlo e pele, da cor da roupa e do cabresto, da crina e ao esbranquiçado do azul da roupa. Os olhos de ambos são escuros, mostrando um pouco de branco. A direção dos olhares diverge, ainda que criança e cavalo estejam de frente um para o outro, relaxados e confortáveis entre si. À mão estendida do menino, que parece buscar conforto no contato físico com o cavalo, corresponde a cabeça do animal estendida para a frente. Ainda que apenas uma parte desta seja visível, é fácil identificar que toda a atitude física sinaliza uma disposição de interação com a criança. Alguns detalhes revelam precariedade ou talvez poucos recursos: o capacete é grande demais para o menino, os punhos da blusa são puídos.

O cavalinho provavelmente é um pônei pampa de uma escolinha. Não apenas pela etnicidade da criança – há sócios afrodescendentes nas hípicas de elite, mas são a exceção – esta cena não se originou no grande esporte nem nos ambientes sofisticados. Mas ela é muito autêntica no retrato do que faz as pessoas quererem se conectar aos cavalos, e daquilo que, segundo alguns, deveria ser a essência desta conexão.

Trata-se de um sinsigno indicial que pode gerar alguns efeitos atados à contemplação, mas isso é pouco provável, uma vez que o contexto associado à imagem talvez oriente o olhar do intérprete para a leitura da mesma.

Sem recorrer à leitura do texto ou mesmo da legenda da foto, as hipóteses mais prováveis seriam tratar-se de uma sessão de equoterapia, ou de algum projeto de equitação social, tais como em algumas cidades são mantidos em parceria entre prefeitura e escolas de equitação. Com o texto, ficamos sabendo que se trata de um projeto de zooterapia, terapia mediada por animais, que acontece num hospital infantil do Rio de Janeiro. Da parte da criança, não há expectativa de resultados, de desempenho. Apenas a reconexão ao elemento ancestral que, de maneira fortuita e à vezes instantânea, desperta nas pessoas o interesse ou até a paixão pelos cavalos, como o ressurgir de memórias que pareciam esquecidas.

Mas são as pistas mencionadas que incitam à reflexão, principalmente sobre os cavalos e seu bem-estar. Cavalos são animais sociais, cuja qualidade de vida está diretamente relacionada à possibilidade de interação com os outros cavalos de seu grupo, a sua manada. Esta necessidade à manutenção de sua saúde emocional precisa ser considerada sempre que falamos em bem-estar animal. O conceito das “cinco liberdades”

é o parâmetro objetivo mais antigo quando se busca avaliar e quantificar bem-estar animal e ele se aplica a todos os animais que se encontram sob a tutela do ser humano.

O contexto histórico é dado pelo Manual de Boas Práticas em Equiocultura, publicado pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento:

A partir de uma preocupação da sociedade pós-guerra, foram estabelecidas as “Cinco Liberdades”, que funcionam como fundamentos para as diversas formas de criação e manejo dos animais de produção; são elas: liberdade de fome e sede, liberdade de medo e ansiedade, liberdade de desconforto, liberdade de ferimentos, dor e doenças e liberdade para expressar o seu comportamento natural (*Farm Animal Welfare Council*, 2009). Entretanto, estas são diretrizes gerais e as características específicas das espécies indicam mais precisamente quais são as necessidades a serem atendidas e os erros de manejo que devem ser evitados. (LEME *et al.*, 2017).

O termo “livres de” significa que os desafios e as variações da rotina diária devam corresponder à realidade natural dos animais: por exemplo: “livre de fome” significa que o cavalo possa ter condições de encontrar comida – de pastar – sempre que sinta fome. Isto é complementado pela definição de Broom (2010), de que o bem-estar de um indivíduo é seu estado em relação às suas tentativas de adaptar-se ao seu ambiente.

Dos cavalos de esporte e lazer, ou seja, daqueles cujos proprietários escolhem mantê-los para passeios ou atividades esportivas, de modo geral, podemos dizer que suas necessidades físicas imediatas são bem atendidas, já que cavalos fracos ou doentes serão incapazes de atenderem às demandas que deles são feitas. No entanto, nos centros hípicas, devido ao manejo intensivo, geralmente em localização urbana ou semi-urbana, as necessidades etológicas dos equinos costumam ficar em segundo plano. Esta quinta liberdade, a do comportamento natural, poderia ser resumida em manter-se pastando em movimento na companhia de outros cavalos. Basta visualizar a atividade de qualquer grupo de equídeos ao longo de um dia, seja uma manada de zebras ou uma eguada no haras. Em outras palavras, há muitos cavalos dispendiosos de alta performance, os quais, ao mesmo tempo em que, sob a perspectiva do proprietário, são tratados com muito cuidado, padecem de deficiências de manejo as quais comprometem o seu bem-estar, especialmente no aspecto psicológico.

Até aqui, as análises das representações visuais foram feitas de maneira mais ou menos estanque, separadas umas das outras, até porque são de diferentes meses, figurando no transcorrer de 2016. Mas se fosse possível vê-las em conjunto, na verdade há um denominador comum: não existe nelas o foco no relacionamento entre pessoa e cavalo. Nas demais imagens, exceto na representação visual (Fig. 33), os cavalos são usados em

guerra, transporte e esporte; são objetos de *status* social ou investimento econômico; símbolos de riqueza, fortaleza, poder. Mas não há uma única imagem que apresente o convívio amistoso ou amoroso entre pessoa e cavalo. A única exceção é esta da criança encantada pelo cavalinho.

E no entanto, dentre as pessoas que lidam com estes animais, a afirmação recorrente é o fascínio, mesmo a paixão que sentem por eles. É no mínimo curioso que a única imagem desta amostra a retratar tal amizade entre espécies distintas seja a da criança com o pônei, e não a do cavaleiro olímpico com o seu campeão, por exemplo. É claro que não foram os retratados os responsáveis pelas escolhas da editoria do jornal, mas a amostragem poderia ser vista como diagnóstico da percepção daquilo que os cavalos significam para as pessoas.

Ou ainda, seria possível especular sobre o distanciamento midiático ou o ensimesmamento digital, de que nos falam Sfez e Sodré, que faz com que tenhamos uma tendência a ver o mundo como extensão de nós mesmos: é o mundo da *selfie*, da objetiva voltada ao próprio umbigo ao invés de ao horizonte. Assim, o cavalo se torna uma “prótese” do humano – que aliás sempre foi, conferindo velocidade e força meta-humanas aos seus cavaleiros, ao mesmo tempo em que corre o risco de deixar de ser uma criatura imbuída de agenda própria.

Quem sabe, esta fotografia de um garotinho hospitalizado compartilhando segredos com um pônei de escolinha possa ser uma metáfora da lembrança de um passado quase mas não totalmente esquecido, do galope não no confinamento de uma pista mas das planícies infinitas, da amizade temperada a suor e vento entre o cavaleiro e seu corcel, do qual esta imagem pode ser uma sombra fugaz, mas também a projeção de um futuro possível. Basta resgatar também a memória de que um cavalo não é uma ferramenta, e sim uma criatura; não um equipamento, mas um parceiro senciente. E o respeito demonstrado através do conhecimento, dele e de nós mesmos, é o maior serviço que podemos prestar a este aliado milenar, para que ele continue ao nosso lado – não apenas no *bios* midiático, mas também como ser de carne e osso, pulsões e sentimentos, tal como o somos nós mesmos.

4.4 O cavalo no entretenimento

Entre as representações visuais que compõem a amostra, escolhemos uma imagem cinematográfica (Fig. 34).

Figura 34 - A parelha preta e branca em Ben Hur



Fonte: Reprodução de imagem veiculada no jornal O Estado de S. Paulo, de 15 de agosto de 2016, p. 27. Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20160815-44862-nac-27-cd2-c1-not>>. Acesso em: 10 jan. 2017.

Os tons terrosos e um espaço empoeirado provocam inquietação, agitação. Há uma variedade de formas regulares, retilíneas e enfileiradas que provocam sensações de admiração, por sugerir grandes dimensões. São instantes em que as qualidades dão o tom e a representação visual – sinsigno – gera efeitos atados a tais qualidades, os efeitos remáticos, que levam o intérprete a fazer conjecturas, que provocam espanto, admiração.

As grandes dimensões lembram o matemático-sublime, conforme propõe Kant (1995). O matemático-sublime é “o que é absolutamente grande”, ou “é aquilo em comparação com o qual tudo o mais é pequeno”, “é o que somente pelo fato de poder pensá-lo prova uma faculdade do ânimo que ultrapassa todo padrão de medida dos sentidos” (KANT, 1995, p. 95-96). Nas suas palavras:

Aqui se vê facilmente que na natureza nada pode ser dado, por grande que ele também seja ajuizado por nós, que, considerado em uma outra relação, não pudesse ser degradado até o infinitamente pequeno; e inversamente nada tão pequeno que em comparação com padrões de medida ainda menores, não se deixasse ampliar, para a nossa faculdade de imaginação, até uma grandeza cósmica. Os telescópios forneceram-nos rico material para fazer a primeira observação, os microscópios para fazer a última. Nada, portanto, que pode ser objeto dos sentidos, visto sobre essa base, deve denominar-se sublime. Mas precisamente pelo fato de que em nossa faculdade da imaginação encontra-se uma aspiração ao progresso até o infinito, e em nossa razão, porém, uma pretensão à totalidade absoluta [...] (KANT, 1995, p. 96).

Há efeitos provocados, portanto, pelas possíveis formas e dimensões do local. Mas à representação visual aparece atado o nome do filme Ben Hur, o que contribui para que ela prevaleça como sinsigno indicial, onde o olhar observacional dá lugar ao contemplativo. Com ele vêm as possibilidades de referência a outros existentes.

Nesta imagem vemos um recorte da cena da corrida de quadrigas, da versão 2016, do filme Ben Hur. Os cavalos que puxam os carros com seus condutores estão de frente, mas apenas o cavalo interno de cada quadra (conjunto de quatro cavalos utilizados num veículo de tração animal) é parcialmente visível. Tanto o cavalo preto à esquerda da imagem quanto o cavalo branco à direita estão olhando para o lado de fora. Os dois condutores se olham e há em suas faces expressões de ferocidade. Outro aspecto interessante é que os dois conjuntos de cavalo, carro e homem guardam grande grau de simetria e similaridade, parecendo que um é imagem do outro, como se um refletisse o outro. Ainda que o contexto da corrida e a inimizade entre os condutores – visível em suas expressões – declare as diferenças entre ambos, que também são acentuadas pelo contraste nas cores das pelagens dos cavalos, este “reflexo no espelho” proclama as suas semelhanças. O lugar fica parcialmente encoberto por poeira e as crinas dos cavalos aparecem esvoaçantes. Tais aspectos reafirmam a possibilidade de efeitos remáticos, que põe o intérprete em contemplação, que o incitam a conjecturar. Nesses momentos, a imagem cinematográfica prevalece como sinsigno indicial remático.

Mas, a imagem pode também preponderar como sinsigno indicial dicente, com a identificação da imagem atada ao filme, com suas especificidades. Possivelmente para a maioria das pessoas a representação visual, ou outras similares a ela, serão imediatamente associadas ao filme Ben Hur, independentemente do contexto em que se encontram (Fig. 35 e Fig. 36). Presumivelmente, boa parte dos leitores do jornal verá tal imagem associando-a ao filme e os que conhecem a versão anterior, certamente verão as cenas se superpondo. Contudo, mesmo para quem não é familiarizado com a história de Ben Hur, é muito difícil observar esta imagem de maneira isenta de conhecimento colateral, pois

todo o cenário, as vestes dos homens e a aparência das quadrigas situam a cena como se passando na antiguidade – e como é uma fotografia (ou um *still* cinematográfico), fica óbvio que estamos diante de uma cena de filme, do registro de uma encenação e não de um momento real. Se esquecermos o famoso filme, a primeira interpretação poderia ser “filme sobre o império romano, com corrida de bigas no Coliseu”.

Figura 35 – A corrida no filme Ben Hur



Fonte: Reprodução de cena do filme. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=frE9rXnaHpE>>. Acesso em: 05 abril 2018.

Figura 36 – Os cavalos negros e brancos



Fonte: Reprodução de cena do filme. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=frE9rXnaHpE>>. Acesso em: 05 abril 2018.

Há outros aspectos referenciais, como o fato de que o intérprete pode ao observar os cavalos - um preto e outro branco – lembrar-se do mito da paelha alada de Platão.

Todos os aspectos qualitativos e referenciais mencionados pode trazer à tona os simbolismos que os impregnam. Com isso, a representação visual pode prevalecer como *legissigno* – atualizada pela imagem cinematográfica (Fig. 34) – quando os efeitos são gerados pelos aspectos compartilhados culturalmente, relativos à produção e aos aspectos simbólicos dos objetos que compõem a cena, recortado do filme.

Vejam os outros detalhes do filme. A versão mais famosa do filme é a realizada em 1959, vencedora de onze prêmios Oscar, com Charlton Heston como Judá Ben Hur e Stephen Boyd representando seu rival Messala. Naquele filme, a cena da corrida de quadrigas, na qual o herói consegue derrotar seu antagonista, tornou-se uma das mais antológicas de todo o cinema hollywoodiano, com momentos espetaculares numa época muito anterior a dos efeitos digitais. Houve treinamento de cavalos e durante as filmagens, e o perigo era real, tanto para os atores como para os dublês.

A cena das quadrigas sozinha consumiu uns quatro milhões de dólares, ou um quarto do orçamento total, e levou 10 semanas para ser filmada. Uma enfermaria foi construída especialmente para a filmagem das perigosas cenas da corrida de carros. No entanto, ao final poucos acidentes aconteceram de fato, com a maioria dos tratamentos sendo de queimaduras de sol. Charlton Heston teve mais ou menos um mês para aprender a conduzir uma quadriga. Stephen Boyd, que foi escalado muito mais tarde durante a produção, teve apenas uma semana.²⁰

Décadas se passaram até que alguém arriscasse se dedicar a um *remake* deste monstro sagrado de Hollywood. Os críticos tendem a considerar a versão de 2016, da qual a imagem acima foi obtida, muito inferior ou até mesmo ruim, apesar do muito dinheiro gasto numa nova superprodução, desta vez cheia de efeitos digitalizados, também na corrida de quadrigas (Fig. 35 e Fig. 36).

Seria de esperar que o filme de 2016 recorresse à tecnologia para realizar a cena da corrida de quadrigas. No entanto, a cena foi filmada de maneira quase idêntica à da versão anterior, com a construção de uma arena nos estúdios da Cinecittá, uma grande

²⁰ The chariot scene alone cost about four million dollars, or about a fourth of the entire budget, and took 10 weeks to shoot. An infirmary was created especially for the filming of the dangerous chariot race scenes. However, in the end, very few injuries were actually sustained, most of them being sunburns. Charlton Heston had about a month to learn how to drive a chariot properly. Stephen Boyd--who was cast much later in the production--only had two weeks to do so. Disponível em:< http://www.imdb.com/title/tt0052618/trivia?ref_=tt_trv_trv>. Acesso: 10 abril 2018, Tradução nossa.

quantidade de cavalos especialmente treinados e risco físico para todos os envolvidos. O diretor russo Bekmambetov insistiu que a filmagem fosse feita desta maneira, pois ele sabia da responsabilidade de seu trabalho e do risco de reduzir uma das mais famosas cenas do cinema a algo percebido como animação digital. Assim, a própria refilmagem pode ser considerada uma homenagem à versão de 1959.

Em relação à simbologia, o cavalo é um arquétipo fundamental potencializado na relação cavalo preto/cavalo branco. Segundo Chevalier e Gheerbrandt (2008, p. 210):

Seu simbolismo se estende aos dois polos – alto e baixo – do Cosmo, e por isso é realmente universal. No mundo inferior, o ctônico, vimos de fato que o cavalo surge como um avatar ou um amigo dos três elementos constituintes, fogo, terra, água e de seu luminar, a lua. Porém o vimos também no mundo superior, o urânico, associado aos três elementos constituintes deste, ar, fogo e água – os dois últimos compreendidos em sua acepção celeste – e a seu luminar, o sol. Alguns cavalos puxam o carro do Sol, e outros, aquele da Lua, no friso do Parthenon. O cavalo passa com a mesma facilidade da noite para o dia, da morte à vida, da paixão à ação. Une os opostos em uma manifestação contínua. É essencialmente manifestação; é Vida e Continuidade, acima da descontinuidade de nossa vida e de nossa morte. Seus poderes suplantam a compreensão: é, portanto, Maravilha e não é de estranhar que o homem o tenha sacralizado tantas vezes, da pré-história à história.

A disputa entre o bem e o mal, a luz e as trevas, o lado sombrio e a face iluminada de cada um de nós é bem caracterizada na rivalidade entre o cavalo negro e o cavalo branco. Nem sempre os dois são antagonistas em uma corrida, às vezes se encontram atrelados a uma mesma carruagem. Aqui vale recorrer aos escritos de Platão.

Droz (1997) esclarece que em Fedro, Platão dá uma descrição geral da alma, mencionando que toda alma, divina ou humana, é composta por três elementos: dois corcéis e um cocheiro.

Entre os deuses, os dois corcéis são igualmente bons e o cocheiro tem o seu trabalho facilitado; entre os homens, os dois cavalos não são de castas equivalentes, e um deles, desajeitado e rebelde, coloca constantemente em risco o equilíbrio da parelha e o faz oscilar. O cocheiro sabe aonde vai, mas tem muito trabalho para, ao mesmo tempo, domar o cavalo rebelde e conduzir o conjunto. As asas permitem que se suba até as mais altas esferas. (DROZ, 1997, p. 51-2).

Detalhes sobre os dois corcéis são dados em Fedro (253d), conforme Droz (1997, p. 53):

Dos dois cavalos, dizíamos, um é bom, o outro não. Mas, não explicamos em que consiste a excelência de um ou o vício do outro. É o que é preciso que seja dito agora. O primeiro, que ocupa o melhor lugar, tem um belo porte, é garboso, tem pescoço alto, focinho curvo; sua cor é o branco; seus olhos são negros; ama a honra, assim como a moderação e a reserva; é apegado à opinião verdadeira; não há nenhuma necessidade de pancadas para conduzi-lo; bastam

o encorajamento e a palavra. O segundo, pelo contrário, é torto, pesado, malproporcionado; tem o pescoço grosso, a nuca curta e seu focinho é achatado; sua cor é o preto; seus olhos são cinzentos e injetados de sangue; tem gosto pela violência e pela glória vã; suas orelhas são peludas, é surdo e obedece apenas, e mal, ao chicote e ao aparelho.

A parelha – do mito ao cinema – continua reafirmando uma seara de embate, de contrastes, de diferenças. Embates que, no mito, não se reduzem ao par bom/mal, preto/branco, excelência/vício entre outros, mas da interação desses opostos.

O contraste entre o cavalo branco e o negro por vezes se torna até clichê, basta pensar nos antigos filmes de faroeste, onde o herói está sempre montado num cavalo branco, perseguindo a galope o arquivarão em seu corcel negro.

Na Bíblia, o nome Ben Hur aparece junto ao do Rei Salomão. “E tinha Salomão doze oficiais sobre todo o Israel, que proviam ao rei e à sua casa; e cada um tinha que abastecê-lo por um mês no ano. E estes são os seus nomes: Ben-Hur, nas montanhas de Efraim” (BÍBLIA online, Reis 4:7.8).

Mas há o romance Ben Hur - uma história dos tempos de Cristo, da qual o cinema se valeu, e que foi escrito por um general norte-americano, Lew Wallace. Nesse romance épico, Wallace (2010) narra a história de Judá Ben Hur, um hebreu devotado à família e à religião judaica, contemporâneo de Jesus Cristo, que depois de ser traído pelo seu melhor amigo, o romano Messala, engendra uma vingança contra os romanos e o seu traidor. Ele é acusado, por Roma, de atentar contra a vida do cônsul romano e, por isso, condenado às galés como escravo para o resto de sua vida, além de não saber o que foi feito com sua mãe e sua irmã. Com isso, a casa de Hur fica desmoralizada, e todos os bens da família são confiscados, em benefício de Messala. Ao conhecer o rei mago Baltazar, um dos três reis que acompanhou a estrela-guia e adorou o Cristo menino, Judá Ben Hur começa a se interessar pelo tão desejado Messias e seus ensinamentos. Assim, o herói acompanha o Rei dos Judeus, por três anos, presenciando a realização de milagres, como a cura da mãe e da irmã, que eram leprosas. Ele presencia momentos importantes da vida de Jesus, como o seu batismo no rio Jordão e a sua crucificação, assim como Cristo está presente no momento mais triste da sua vida, quando é levado como escravo. Ali, Jesus tem piedade do jovem hebreu e lhe oferece água, salvando assim a sua vida. Além da ajuda de Jesus Cristo, Ben Hur também recebe auxílio de um rico cidadão romano, que o adota e o liberta das galés. Em Roma ele se torna também um exímio lutador, tanto que vence Messala na corrida de quadrigas, cena que o cinema imortalizou (Fig. 35 e Fig. 36), desde a segunda versão do filme. O elemento-guia deste romance

épico é a fé, que se concretiza no percurso de Ben Hur, acompanhado pela mãe e irmã, pelo rei mago Baltazar e pela jovem Ester.

Os aspectos vinculados à produção cinematográfica e os simbolismos que advém do mito, ou do próprio personagem bíblico, ou de interpretações decorrentes de produção literária e que envolvem o personagem bíblico, referem-se a possíveis usos da experiência colateral do intérprete, o que coloca a representação visual, de um lado, como réplica de um legissigno indicial, cujos efeitos podem permanecer na seara da constatação ou da contemplação; de outro, como réplica de um legissigno simbólico, cujos efeitos daí abarcam também a reflexão.

Ainda, na singularidade da contemplação, observação e reflexão envolvendo tal imagem cinematográfica, a rivalidade entre os homens torna-se uma metáfora da eterna luta entre o bem e o mal. Mas é possível descobrir uma interessante inversão: os homens, ditos racionais, parecem querer fazer convergir o caminho das quadrigas, colocá-las em rota de colisão. No afã da disputa, estão dispostos a correr qualquer risco. No instante do registo desta imagem, é possível observar que as rodas dos dois veículos estão a ponto de se tocarem – e o acidente resultante poderia, facilmente, tornar a disputa em “empate técnico” ou até em derrota para ambas as partes. Neste momento, os cavalos demonstram maior bom senso, procurando se afastar um do outro, divergindo para os cantos opostos da moldura da imagem. Será o instinto animal mais provido de bom senso do que a pretensa racionalidade humana?

Finalmente, se voltarmos o olhar para a pergunta norteadora desta pesquisa, a de que maneira o intérprete pode ser levado a perceber o cavalo a partir das imagens equestres, que compõem o *bios* midiático, tal como retratado nas páginas de O Estado de S. Paulo, talvez haja uma sugestão a respeito da submissão do animal à vontade humana, a despeito de si mesmo. Os homens são predadores em guerra; os cavalos, predados em fuga, tendo como principal arma a defesa, a rapidez de seus reflexos e a velocidade de seu galope. Contudo, isso de pouco lhes vale, uma vez que se encontram atrelados ao artefato e, portanto, à vontade humana. Por mais céleres que galopem, não conseguem deixar o conflito humano para trás. Tentam “sair de cena”, não importa se para a direita ou para a esquerda, se preto ou branco: parecem prestes a atropelar o espectador, olhos arregalados, cascos levantando poeira, crina ao vento. Os gladiadores em combate os ignoram, imersos que estão no próprio conflito, presos um no olhar do outro, sem se darem conta do mundo à sua volta, da corrida desenfreada, dos carros se chocando. Há quase que uma dissociação entre homens e animais; estes últimos correm meio à deriva,

balizados um pelo outro e pelos próprios muros da pista, mas já não sob o controle da rédea de seus condutores. Se o cavalo é o instinto e o condutor o lado racional, parece que neste momento perdeu-se o controle de ambos. Para onde iriam, se não existisse o trilho oval do Coliseu?

4.5 O cavalo em turismo e cotidiano

Figura 37 – Os cavalos brancos e a realeza britânica



Fonte: Reprodução de imagem veiculada no jornal O Estado de S. Paulo, de 17 de maio de 2016, p. 39. Disponível em: < <http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20160517-44772-nac-39-via-d1-not> >. Acesso em: 10 jan. 2017.

É possível que o olhar do intérprete seja atraído pelo ponto de fuga da imagem, determinado por uma simetria – linhas retas, ornadas pelo verde das árvores, idênticas, e pelas bandeiras da Inglaterra -, que culminam em um arco de um edifício, ao final da alameda. Esse jogo de cores e formas constitui o plano de fundo da fotografia. Num primeiro plano, a trajetória retilínea é rompida pela carruagem, conduzida por um condutor e pelos cavalos brancos, que iniciam uma trajetória em curva. A simetria e o jogo contínuo de cores contribuem para que o olhar contemplativo permaneça ainda que por uma fração mínima de tempo. Tais aspectos qualitativos geram efeitos vinculados à harmonia, à leveza, à sofisticação. Mesmo prevalecendo como sinsigno indicial, esses aspectos qualitativos contribuem para que haja efeitos a eles vinculados.

A representação visual pode preponderar como sinsigno indicial, porque é provável que para a maioria dos leitores do jornal O Estado de S. Paulo seja quase impossível não identificar, de imediato, o que se apresenta. Há uma profusão de elementos simbólicos que remetem à cultura britânica, à família real inglesa: as bandeiras da Inglaterra enfileiradas, o batalhão de Guardas do Palácio de Buckingham em seus tradicionais chapéus altos de pele de urso, a alameda desembocando no palácio, e principalmente o próprio casal real, Rainha Elizabeth II e o Príncipe Philip, na carruagem em primeiro plano. Também é possível identificar a Princesa Anne, montando um cavalo escuro, logo atrás da carruagem e à direita na imagem.

Os dois cavalos tordilhos brancos que são o ponto focal da fotografia estão bem próximos um do outro, chamando a atenção pela beleza. Os olhos dos animais não são visíveis por conta dos tapa-olhos que são parte de seu equipamento, mas sua linguagem corporal, com movimentos simétricos e cabeças próximas, mostram que se sentem confortáveis próximos um do outro, como é natural para as parelhas: nome dado às duplas de cavalos que trabalham juntas na atrelagem.

A experiência colateral do intérprete pode valer-se das pistas postas na representação visual. No caso, vamos atentar para os simbolismos atrelados ao cavalo, na relação com a realeza britânica.

No sistema monárquico do Reino Unido, a Rainha Elizabeth II, aos 92 anos, ainda não dá sinais de que pretende abdicar de seu trono em favor de alguém em sua já ampla linha sucessória. Se dá muitas despesas ao erário público britânico, a Casa Windsor também gera um faturamento em medida muito maior, resultante do fascínio que seus integrantes, seu estilo de vida e toda a pompa e circunstância que circundam o clã geram em pessoas do mundo todo. Como produto de mídia, a realeza britânica é provavelmente

um dos *cases* mais bem-sucedidos de marketing do século XX, adentrando o novo milênio sem risco imediato de desaparecimento. Toda essa midiaticização dos Windsor e de seus dramas grandes e pequenos não foi fortuita, mas resultante de uma estratégia muito bem elaborada, num exemplo bastante precoce do reconhecimento do poder das mídias audiovisuais e logo mais eletrônicas. Se em eras passadas a permanência de uma dinastia de monarcas no poder era forjada em sangrentas batalhas e em alianças complexas de nível local a internacional, hoje grande parte desta estabilidade é conquistada no relacionamento com a mídia e com o público. E no caso específico dos Windsor, o cavalo, e toda a iconografia equestre associada à família real, sempre teve um grande valor simbólico e representativo. A representação visual (Fig. 37) é um bom exemplo disto.

Segundo Clayton (1987), há muitas evidências de que a maioria dos integrantes da família real foram e são verdadeiros apaixonados por cavalos. A Rainha Mãe e sua filha Elizabeth II foram turfistas, os Príncipes Philip e Charles jogaram pólo. A Princesa Anne foi campeã europeia de CCE (Concurso Completo de Equitação) em 1971, e também a primeira integrante da família real inglesa a fazer parte de uma equipe olímpica, na mesma modalidade. A filha de Anne, Zara Tindall, é ativa nos níveis máximos do mesmo esporte, tendo conquistado a medalha de prata por equipes nos Jogos Olímpicos de Londres, em 2012. Tanto o Duque de Edimburgo quanto sua filha Anne foram presidentes da FEI, Federação Equestre Internacional, e, portanto, figuras de proa do esporte equestre internacional, respectivamente nos períodos de 1964 a 1986 e de 1986 a 1994. Esta preferência pessoal coincide com a função cerimonial que os cavalos sempre desempenham nos rituais da monarquia, de casamentos a funerais (Fig. 38, Fig. 39 e Fig. 40).

Figura 38 - Desfile de Coroação de Charles I



Fonte: Reprodução do desfile de coroação de Charles II, aprox. 1660. Disponível em: <<http://www.pennsburymanor.org/wp-content/uploads/2012/02/Coronation-Procession.jpg>>. Acesso em: 20 abril 2018.

O padrão visual dos desfiles reais tem sido mantido ao longo de mais de um século, tanto em sua coreografia quanto no que se refere aos trajes dos personagens principais, dos uniformes militares, de equipamentos dos cavalos. Algumas das carruagens têm séculos de existência. O site oficial da Família Real fala das cocheiras, dos cavalos e das carruagens, bem como das equipes que zelam desses equipamentos e cavalos.

Figura 39 - Funeral da Rainha Vitória, 1901



Fonte: Reprodução de fotografia. Disponível em: <<https://womanandhersphere.com/tag/queen-victorias-funeral/>>. Acesso em: 20 abril 2018.

Figura 40 - Casamento de Charles e Diana, julho de 1981



Fonte: Reprodução de fotografia. Casamento de Charles e Diana, julho de 1981. Disponível em: <<https://tuesdayshorse.wordpress.com/2012/08/31/princess-diana-in-the-company-of-horses/>>. Acesso em: 20 abril 2018.

A Cocheira Real é parte do setor do Lorde Camareiro, administrada pelo Cavaleiro da Coroa. A Cocheira Real estabula 30 cavalos de atrelagem e tem 38 funcionários, incluindo auxiliares fardados, condutores e motoristas. Há duas raças de cavalos na Cocheira Real, Tordilhos de Windsor e Castanhos de Windsor (a maioria dos quais são Cleveland Bays). Há mais de cem carruagens na coleção, ainda que nem todas sejam mantidas no Palácio de Buckingham. Para o Casamento Real (do Príncipe William com Kate Middleton, em 2011), serão usados 14 conjuntos de arreamento formal, juntamente ao equipamento correspondente para os cavaleiros. Todos os arreios necessitam de limpeza e polimento regulares, que são tarefa da equipe da Cocheira Real, em adição a suas outras responsabilidades²¹. Disponível em: <<https://www.royal.uk/wedding-carriages>>. Acesso em: 20 abril 2018. Tradução nossa.

Os cavalos brancos engendram uma simbologia associada ao poder do sol. Conforme Chevalier e Gheerbrant (2008, p. 212):

Os cavalos puxam o carro solar e estão consagrados a ele. O cavalo é o atributo de Apolo em sua qualidade de condutor do carro solar [...], que vai puxado por dois ou quatro cavalos. [...]. Desde os tempos pré-históricos o sol é representado dentro de um carro, significando o seu deslocamento. Tal como Mitra, Elias sobe ao céu num carro de fogo, puxado por cavalos.

Se os cavalos solares sempre são brancos, fica claro o simbolismo da carruagem real, onde os monarcas são o sol, o epicentro do “império onde o sol nunca se punha”. Aqui, pode ser uma coincidência ou não o fato de que em muitos dos carros utilizados pela família real inglesa, o veículo não tem lugar para o cocheiro; ao invés, a condução é assumida por um cavaleiro lacaios que cavalga e conduz pelas rédeas o cavalo da esquerda, ao qual está atrelado o animal da direita. Obviamente, a origem desta alternativa pode ter sido tão-somente a maior agilidade e segurança obtida por este método em viagens longas e cansativas por terrenos acidentados (vale lembrar que o cocheiro no carro controla os cavalos apenas através das rédeas e da voz, enquanto um cavaleiro influencia seu animal também através do próprio peso e da ação das pernas, ou seja, ele tem maior quantidade de recursos físicos à sua disposição em caso de necessidade). Porém, é interessante a ideia de que apenas o “monarca apolíneo” tem lugar no carro real, enquanto os cavalos que lhe empenham força e velocidade estão externos à carruagem. Destarte, o cavaleiro-condutor está mais próximo dos animais do que do rei divinamente ungido, e tal como eles ele se

²¹ The Royal Mews is part of the Lord Chamberlain’s Office and is run by the Crown Equerry. The Royal Mews houses 30 carriage horses and has 38 staff including liveried helpers, coachmen, chauffeurs. There are two breeds of horses at the Royal Mews, Windsor Greys and Bays (the majority of which are Cleveland Bays). There are over 100 carriages in the collection, although not all of them are kept at Buckingham Palace. For the Royal Wedding, 14 sides of State Harness will be used with matching appointments for outriders. All the harness requires regular cleaning and polishing which is undertaken by Royal Mews staff in addition to their other duties.

torna ferramenta do desígnio real sem ser admitido ao panteão superior. Ver a representação visual (Fig. 37).

O fausto destes eventos existe desde a ascensão político-econômica do império britânico, a partir do século XVII, sendo amplamente documentado desde o advento da fotografia, e logo mais, das imagens cinematográficas e televisivas. O evento retratado na foto publicada no Caderno de Turismo de O Estado de S. Paulo é o *Trooping the Colors*, a Revista da Bandeira, que acontece a cada mês de julho, comemorando o aniversário da Rainha. Como quase todas as funções oficiais da Família Real, também este evento de certa maneira serve à perpetuação de si mesmo, atendendo à expectativa do público, gerando renda através do turismo e de toda uma linha de produtos midiáticos – a começar por tabloides e revistas populares. É talvez um dos exemplos mais universalmente conhecidos do *bios* midiático do cavalo, já que estas imagens são vistas e difundidas mundo afora. Talvez o maior fator de atração seja a preservação da ideia do “feliz para sempre”, de um mundo bonito pleno de acontecimentos felizes, grandiosos e harmoniosos, transmitindo segurança e estabilidade numa época que parece carente de todos estes valores. Mais uma vez, os cavalos são importantes coadjuvantes da cena, reforçando os sentidos vinculados à tradição, ao poder e à aristocracia.

Nesses momentos, a fotografia pode se fazer um legissigno, que tem nela uma réplica – por engendrar aspectos de lei, normas ou regras compartilhados em uma cultura e relativos à monarquia e, em especial, sobre a presença dos cavalos no contexto da realeza britânica. Os efeitos podem ser os emocionais, reativos e também os reflexivos, como anunciamos no decorrer da análise.

5. Considerações finais

Desde os primórdios da domesticação, quando o homem tomou para si a força e a velocidade do cavalo, a nossa relação com este animal tem sido ambígua. Encontramos possíveis razões em *The Life, History and Magic of the Horse*, do hipólogo Braider (1973, p. 50-1, tradução nossa²²):

Um temperamento inexplicável resultou numa continuada perplexidade a respeito do verdadeiro relacionamento do homem com o cavalo. A criatura tem permanecido algo que ele é capaz de dominar apenas através de exercícios separados e pacientes de inteligência e de vontade – e mesmo assim era uma criatura da qual ele já foi totalmente dependente. [...] O cavalo era um paradoxo. Ainda que obedientemente carregasse o homem ou puxasse os seus veículos, o animal retinha uma qualidade quase divina de independência e dignidade. Ele raramente respondia como um cão, por exemplo, a um comando imperativo; ele tinha que ser convencido, lisonjeado, cortejado, como o velho e sábio Xenofonte já havia aconselhado séculos atrás. Mas porque em última instância o homem conseguia compelir o cavalo a submeter-se a suas exigências, ele era simultaneamente inclinado a desprezar e abusar o animal – justamente porque, uma vez domado, o cavalo se tornava tão subserviente. Assim, o homem encerrava em si duas visões contraditórias da criatura.

A relação fundada no domínio é, por vezes, percebida com mais clareza por quem está de fora, por quem não é uma “pessoa do cavalo”. Quem convive cotidianamente com cavalos costuma ser imbuída de um certo grau de habituação – tal como acontece na maioria das atividades humanas que têm algum elemento exótico, diferente ou perigoso – que faz com que passe a ser considerado normal o que para outros é visto como estranho, agressivo, perigoso ou até inexplicável. Assim, uma criança praticante de equitação ama o seu cavalo e o monta usando chicote e esporas, porque aprendeu que isto é normal, porque é a regra vigente nesta atividade. De fato, o uso destes equipamentos é normal e indicado na equitação clássica, a ponto de se tornarem simbólicos, tal como a batuta do maestro. No entanto, também é preciso atentar a maneira pela qual estas práticas são percebidas por quem é externo à atividade. Aqui se impõe a “comunicação social”, numa função esclarecedora e educativa.

Para melhor entender a relação entre pessoas e cavalos, talvez convenha nos determos um pouco mais nos vários significados possíveis deste amor por cavalos que é

²²Inexplicable temperament has resulted in a continuing bewilderment about man's real relationship to the horse. The creature has remained one he has been able to dominate only by separate and patient exercises of wit and will – and yet it is a creature on which he was once utterly dependent. (...) The horse was a paradox. While obediently carrying man or pulling his vehicles, the animal retained a quality of independence and dignity that was rather godlike. He rarely responded like a dog, for instance, to a peremptory command; he had to be coaxed, wooed, flattered, as wise old Xenophon had advised centuries before. But because man could ultimately compel the horse to submit to his demands, he was simultaneously inclined to despise and abuse the animal – for the very reason that, once broken, the horse became so subservient Thus did man harbor two contradictory views of the creature.

comum a tantas das pessoas que deles se aproximam, especialmente daqueles que de algum ramo da equinocultura fazem a sua profissão, ou que o elencam como protagonista das suas atividades de esporte e lazer. Caetano Veloso disse de maneira muito concisa o que já demandou longas páginas de filósofos e psicólogos: “Narciso acha feio o que não é espelho” (“Sampa”, 1978). Se o cavalo é espelho do cavaleiro, o inverso também é verdade, e poderíamos afirmar “dize-me como é teu cavalo e te direi como és.”

Na tentativa da melhor compreensão deste fenômeno, a relação do ser humano com o cavalo doméstico, evidencia-se a necessidade de instrumentos mais objetivos, o que propomos com essa nossa pesquisa. Hoje, vários papéis ainda são desempenhados pelo cavalo junto ao ser humano, que está longe de poder ou querer prescindir de sua companhia. Numa classificação bastante genérica, distinguimos os cavalos de trabalho das fazendas, os animais que ainda são o único meio de transporte e de carga para algumas pessoas, os cavalos militares e aqueles empregados para funções de representação social; aqueles de finalidade terapêutica; o uso em esporte e lazer, que geralmente é ambicionado pelas pessoas que manifestam o desejo de inserirem cavalos em suas vidas, bem como o uso no entretenimento – em filmes, games e outros – e, por fim, no turismo.

A lida com cavalos, a arte da equitação clássica e muitas manifestações a isto associadas são parte de nosso patrimônio cultural, porém isto não significa que determinadas práticas e percepções devam ser defendidas e mantidas simplesmente por serem tradições. É preciso trazer o contexto equestre à realidade do século XXI, onde o bem-estar animal torna-se uma demanda social, uma bandeira de importância cada vez maior. A submissão de cavalos à força, tal como vista nos estilos tradicionais de doma, por exemplo, já não é justificável e pode prejudicar a percepção que o grande público tem das atividades equestres e das pessoas nelas envolvidas.

Num futuro bem próximo, há a possibilidade de cerceamento e até proibição cada vez maior de atividades equestres, com criação de leis que visam, com as mais diversas justificativas, limitar ou extinguir a realização do uso de cavalos em suas diversas funções. Tudo isso se dá sob a bandeira da preservação do bem-estar, mas nem sempre é bem compreendido, por ambos os lados, o que o bem-estar de equinos realmente significa, do ponto de vista dos animais. É inquestionável que algumas práticas ou mesmo modalidades de esportes envolvendo cavalos precisem ser revistas e melhor regulamentadas, mas a pura e simples proibição de qualquer forma de utilização dos cavalos tampouco pode ser a resposta. O conhecimento equestre, e todo o patrimônio

cultural que ele representa, precisa ser preservado até para assegurar a permanência de nosso relacionamento com estes e com outros animais.

Na intenção de trazer uma compreensão mais objetiva a todos estes fenômenos, alinhou-se o interesse que muitas pessoas sentem por cavalos e suas motivações para tanto com ferramentas técnicas que tornem este estudo mais objetivo, permitindo agrupar e analisar eventuais achados. Como amostragem de alguma representatividade, escolheu-se as representações visuais de cavalos publicadas pelo jornal O Estado de S. Paulo, ao longo do ano de 2016. As mesmas foram analisadas com ajuda da semiótica peirceana, e os teóricos da comunicação Sfez e Sodré foram os principais autores consultados para melhor compreensão da maneira pela qual o cavalo é retratado na mídia e até que ponto este retrato corresponde à realidade do cavalo doméstico e das pessoas que com ele labutam; bem como as possíveis razões para eventual divergência entre a criatura real e aquela que habita aquilo que Sodré chamou de “*bios* midiático”. Estes diversos tópicos da pesquisa podem ser sumarizados em quatro itens, tal como segue:

1. Sobre a mediação da vida e o bem-estar animal

Apresentamos tópicos para reflexão e também ideias que nos ajudam a analisar e interpretar a qualidade de nosso relacionamento com animais. A partir disso, é possível pensar sobre os efeitos que a mediação gera em nosso próprio cotidiano. Podem ser elaboradas diversas metáforas da fisicalidade da vida em oposição à sua crescente virtualização.

2. Sobre comunicação

Das três metáforas de Sfez, destaca-se o tautismo: ao invés da notícia relatar a vida, a vida se torna a notícia e a notícia se torna a vida. Em nosso contexto, um questionamento possível seria, por exemplo, se as imagens de cavalos sobre as quais uma pessoa devaneia poderiam tomar em sua imaginação o lugar de cavalos reais, e que efeito isto teria sobre as atitudes desta pessoa quando fosse defrontada com cavalos de verdade. De maneira análoga, Sodré afirma que a importância do *bios* midiático supera a das tradicionais interações sociais e estilos de comunicação. A vida “dentro da mídia” é percebida com mais intensidade do que a “vida real”.

3. Análise semiótica

Com tal análise elencamos possíveis efeitos das representações visuais. O reconhecimento destes padrões favorece o conhecimento e a compreensão dos fenômenos que nos cercam.

4. Etologia

O comportamento natural dos cavalos baliza as suas necessidades de bem-estar. É muito importante que as pessoas que utilizam cavalos em trabalho, esporte ou lazer, e que queiram continuar exercendo suas atividades, verifiquem se sua prática está consoante às demandas do bem-estar dos cavalos, e quais ajustes precisem eventualmente ser feitos. Os itens anteriores podem elucidar motivações e significados – aparentes tanto quanto ocultos – das pessoas que se envolvem com cavalos, e, portanto, ajudam a trabalhar eventuais resistências e problemas nas adequações necessárias.

Na confluência dessas teorias e estratégias metodológicas elencamos possíveis interpretantes gerados por representações visuais do cavalo doméstico, e constatamos que, no *bios* midiático, ele pode ser associado à violência policial e a diferentes classes socio-econômicas. Em geral, a relação entre cavalo e o homem se consolida com o homem dominando o cavalo. Nesse sentido, o interesse pelo cavalo, por parte do intérprete das representações visuais, pode diminuir. Mas, o cavalo doméstico também pode traduzir beleza, força, poder e qualidade de vida para as pessoas que dele se aproximam, o que gera maior interesse, por parte do intérprete, para com tal animal.

As três metáforas enunciadas por Sfez podem ajudar o intérprete a melhor compreender seu envolvimento com os cavalos domésticos. Através das mesmas, é possível evitar a confusão entre a imagem do cavalo, construída a partir do *bios* midiático do mesmo, com o animal real. Para tanto, a experiência colateral do intérprete precisa ser alargada, ampliando o seu repertório pessoal sobre o tema. Também isto pode ser alcançado através das diversas mídias. Neste sentido, faz-se necessário rever a produção das notícias relativas a cavalos, no caso, pelo jornal. Outros pontos de vista podem ser construídos com informações e imagens. Por que não propor imagens que exibam momentos de aproximação, na equitação, entre o cavalo e o cavaleiro? Por que não tratar do processo de domesticação desse animal e rever criticamente os modos de sua apropriação pelo homem?

Deste modo, cabe aos profissionais – envolvidos com a produção de imagens – constatar a importância de uma seleção de imagens relativas ao cavalo que apresentem pistas ou tenham maior poder de sugestão em relação ao bem-estar animal. Seria importante que tais profissionais constatassem o potencial das representações visuais na construção de sentidos. Elas não podem ser vistas como meras ilustrações, ou mero registro, pois como reforçam os resultados da análise semiótica das representações visuais

selecionadas, apresentadas no capítulo três, elas tanto reavivam sentidos postos em lendas e mitos como exibem apropriações criativas e outras inadequadas do animal.

A utilização dos cavalos pelo homem, ou a domesticação da espécie equina, é parte importante do nosso patrimônio cultural e também integra, num trocadilho intencional, o patrimônio genético de muitas pessoas pertencentes à autodenominada tribo do cavalo. No entanto, este relacionamento ainda é guiado por algumas regras e normas que precisam ser revistas, para que assim se tornem condizentes aos valores do século XXI.

Além de uma produção que contemple vários aspectos da vida do animal, faz-se necessário também a aquisição de conhecimento, por parte do intérprete, não apenas a respeito de cavalos, mas também e, sobretudo de nós mesmos. Entender, por exemplo, aspectos do processo de construção de determinados símbolos, bem como buscar explicações pelas quais, digamos, um cavalo preto e outro cavalo branco galopando podem propiciar impressões e reações distintas.

Esta pesquisa, de modo amplo, tinha a intenção de contribuir com a construção deste conhecimento. Esperamos que esta expectativa, um tanto quanto ambiciosa e original, compense as imperfeições. Com este relato da pesquisa, novos signos estão à baila para contribuir com a construção de ideias, crenças, ações e futuros hábitos, que esperamos tenham como meta o bem-estar do cavalo doméstico.

Referências

- ACERVO O ESTADO DE S. PAULO. Disponível em: <http://acervo.estadao.com.br/historia-do-grupo/decada_1870.shtm>. Acesso em: 10 fev. 2017.
- ADELMAN, Miriam e KNIJNIK, Jorge. **Gender and Equestrian Sport: Riding Around the World**. Heidelberg: Springer, 2013.
- ALVES, Hellen Munique. **Corpo e linguagem na equoterapia: uma leitura psicanalítica**. 2015. 101 p. Dissertação (Mestrado em Educação). Universidade de Brasília, Brasília, 2015.
- ARIÈS, Phillipe. **História Social da Criança e da Família**. Rio de Janeiro: LTC, 2011.
- BÍBLIA online. <https://www.bibliaonline.com.br/acf/1rs/4>
- BRAGA, José L. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, Maria A., JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda [orgs]. **Mediação & midiatização** [online]. Salvador: EDUFBA, 2012, pp. 29-52.
- BRAIDER, Donald. **The Life, History and Magic of the Horse**. New York: Grosset & Dunlap, 1976.
- BROOM, Donald; FRASER, Andrew Ferguson. **Comportamento e bem-estar de animais domésticos**. 4. ed. Barueri: Manole, 2010.
- CAMPBELL, Joseph. **Para Viver os Mitos**. São Paulo: Cultrix, SP, 2001.
- CARDOSO, Marcelo. **Muniz Sodré: Comunicação, Afeto e Razão**. Revista Alterjor. Ano 01 – Volume 02, Edição 02 – Julho-Dezembro de 2010.
- CASIUCH, Ricardo. **O Romance da Raça**. São Paulo: Empresa das Artes, 1997.
- CHEVALIER, Jean; GHEERBRANT, Alain. **Dicionário de Símbolos**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2008.
- CLAYTON, Michael. **Prince Charles Horseman**. Londres: Stanley Paul, 1987.
- DAVIS, Arianna. **What's Really Behind Unicorn Fever**. 2017. Disponível em: <<http://www.refinery29.com/2017/05/152423/unicorn-trend-explanation-history>>. Acesso em: 10 jan. 2018.
- DRIGO, Maria Ogécia; SOUZA, Luciana C. Pagliarini. **Aulas de semiótica peirceana**. São Paulo: Annablume, 2013.
- DROZ, Geneviève. **Os mitos platônicos**. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1997.
- ENTLER, Ronaldo. **A fotografia e as representações do tempo**. Revista Galáxia, São Paulo, n. 14, p. 29-46, dez. 2007.

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, D. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

GOMES, Laurentino. **1822**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira Participações S.A., 2010. Disponível em: <<https://gataborralheira34.files.wordpress.com/2015/05/1822-laurentino-gomes.pdf>>. Acesso em: 05 abril 2018.

GOMES, Pedro Gilberto. **Mediatização: um conceito, múltiplas vozes**. **Famecos** (Online). Porto Alegre, v. 23, n. 2, maio, junho, julho e agosto de 2016.

GOULART, José A. **O cavalo na formação do Brasil**. Rio de Janeiro: Editora Letras e Artes, 1964.

HOFSTETTER, Angela. **Lyrical Beasts: Equine Metaphors of Class and Gender in Contemporary Hollywood Cinema**. 2009. 268 p. Doutorado. Department of Comparative Literature. Indiana University, 2009. Disponível em: <<https://pqdtopen.proquest.com/doc/304899607.html?FMT=AI>>. Acesso em: 01 out. 2017.

JUNG, Carl Gustav. **A Prática da Psicoterapia**. Petrópolis: Vozes, 1988.

KANE, Beverly. **The Archetypal Mythology of Horses**. Stanford University, 2004.

KANT, Imanuel. **Crítica da faculdade do juízo**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

LEME, Denise Pereira *et al.* **Manual de boas práticas de manejo em equideocultura**. Brasília: MAPA/ACE/CGCS, 2017.

LIMA, Daniel Vaz. **Cada doma é um livro: a relação entre humanos e cavalos no pampa sul-rio-grandense**, 2015, 146 p. Dissertação (Mestrado) — Programa de Pós-Graduação em Antropologia, Instituto de Ciências Humanas, Universidade Federal de Pelotas, 2015.

LIMA, Roberto Arruda de Souza e CINTRA, André. **Revisão do Estudo do Complexo do Agronegócio do Cavalo**. Brasília: Ministério da Agricultura e da Pecuária, 2015.

LIMA, Roberto Arruda de Souza. **Benefícios econômicos do bem-estar animal: estudo de caso**. *Revista Brasileira de Medicina Equina*, v. 12, p. 26-27, 2017.

LIPOVETSKY, Gilles e SERROY, Jean. **A cultura-mundo: resposta a uma sociedade desorientada**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

MAIOR JÚNIOR, Frank Sósthene da Silva Souto. **Da boca da noite à barra do dia: as representações do cavalo marinho: o caso do boi ventania de Feira Nova – PE**, 2014, 231 p. Dissertação (Mestrado em História Social da Cultura Regional) – Universidade Federal Rural de Pernambuco, Departamento de História, Recife, 2014.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In: MORAES, Denis [org.]. **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

MENEZES, Karla Mendonca. **Vibrações de corpo inteiro na interface cavalo-cavaleiro em situações dinâmicas**. 2016. Dissertação (Mestrado em Educação Física). Universidade Federal De Santa Maria, Santa Maria, 2016.

MORRISON, Venetia. **The Art of George Stubbs**. Londres: Quarto Publishing, 1989.

OLIVEIRA, K.; HEINRICH, R.; COSTA, C.; COSTA, C.; MEIRELLES, P. R. L.; MILLEN, D. D. **Capacidade funcional em cavalos de salto suplementados com linhaça**. Arquivo Brasileiro de Medicina Veterinária e Zootecnia (Online), v. 66, p. 497 - 504, 2014.

PEIRCE, Charles Sanders. **Collected Papers**. Editores: Hartshore, C. e Weiss, P. Harvard University Press. Cambridge: 1932.

PRADO, F. R. A. e outros. **Abdômen Agudo Equino (Síndrome Cólica)**. Revista Científica Eletrônica de Medicina Veterinária, Ano VI, Número 10. Garça: Editora FAEF, 2008.

SAID, Edward W. **Orientalismo: o oriente como invenção do ocidente**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

SANTAELLA, Lucia. **Semiótica Aplicada**. São Paulo: Thompson, 2002.

SFEZ, Lucien. **A comunicação**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

SODRÉ, Muniz. **A antropológica do espelho - Uma Teoria da Comunicação Linear e em Rede**. São Paulo: Vozes, 2006.

TORRES Alcides D. P. e JARDIM, Walter R. **Criação do Cavalo e de outros Equinos**. São Paulo: Nobel, 1984.

WALLACE, Lew. **Ben Hur: A Tale of the Christ**, 2010 [EBook #2145]. Disponível em: <<http://www.gutenberg.org/files/2145/2145-h/2145-h.htm>>. Acesso em: 20 abril 2018.

WOLF, Mauro. **Teorias das Comunicações de Massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.