



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

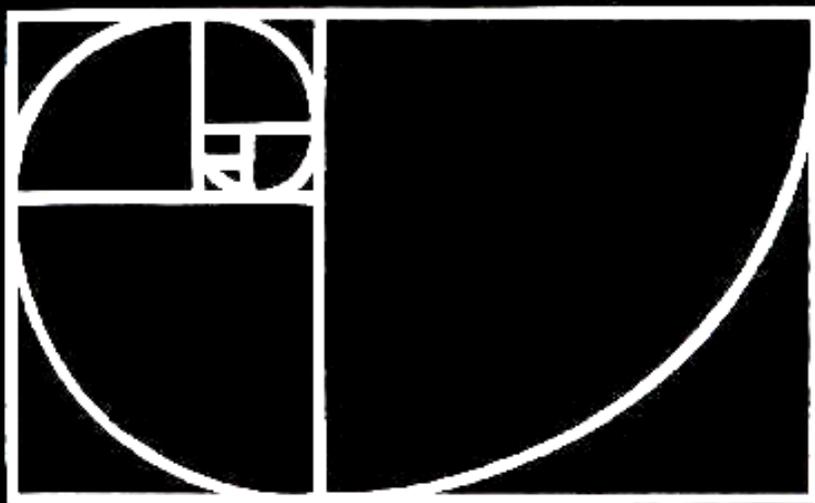


CENTRO DE COMUNICAÇÃO
E EXPRESSÃO

*DEPARTAMENTO DE
EXPRESSÃO GRÁFICA*

CURSO DE DESIGN

TEORIA DA FORMA 3



Prof. Dr.
Isaac A. Camargo

O conceito de forma e seus conteúdos.

Forma e conteúdo: implicações sintáticas e semânticas.

Significação: significante e significado:

O signo como origem e estrutura.

A relação
FORMA-CONTEÚDO
sempre motivou várias
discussões em torno de
conceitos e valores

Se tomarmos por base que a forma inclui configuração, aparência, materialidade e outras tantas características que instauram uma imagem, podemos usar a definição sígnica entendendo forma como significante e seu conteúdo com significado

Deste modo podemos discutir a
questão a partir do signo

SIGNO
SIGNIFICANTE
SIGNIFICADO

SIGNO
do latim
Signu

corresponde à idéia de
sinal

Neste sentido podemos dizer que tudo aquilo que possua significado ou produza significação pode ser entendido como **signo**

Logo, toda manifestação
que se apresenta a nós,
pode ser tida como sígnica,
mesmo que tenha
características ou formas
distintas

Um sinal gráfico, um fonema, um som, um texto, uma imagem, uma peça publicitária, um objeto qualquer, pode ser tomado com uma unidade de sentido

Tudo isto e muito mais
pode assumir a
configuração de
signo

Pode se dizer que tudo é signo.
No entanto, nem tudo é lido ou
tido do mesmo modo, depende
do recorte de leitura ou do
modo de aproximação que
empreendemos em relação a
ele

Mas, se tomarmos o
signo como algo tão
abrangente, fica difícil
falar dele

Neste caso, é necessário delimitar também o modo de falar dele e em que campo teórico esta fala se desenvolve.

Desde o século passado,
as análises sobre o signo,
vem sendo desenvolvidas
no campo da semiótica

Mesmo na semiótica, há
diversas vertentes que
tomam o signo sob
diferentes enfoques

Não vamos aqui
aprofundar ou defender
uma linha ou outra, mas
tentar apresentar uma
síntese temática

Neste sentido, para termos uma noção inicial, basta levar em conta algumas aproximações de ordem conceitual geral

Se considerarmos o
signo como aquilo que
significa ou produz
sentido já é um bom
começo

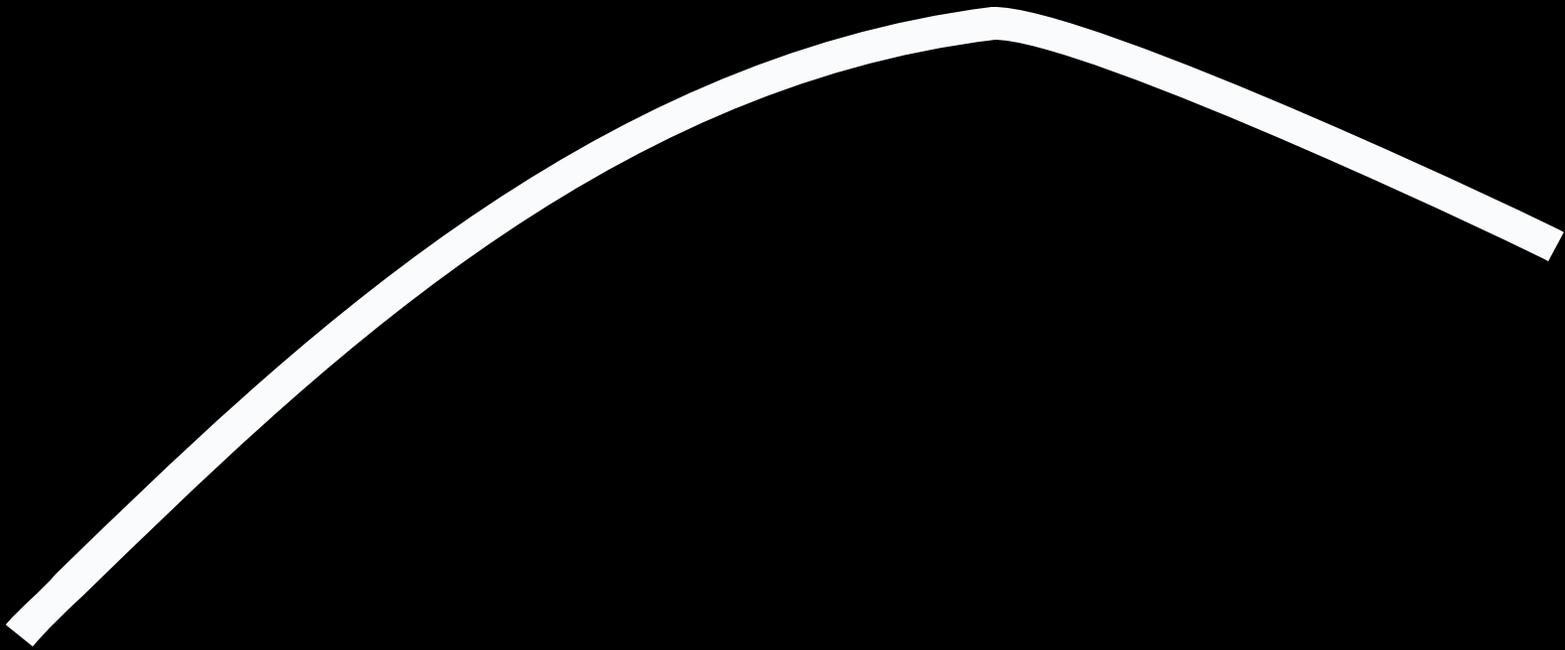
Neste caso, podemos
entendê-lo como uma
unidade de sentido ou
de significação

Um simples gesto seria
então signo

Uma marca qualquer em
algum lugar ou mesmo um
simples traço numa
superfície também seriam
signos

O aceno de cabeça
assentindo ou negando
uma frase ou circunstância
é um signo

Um galho quebrado
numa trilha, um risco
numa folha de papel



stare

Todas estas
manifestações são
portadoras de sentido,
logo, podem ser tomadas,
a priori, como signos

Quando estas manifestações assumem um formato, uma aparência ou modo de expressar ou de ser, são chamadas de *significantes*

Um **significante**
é a ocorrência manifesta, o
formato, a aparência, a
característica, a
personalidade que algo
assume para significar

Podemos dizer que o
significante é o modo como
uma dada idéia, conceito,
substância ou coisa existe
ou se dá a ver



Se o significante pode ser
a manifestação de um
signo, seu significado é o
seu sentido ou função

Uma simples palavra, é
um significante por
exemplo:
cadeira

A palavra cadeira foi concebida para expressar a existência de um objeto configurado por certas determinantes que a caracterizam

Cada língua usa as
palavras para significar ou
conceituar idéias, coisas,
valores ou funções dentro
da sua cultura

Cada nacionalidade ou
etnia tem seus próprios
modos de expressar idéias
verbalmente

A língua falada é um lugar
cheio de significantes, é só
olhar o dicionário e
encontrar uma coleção
imensa deles

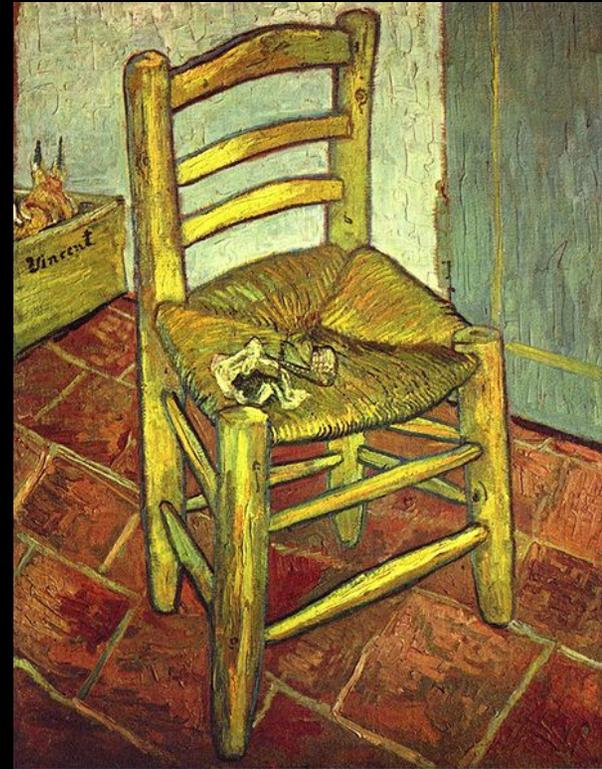
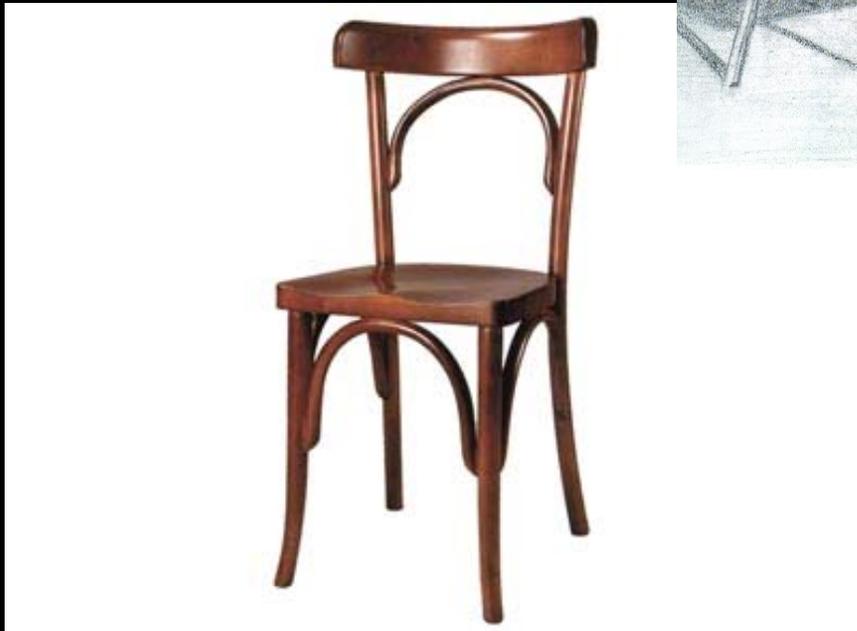
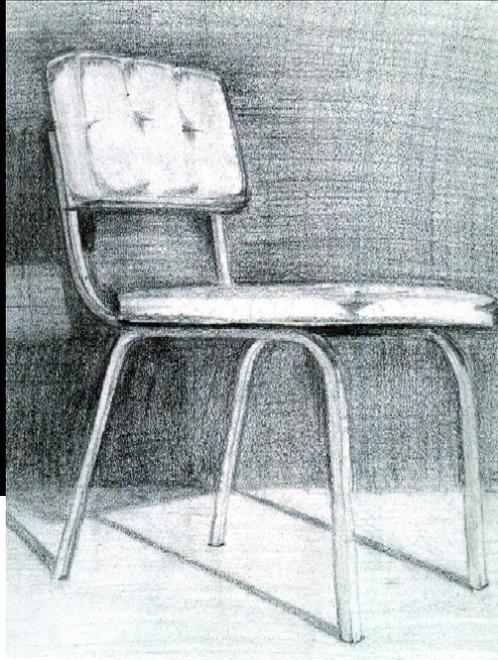
Mas, quando pensamos ou falamos **cadeira** nos vem a mente uma peça de mobiliário cujas características são:

Um objeto composto
essencialmente de pernas,
assento e espaldar.

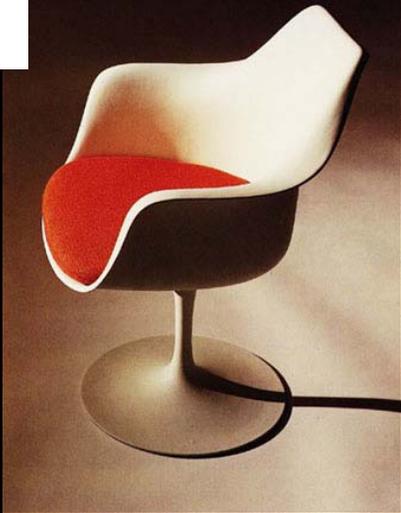
O formato dos elementos constitutivos da cadeira podem mudar e cada cadeira pode ser diferente de outras cadeiras

Podem ter número de
pernas diferentes, podem
ter assentos e espaldares
diferentes

No entanto, todas as
cadeiras possuem algumas
características que são
comuns
a todas elas



fine



designboom illustrated folding chairs history

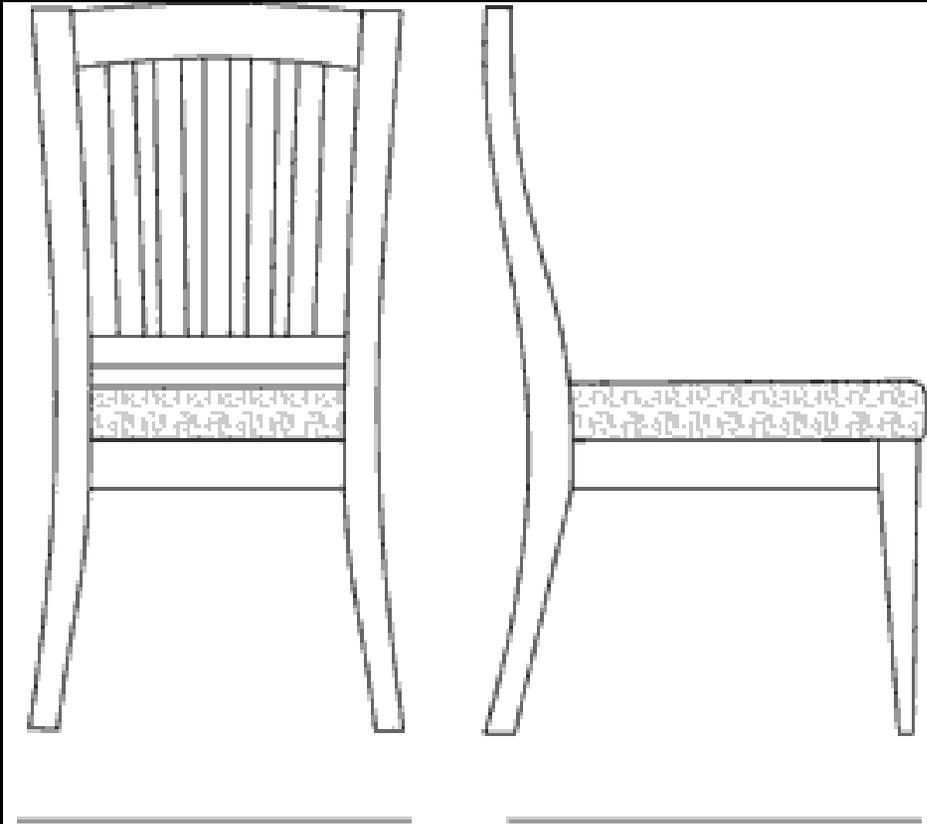


As imagens de cadeiras
que vimos mostram bem
isto

Joseph Kossut, artista
conceitual, apresentou uma
obra chamada Uma e três
cadeiras, que discute as
possibilidades de existência
da idéia de cadeira

Na obra há três modos de presença de uma cadeira: a própria cadeira, uma fotografia da cadeira e uma descrição de cadeira retirada do dicionário.

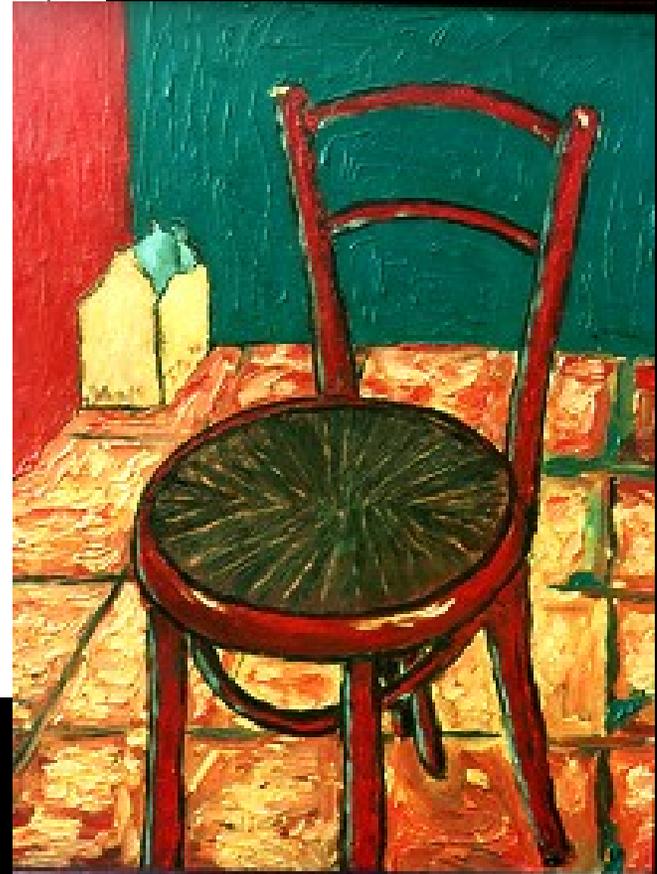
Podíamos citar mais dois
modos, um desenho de
cadeira e uma pintura de
cadeira



435

550

Fabric: +0.7m fabric = 2 chairs / Leather: 0.52m² = 1 chair



A small, handwritten signature in the bottom right corner of the page, appearing to be 'J. J. J.' or similar.

Todos estes modos se
constituem em significantes,
embora de natureza
diferente, todos são
referenciados ao objeto em
questão

A manifestação material da
cadeira é também um
significante, como também a
palavra cadeira, falada ou
escrita.

Todo significante se refere
a um conceito, idéia,
qualidade ou propriedade
de algo, logo, possui um
conteúdo

A este conteúdo damos
o nome de
significado

Portanto, significado é o
que o significante expressa
ou contém enquanto
sentido ou informação

O significado da cadeira é a sua função (possibilidade de sentar) ou conceito (idéia de sentar)

O significante é a forma fonética, verbal ou escrita que uma palavra assume para significar

O significante pode ser também a forma visual, imagética, icônica ou um objeto no qual reside o significado

Portanto **significante e
significado são
componentes
integrantes de um
mesmo signo**

De uma mesma
configuração sígnica

De uma mesma
estrutura significante

Para que um signo
signifique ele deve estar
contido numa mesma
estrutura sócio/cultural

Os elementos significantes
componentes de um signo
não são apenas da ordem do
formal, mas também cognitiva
e integrantes do contexto
social

A significação é
interativa e cultural

Por exemplo:
significantes/palavras
iguais de uma mesma
língua podem produzir
efeitos de sentido
diferentes

Qual é o sentido de
MANGA
por exemplo?

Há, pelo menos dois. Para saber se é um ou se é outro, precisamos observar o contexto em que a palavra se encontra

“A manga é bem feita”

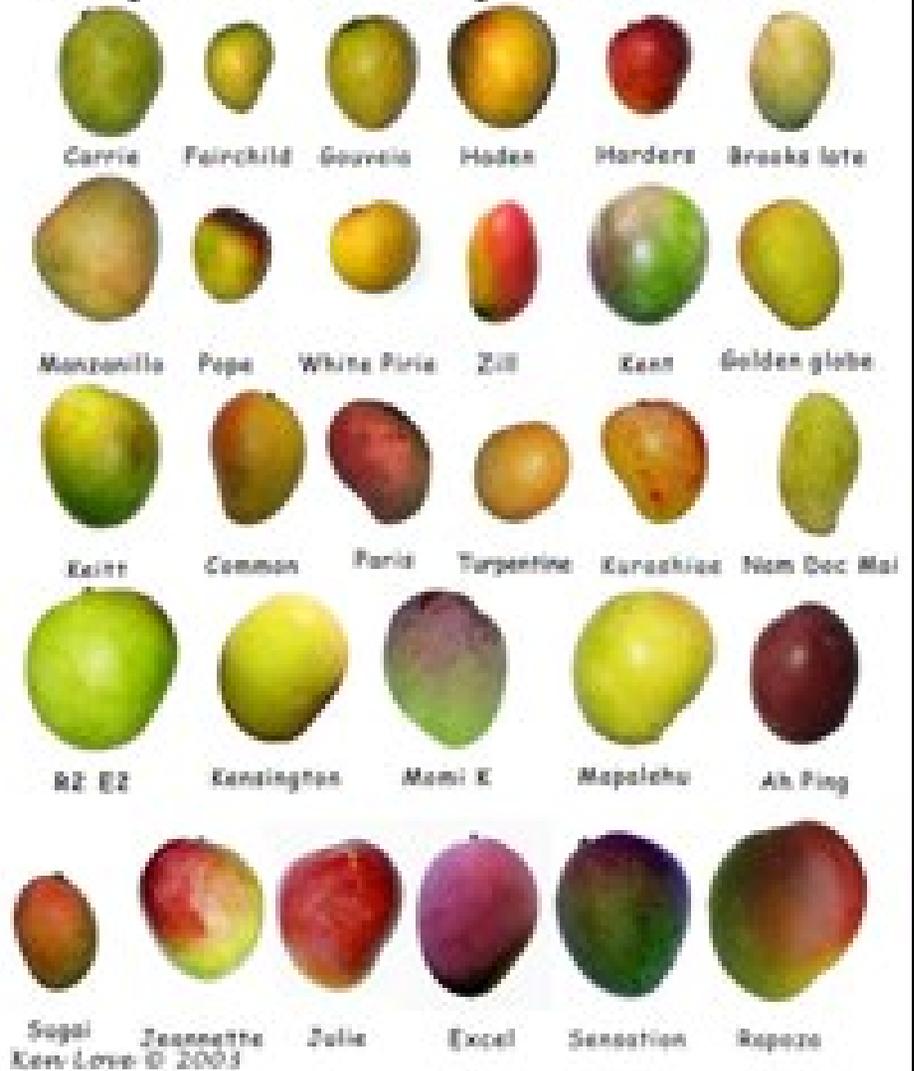
“A manga é saborosa”

A análise da relação contextual é que vai nos fornecer as pistas para interpretar ou obter o sentido





Mangos from the Big Island of Hawaii

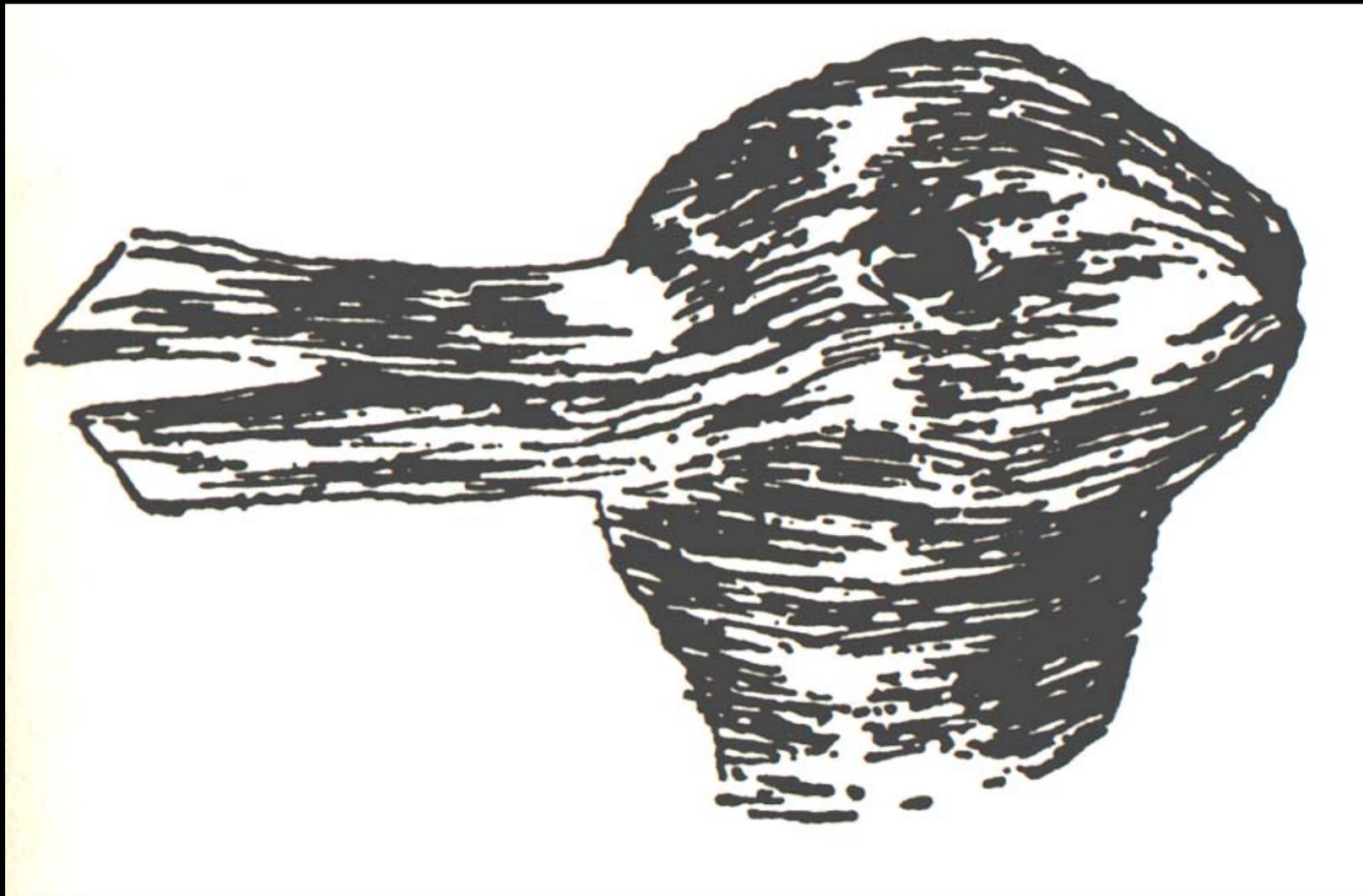


Ken Love © 2003

Um mesmo significante
visual pode produzir
significados cognitivos
diferentes



fine





Daí reforçamos a idéia de
que a significação varia
em si e também de acordo
com os contextos sociais
ou culturas diferentes

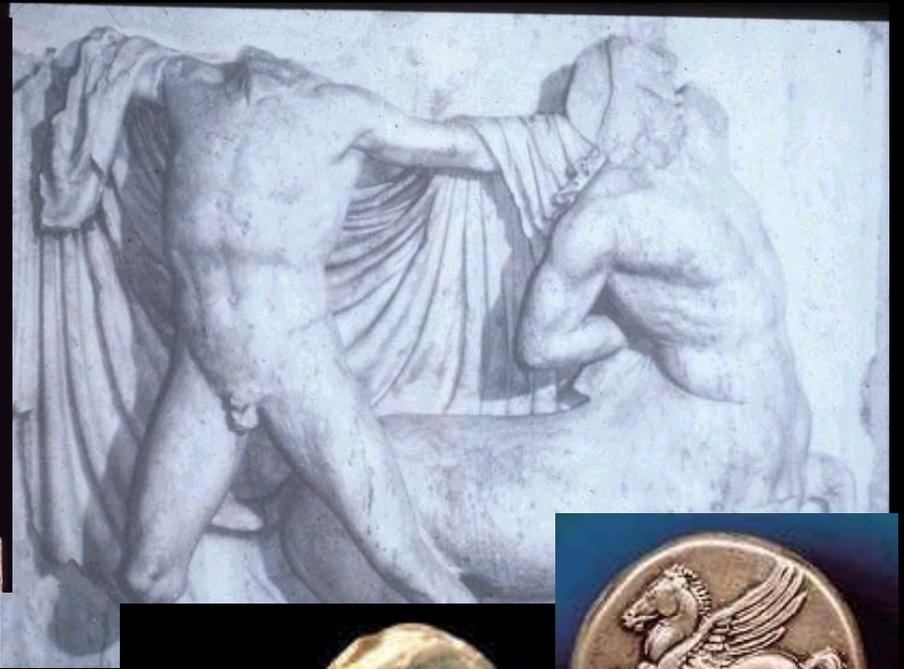
A significação também
ocorre em níveis
simbólicos e expressivos

O aspecto simbólico é descoberto na relação entre crenças, valores e anseios de uma sociedade e é essencialmente cultural

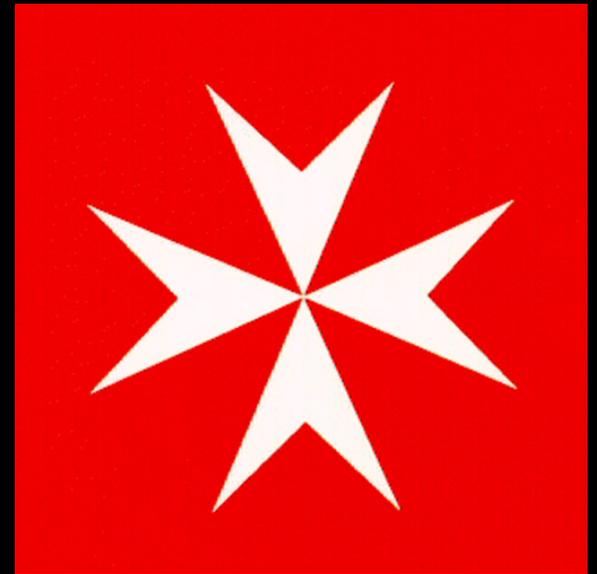
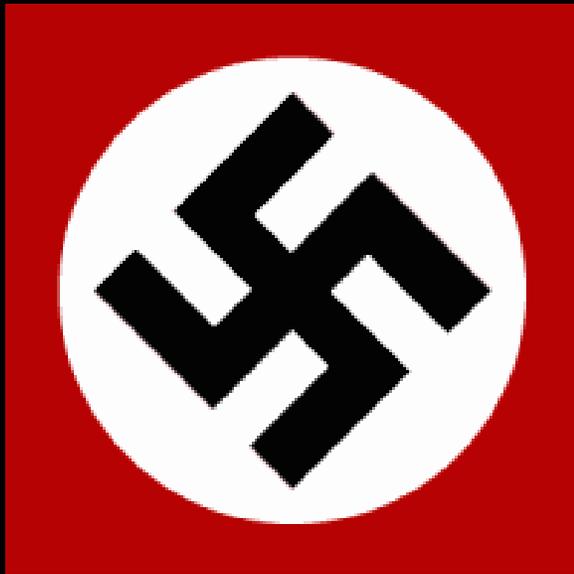
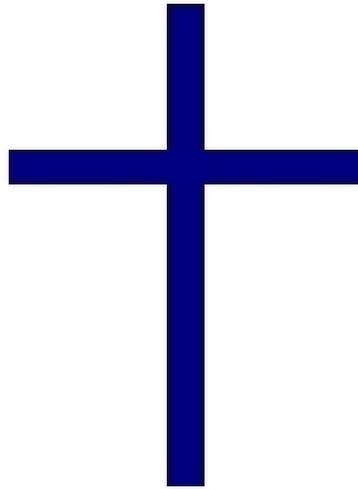
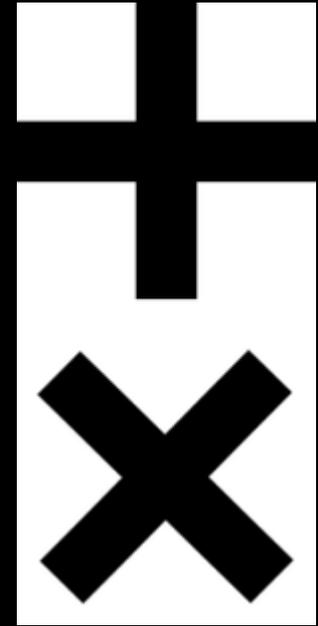


Pomba representando a
da Paz ou Espírito Santo
para os cristãos católicos é
uma relação de ordem
simbólica e produz sentido

A sociedade constrói
diferentes símbolos para
criar unidade em torno de
crenças e pensamentos
comuns



Handwritten signature or mark.

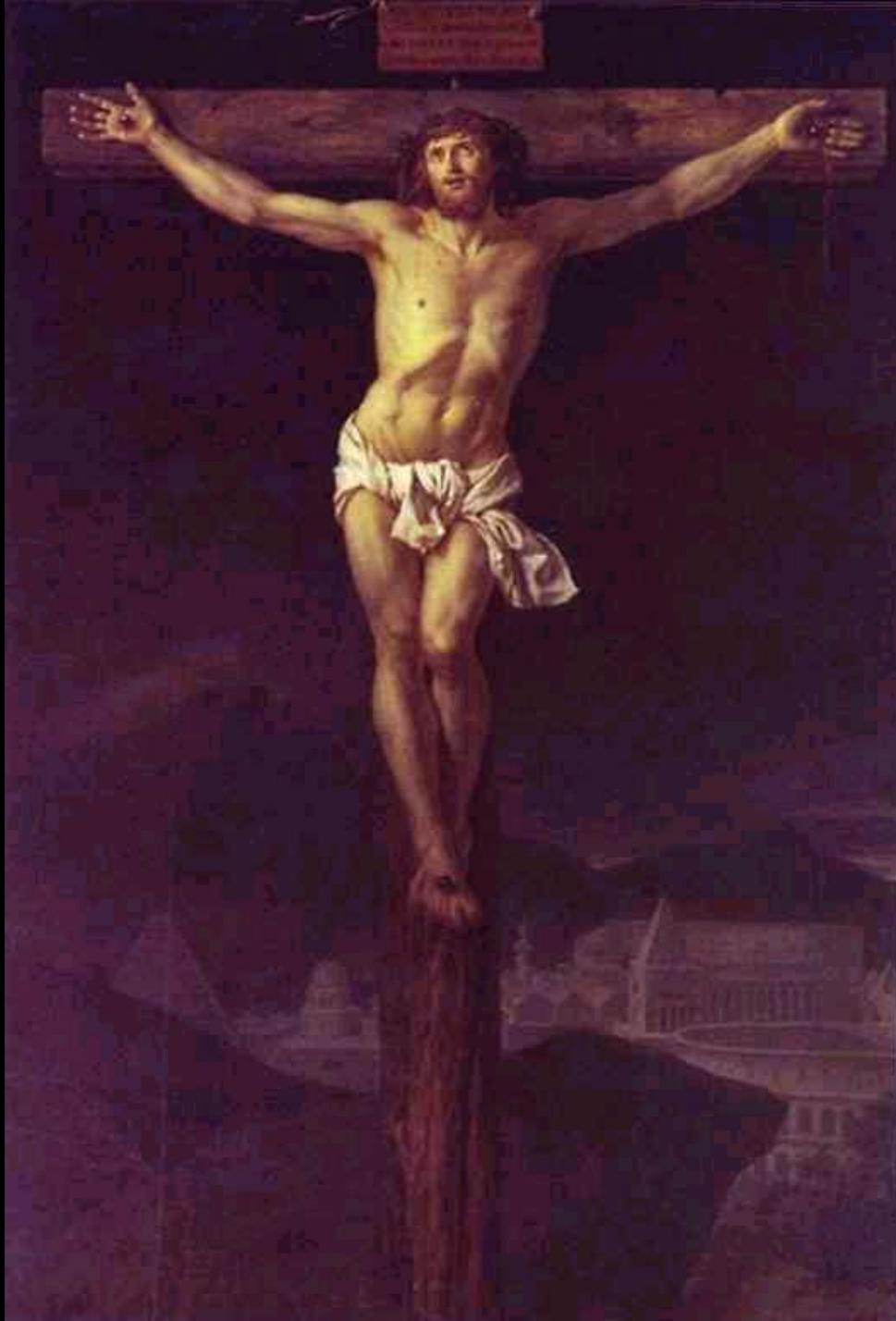


Diferentes cruzes implicam
em diferentes sentidos,
discutidos na heráldica, na
iconografia e outros
campos de abordagem

Quando falamos em
significação no nível
expressivo, não podemos
tomar referencias comuns,
ou recorrências constantes

O fator expressivo se refere a uma circunstância especial, à condicionantes mais recortadas e não ao sendo comum como tal

A maneira de figurar uma
imagem pode variar de
acordo com o sentido
expressivo que se atribui a
ela



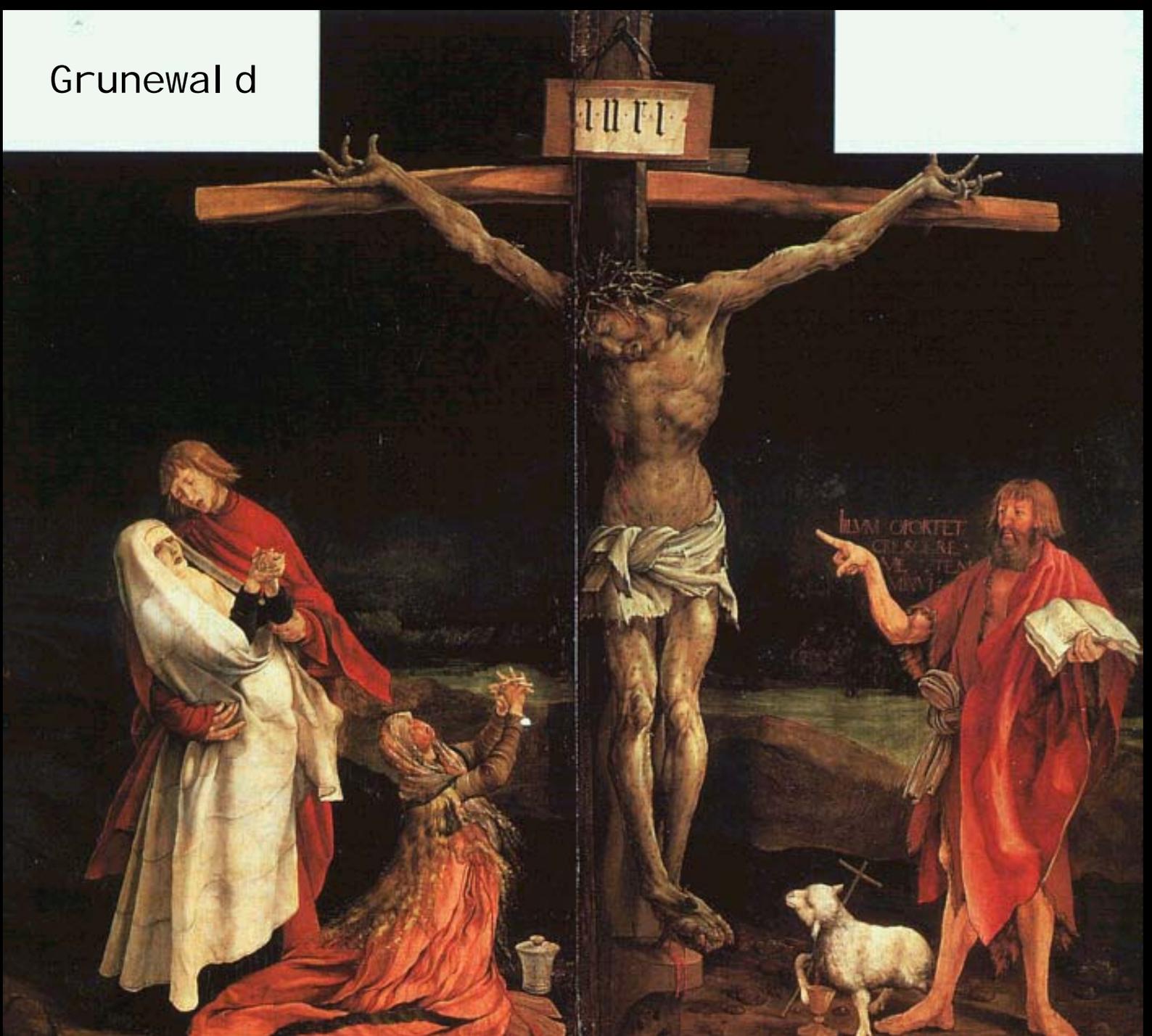
David





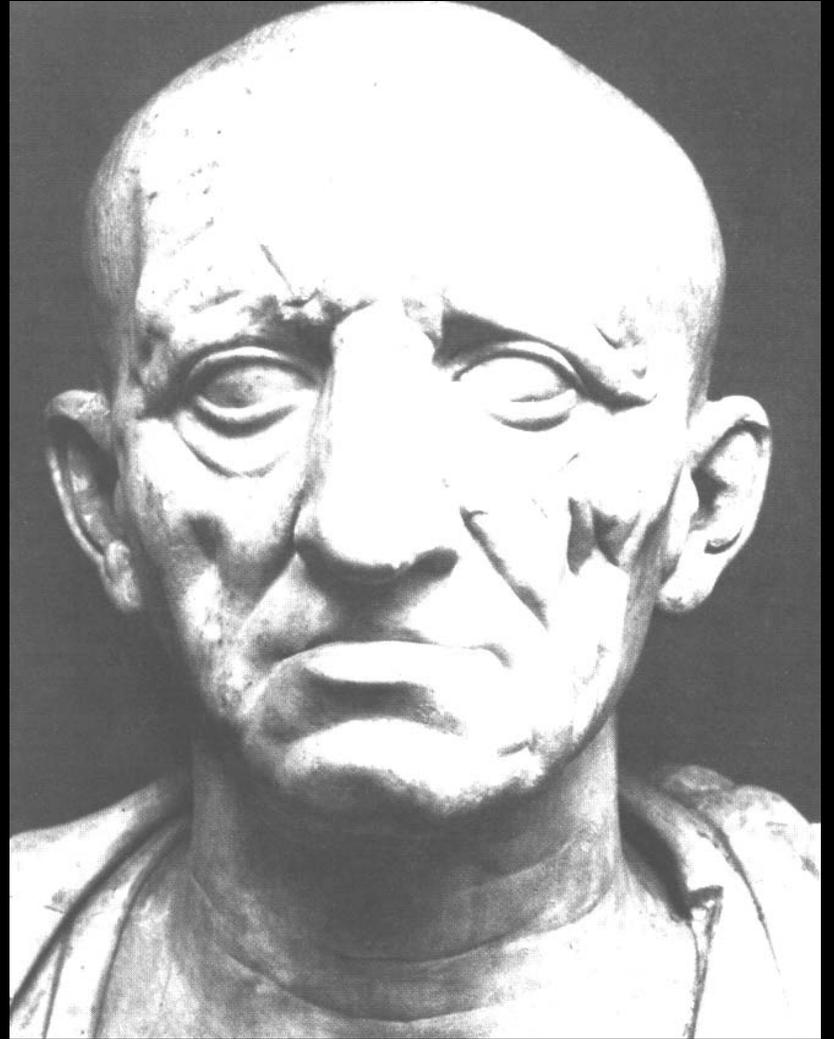
Georges Roualt

Grunewald d



Grünewald

A expressão pode idealizar
ou dizer o que vê ou ainda
fazer ver o que se quer
que veja e como ver



fine

Em última instância,
significar é designar
valores, em última
instância, valor é o sentido

Numa sociedade há
valores de diferentes
ordens, pessoais ou
coletivos

O *ETHOS* coletivo é uma composição de conceitos, princípios e diretrizes que orientam as condutas, hábitos e costumes da sociedade

Ao indivíduo sobra a *ética*
que é o comportamento
regido pelas normas e
valores morais que a
sociedade institui como um
todo para sobreviver

Valores são estados
afetivos com os quais
lidamos que podem ser
caracterizados como
positivos ou negativos

Quase sempre as
sociedades modernas
procuram se orientar pelos
valores positivos, tomando
como referência as
máximas morais e éticas

A revolução francesa
preconizava:
Liberdade
Igualdade
Fraternidade

Valores estes que
passaram a fazer parte dos
anseios sociais das nações
modernas manifestos nas
cartas de constituição e
direitos humanos

Entretanto, a existência de um valor positivo, admite também a existência de seu oposto, que é negativo, mas isto não é absoluto

Em suma podemos dizer que os valores se baseiam em diferenças, pois, nem sempre as posições são dicotômicas, positivas ou negativas, são antes estados diferentes de uma mesma substância de sentido

Podemos falar de
diferenças radicais:
Grande X Pequeno
Alto X Baixo
Próximo X Distante
etc

Embora devamos entender
que as diferenças podem
ser relativas, escalonadas,
graduadas, crescentes,
decréscientes

Em sistemas midiáticos, o uso ou a associação com valores nos seus produtos é uma prática freqüente

Em última análise o que se distribui são valores e não imagens, palavras, textos ou quaisquer outros produtos que gerem significantes

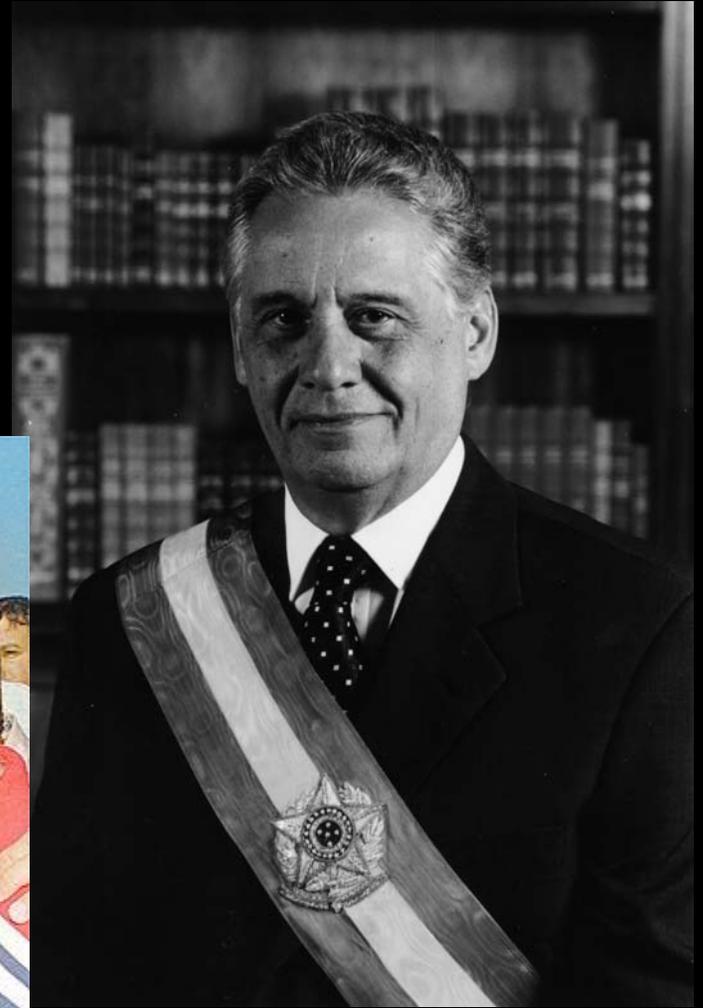
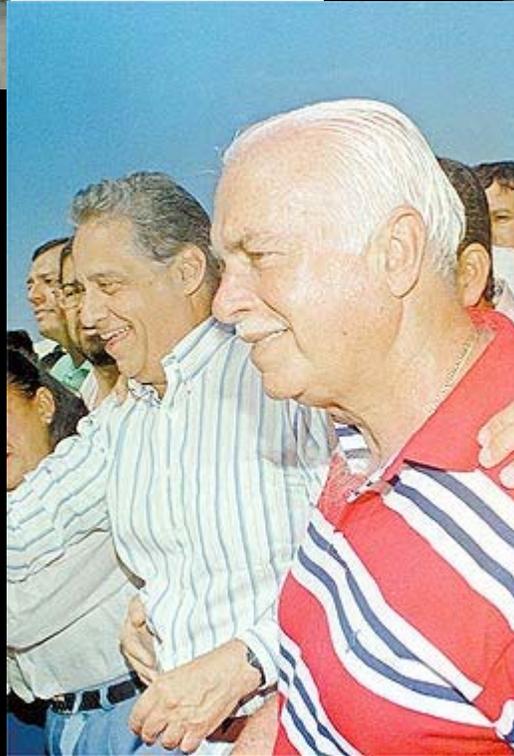
Embora o significante
possa ter uma dada
aparência, nem sempre o
que se quer dele é apenas
a aparência, mas algo que
se encontra em sua
essência

Estratégias de Marketing
operam com a
possibilidade de
associação de um produto
a uma idéia, a um bem, um
desejo, um valor

A imagem de um candidato no contexto político procura associar qualidades necessárias ao cargo como: seriedade, estabilidade, firmeza, honestidade, decisão entre outros valores caros ao eleitores

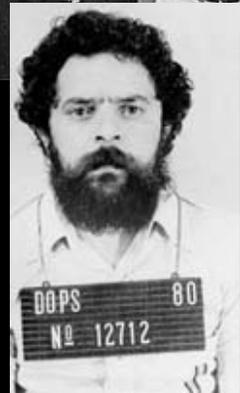
Combate à corrupção,
austeridade e honestidade
tem sido as matrizes das
últimas campanhas







gma



fine



Handwritten signature or mark.



fin



No caso de
Campanhas Publicitárias
os valores podem estar
nos produtos e suas
qualidades, como no
conceito

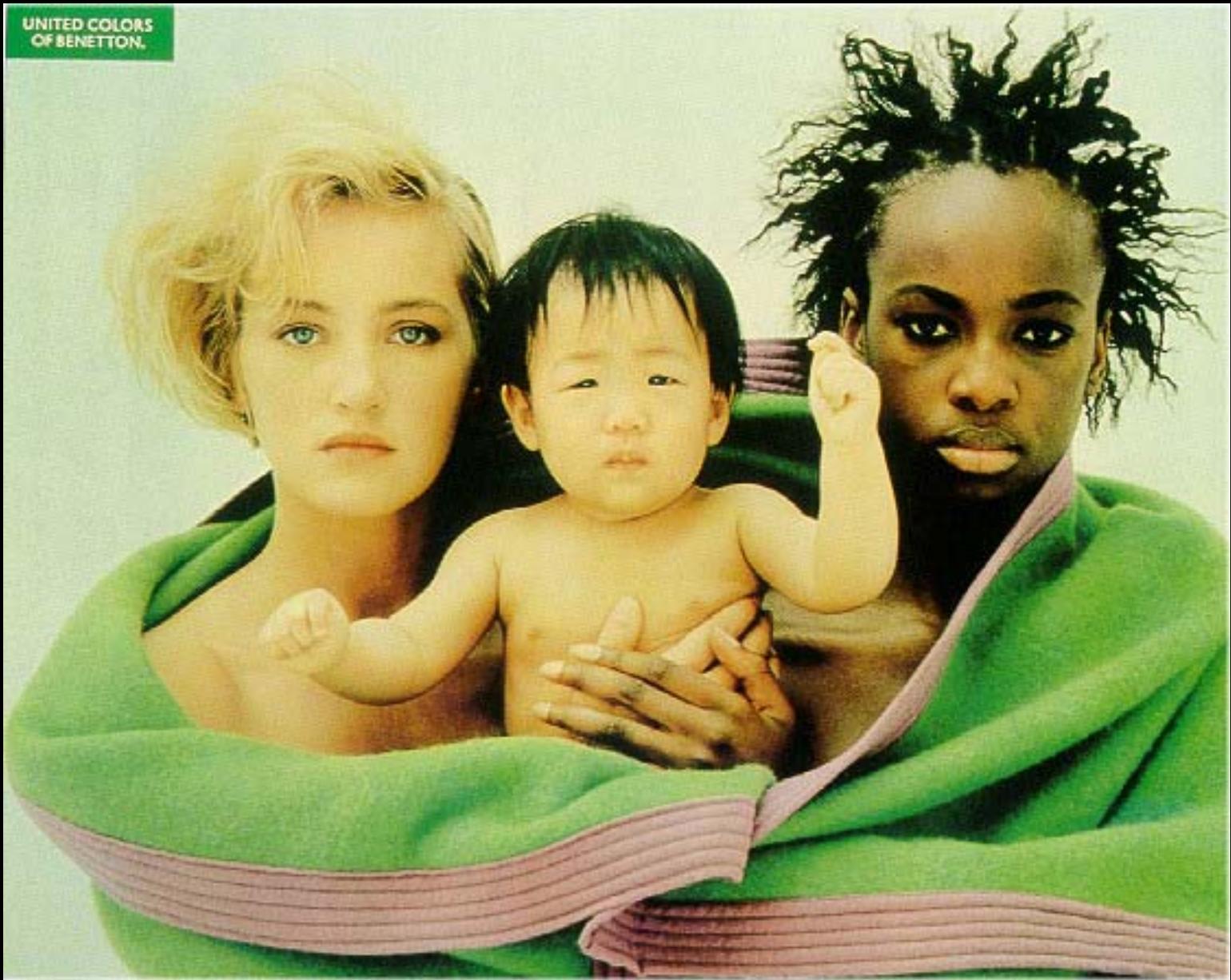
Um dos melhores
exemplos de publicidade
conceitual pode ser a
marca Benetton, pelas
polêmicas campanhas que
lançou no período em que
sua marca durou

Um dos temas mais explorados por ela foi a questão das diferenças étnicas, assumindo quase que uma função institucional ou social

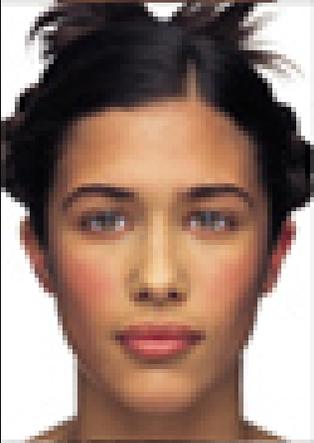


LIMITED COLORS
OF WINTER

UNITED COLORS
OF BENETTON.



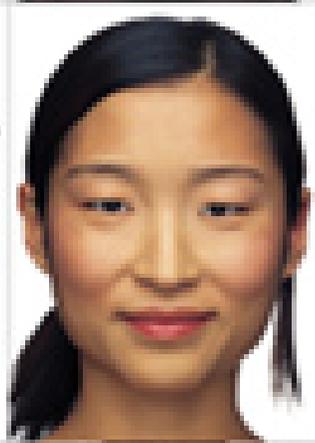
fine



STEWART
 HAS THE RIGHT
 TO LEAVE ANY COUNTRY,
 INCLUDING HIS OWN,
 AND TO RETURN
 TO HIS COUNTRY
 (Art. 13)



OFFICE OF THE
 HIGH COMMISSIONER
 FOR HUMAN RIGHTS



UNITED COLORS
 OF MINNETONKA

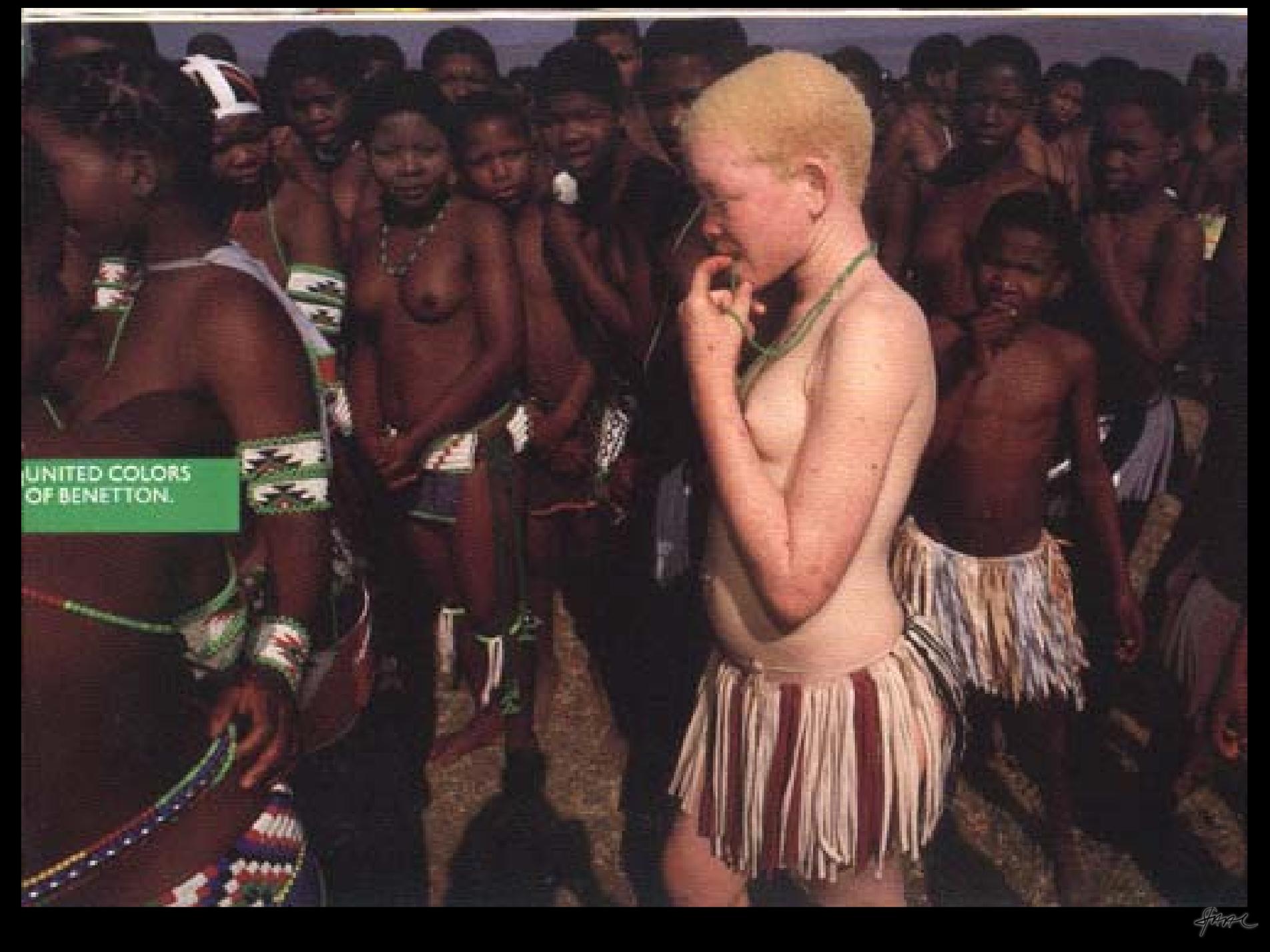
UNITED COLORS OF MINNETONKA IS A REGISTERED TRADEMARK OF UNITED COLORS OF MINNETONKA, INC. © 2008 UNITED COLORS OF MINNETONKA, INC.

United Colors of Minnetonka



UNITED LOVERS
OF BENETTON

fine

A photograph capturing a young boy with short, curly blonde hair in the center of a large crowd of indigenous people. The boy is shirtless and wears a fringed skirt with vertical stripes of white and maroon. He is looking down and to his left, with his right hand near his chin. The crowd around him consists of men and women, many of whom are shirtless and wearing traditional beaded necklaces and skirts. The scene is set outdoors at night or in low light, with a dark background. A green rectangular box is overlaid on the left side of the image, containing white text.

UNITED COLORS
OF BENETTON.

UNITED COLORS
OF BENETTON.



fine



UNITED COLORS
OF BENETTON.

fine

UNITED COLORS
OF BENETTON.

fine



UNITED COLORS
OF BENETTON.

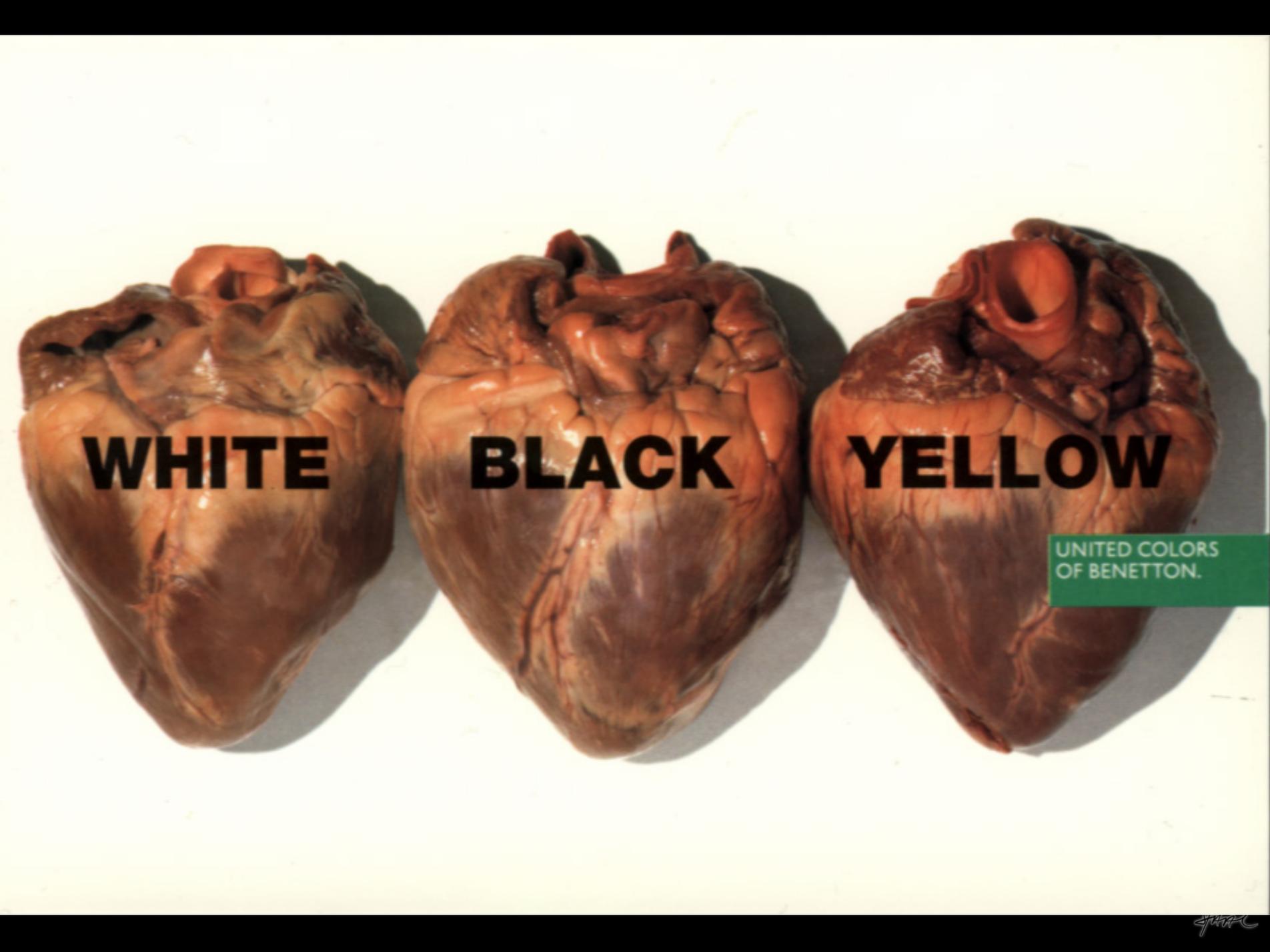
fine

© 2004 United Colors of Benetton. All rights reserved. Benetton Group S.p.A. Italy. Benetton Group S.p.A. Italy. Benetton Group S.p.A. Italy.



UNITED COLORS
OF BENETTON

Oliviero Toscani

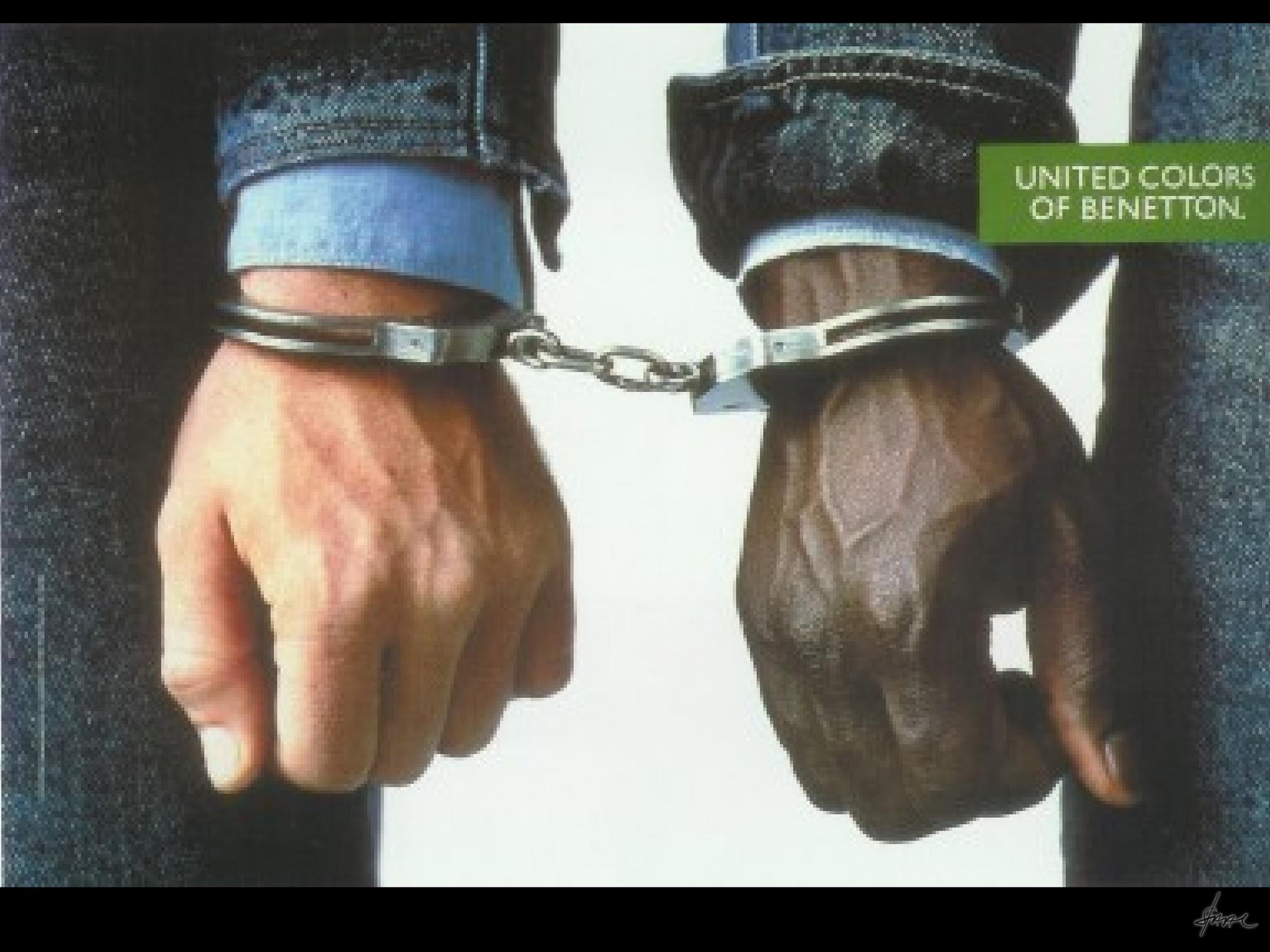
Three pig hearts are arranged horizontally on a white background. The heart on the left is a pale, almost white color. The heart in the middle is a dark, almost black color. The heart on the right is a bright yellow color. Each heart is shown from a similar perspective, highlighting its anatomical structure.

WHITE

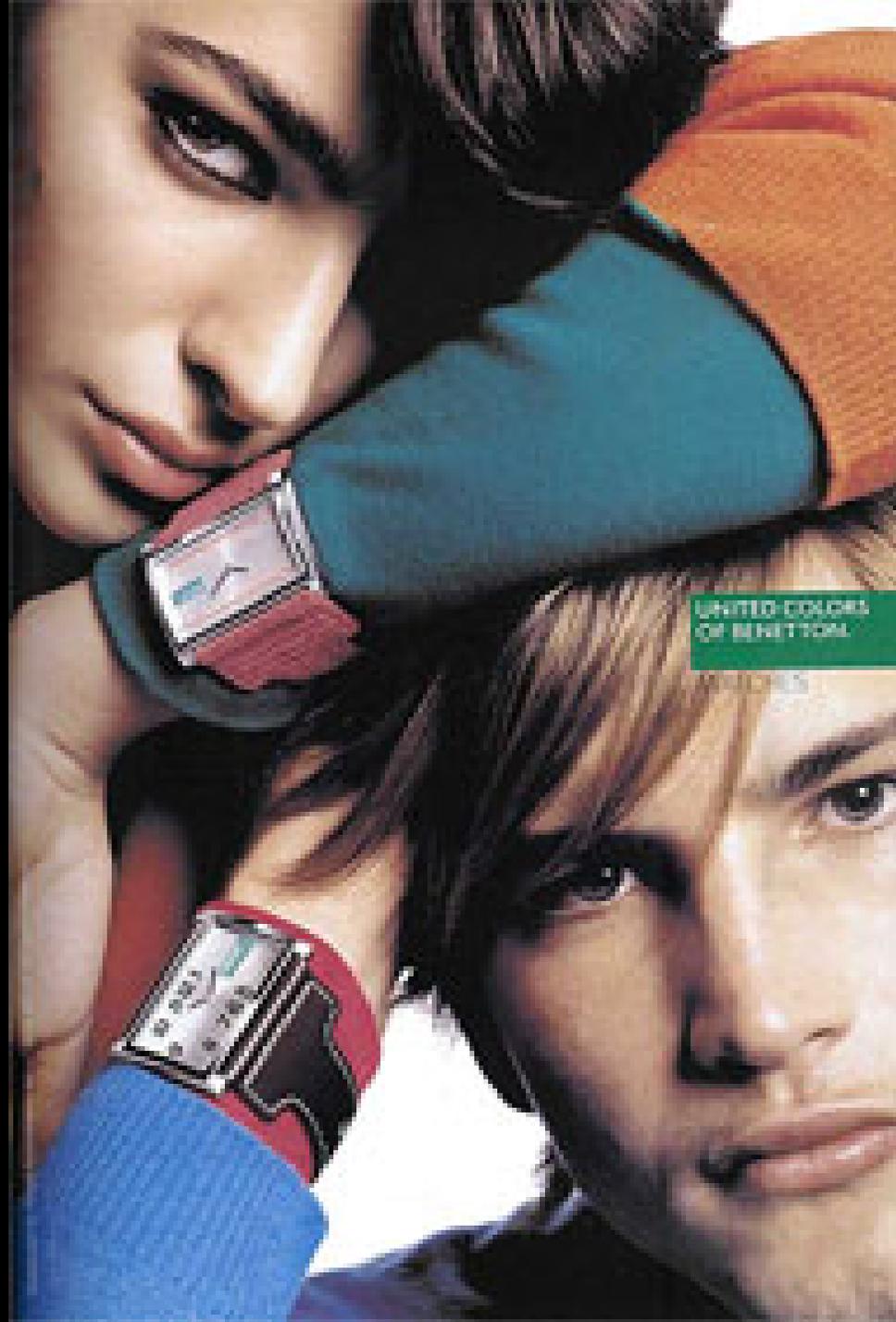
BLACK

YELLOW

UNITED COLORS
OF BENETTON.



UNITED COLORS
OF BENETTON.



UNITED COLORS
OF BENETTON

fine

UNITED COLORS
OF BENETTON.

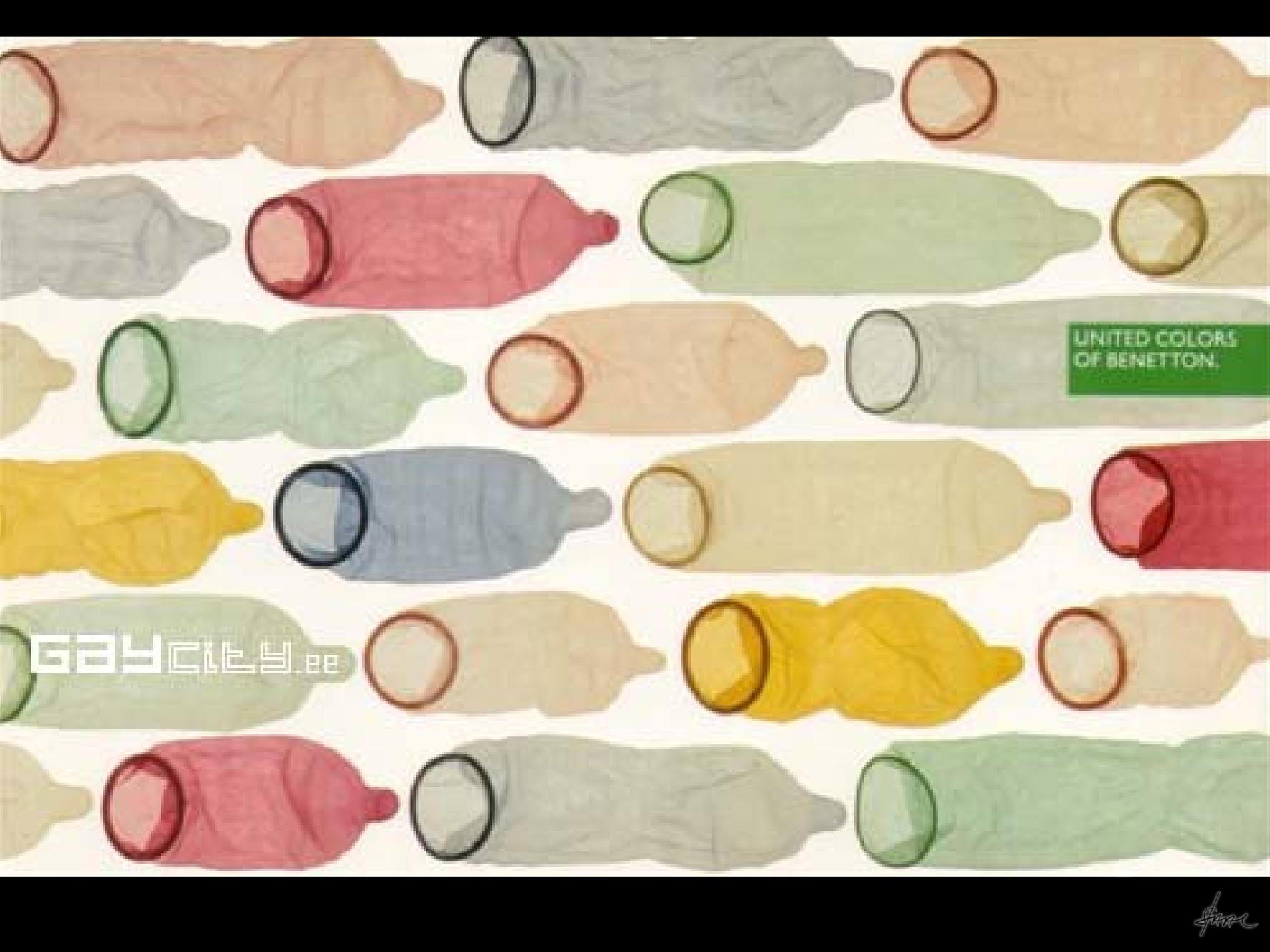


stuart

H.I.V.

POSITIVE

UNITED COLORS
OF BENETTON



UNITED COLORS
OF BENETTON.

БЕБЕНЕТОН

fine



Learning to Grow Your Own Business



UNITED COLORS
OF BENETTON

MADISON



UNITED COLORS
OF BENETTON.

United Colors of Benetton and Liberty are trademarks of Benetton Group SpA Italy. © Benetton Group SpA. Benetton Group SpA. Benetton Group SpA.

Benetton

"WE, ON DEATH ROW"



Bobby Lee Harris
interview



David Leroy Skaggs
interview



Jerome Mallett
interview



Jeremy Sheets
interview



Leroy Orange
interview



James Edward Thomas
interview

[introduction text](#)

[download images](#)

UNITED COLORS
OF BENETTON.

"WE, ON DEATH ROW"



UNITED STATES
OF AMERICA

1998

UNITED COLORS OF BENETTON.



fine



لقد
تغيرت
الكلية

ENTRE COULEURS DE BENETTON

 benetton

لقد
تغيرت
الكلية

fine

O responsável pela criação deste material foi o italiano Olivieri Toscani, fotógrafo e diretor de arte em publicidade

A mídia trata com valores e
os manipula de acordo
com os interesses que
mais a beneficiam

Não há isenção ou
neutralidade, há
investimento em uma ou
outra atitude ordenada por
interesses de cunho
ideológico ou econômico

A tradição de uma marca

Coca-Cola

Coca-Cola

**TIRED,
THEN
DRINK
Coca-Cola**

IT RELIEVES EXHAUSTION

When the BRAIN is running under full pressure send down to the FOUNTAIN for a glass of

Coca-Cola

you will be surprised how quickly it will ease the Tired Brain—soothe the Rattled Nerve—and restore Wasted Energy to both Mind and Body.

It enables the entire system to readily cope with the strain of any excessive demands made upon it.

**AT ALL FOUNTAINS
ALSO IN BOTTLES 5c.**



fine

SOLD EVERYWHERE

5¢

DRINK

Coca-Cola

Handwritten signature

Have a Coke

***FREE** when this card is presented
at our fountain

YOU'LL BE GLAD YOU DID

EDGEWOOD PHARMACY

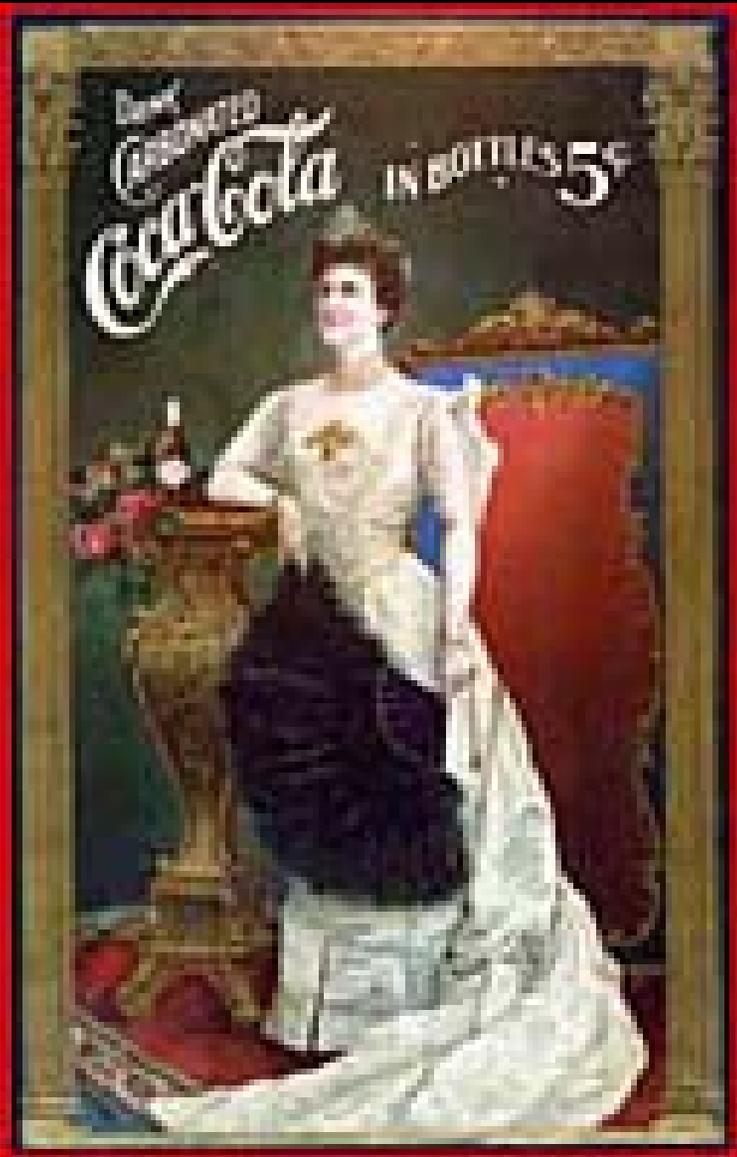
Sam Nelson, R. Ph.

Prescription Specialists

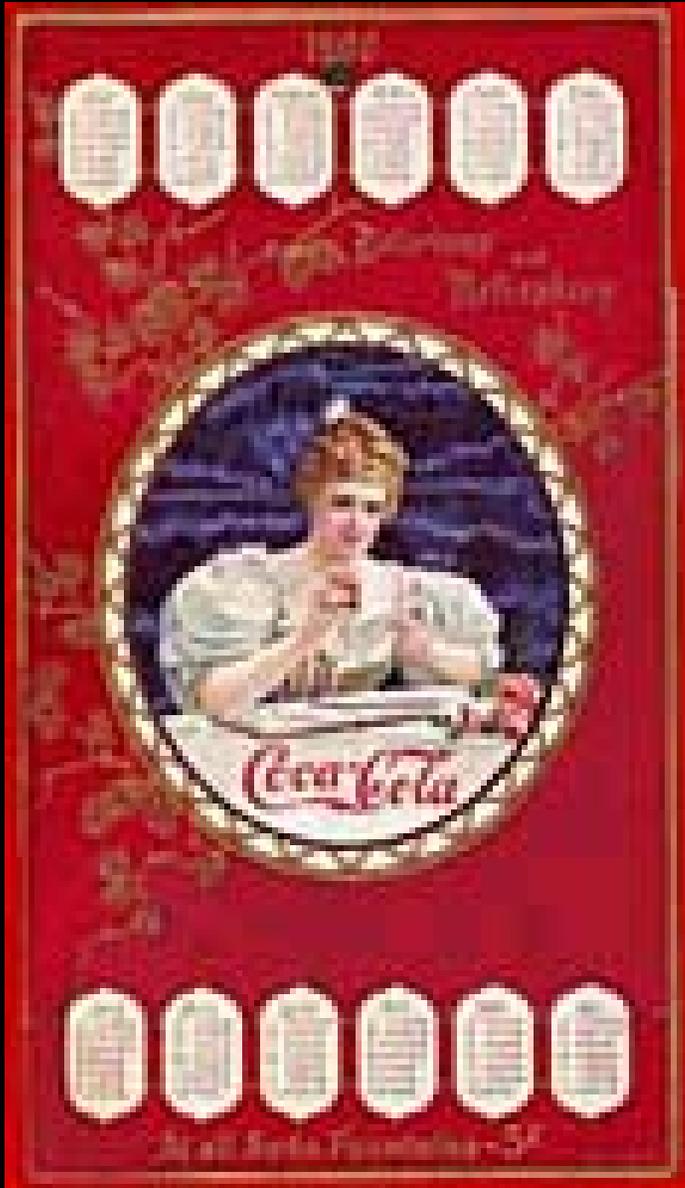
(Over)



"Coca-Cola" and "Coke" are the registered trademarks of The Coca-Cola Company.









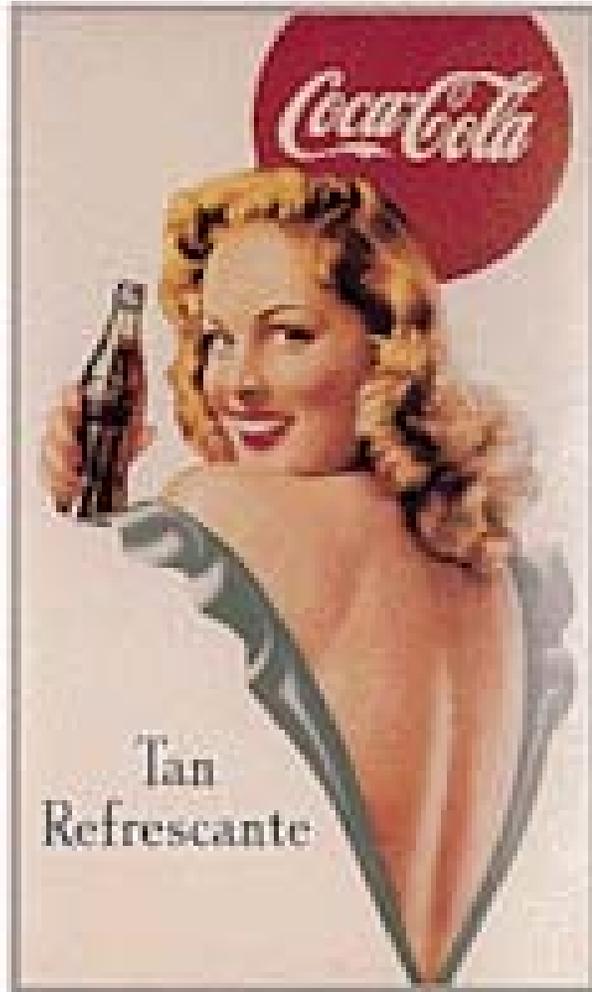
fine

Drink
Coca-Cola
Delicious and Refreshing



Enjoy
Refreshment

Handwritten signature



Tan
Refrescante





What you want
is a Coke



fine

Refresh Yourself
with
Coca-Cola



Take home a
six-bottle carton
It's easy to carry



Enjoy
COKE



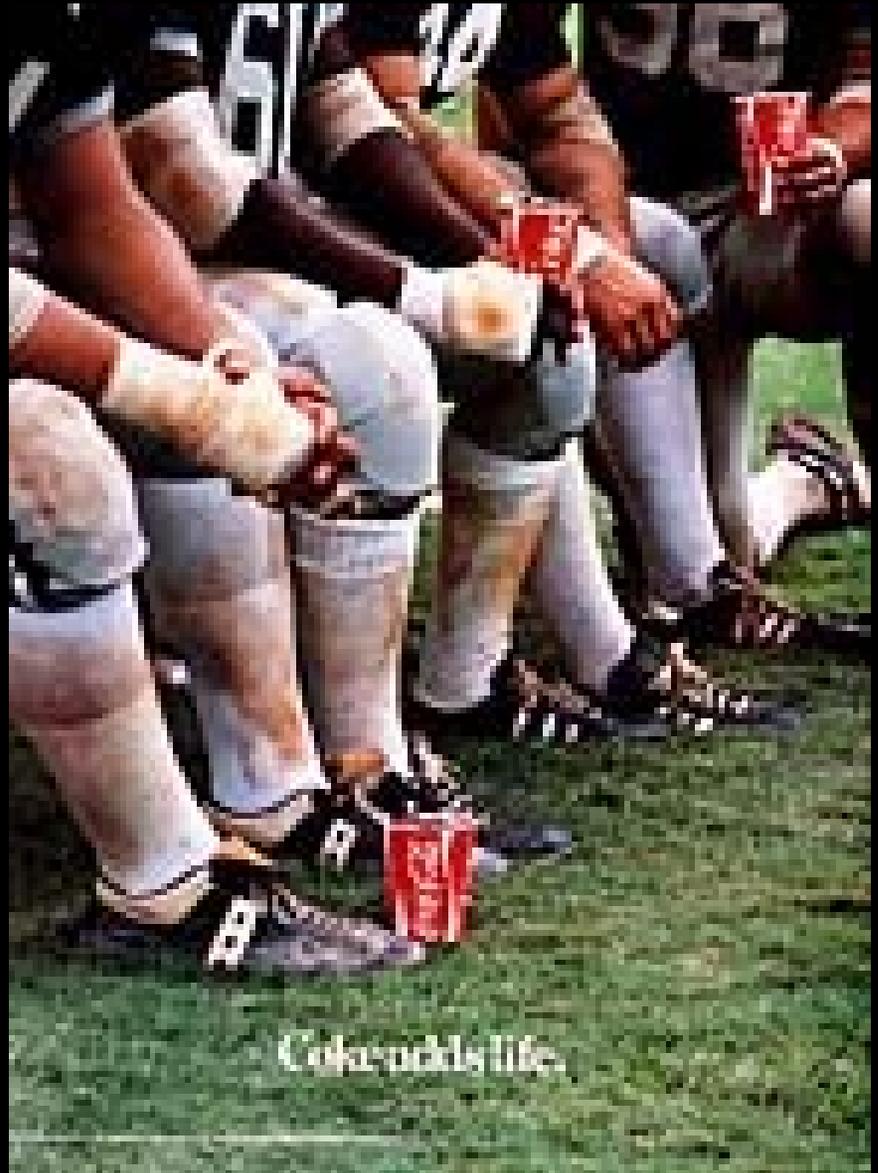


*Some delicious
Coca-Cola
with meals.*

*No one imagines
the joy of a meal
without the pleasure
of a Coca-Cola.
That's why a Coca-Cola
is indispensable to
every gathering.*

*Be generous
and share
the joy of
Coca-Cola.*

A vintage advertisement for Coca-Cola. On the left, a glass bottle of Coca-Cola is shown. Below it is a red six-pack of Coca-Cola bottles. On the right, a woman in a light-colored blouse is shown in a kitchen, preparing a meal. The scene is set in a rustic kitchen with a brick wall and a window. The overall tone is warm and nostalgic.



It's the real thing. Coke.



Bibliografia de apoio:

BARROS, Diana Luz Pessoa de. Teoria Semiótica do Texto.

BARTHES, Roland. Elementos de Semiologia. Cultrix, São Paulo, 1978

ECO, Umberto. Tratado Geral de Semiótica. São Paulo, Perspectiva, 2003

PEIRCE, Charles Sanders. Semiótica e Filosofia. São Paulo, Cultrix,