

## COMUNICAÇÃO, SEMIÓTICA E MÚSICA: DIÁLOGOS E REFLEXÕES

Maria Cristina Deziró FERNANDES<sup>1</sup>

---

**Resumo:** Esse trabalho visa a estabelecer um diálogo entre Comunicação, Semiótica e Música, observando suas relações e alguns estudos atuais sobre esses temas. A Comunicação, por natureza, possui estreita relação com as Ciências da Linguagem. Ela se insere perfeitamente nos estudos semióticos, já que esses observam os níveis da significação, tanto de textos verbais quanto não-verbais e sincréticos, exercendo importante papel nas pesquisas em Comunicação. Por outro lado, a Música desempenha uma função relevante nos meios de comunicação, principalmente no que concerne à maneira de expressar o conteúdo e a expressão de suas letras, melodias e ritmos. Dessa maneira, pretendemos suscitar uma breve reflexão a respeito dos três assuntos.

**Palavras-chave:** Comunicação. Semiótica. Música.

---

Desde os primórdios da humanidade a música é representada pela natureza do som em durações, alturas, timbres e intensidades nos mais variados níveis rítmicos. Podemos dizer até que o homem primitivo já pensava musicalmente pelas ondas do mar, pelos cantos dos pássaros, pelos rituais de tambores e, mas principalmente, pela modulação da própria voz humana.

Por sua vez, tão remoto quanto o som dos seres existentes na terra, é o som da linguagem humana. A controvérsia sobre sua origem remonta milhares de séculos, desde a hipótese de que nos foi doada por um ser

---

<sup>1</sup>Mestra em Comunicação pela UNESP de Bauru-SP, docente da Faculdade da Fundação Educacional Araçatuba. E-mail: tinacrisfer@ig.com.br

transcendental (“Deus”, na linguagem cristã), até a de que se trata da própria criação do homem.

A única certeza que temos é a de que a linguagem humana não parou em seu processo evolutivo no que diz respeito ao seu poder comunicativo.

Hoje a comunicação ultrapassa e muito os limites da pedra e do papel. A comunicação do século XXI é a comunicação midiática. É aquela que atravessa as fronteiras do espaço e do tempo.

A música se insere com facilidade no atual contexto midiático, pois possui um valor comunicacional que transcende as barreiras do tempo e do espaço.

Entretanto, tendo em vista a repercussão rápida e poderosa da música popular contemporânea em todas as ramificações midiáticas e sua consequente influência na mente e no comportamento das pessoas, não podemos interpretar o signo musical e sincrético apenas como um mero despejar de emoções ou uma biografia do autor.

Uma das ferramentas de estudo utilizada para tentarmos nos aprofundar nesse aspecto é a Semiótica, já que ela “deve apresentar-se inicialmente como o que ela é, ou seja, como uma teoria da significação. Sua primeira preocupação será, pois, explicitar, sob a forma de uma construção conceitual, as condições da apreensão e da produção do sentido” (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 415).

Dessa forma, este trabalho desenhará alguns traços análogos e intrínsecos existentes entre Semiótica, Comunicação e Música, propiciando um diálogo entre esses importantes conceitos.

## **SEMIÓTICA E COMUNICAÇÃO**

A Semiótica, desde o âmago de sua origem, como sendo a teoria dos signos, beirando outras teorias como a lingüística ou a semiologia dentre outras, encontra respaldo epistemológico suficiente para ser instrumento básico necessário e indispensável para os estudos da comunicação midiática já que, somando-se a todos os conceitos já pesquisados, ela se define de forma mais ampla como a *teoria da significação*, conforme acepção descrita por Greimas (1979).

Roland Barthes, Hjelmslev, Saussure e outros pesquisadores da linguagem já se preocuparam com a essência da significação e sua influência na comunicação humana.

Adriano Duarte Rodrigues explica o papel da Semiótica em relação à experiência cultural na era da informação:

A resposta da semiótica tradicional às questões da comunicação consiste em dizer que o destinatário ou alocutário de uma mensagem reconhece a intenção do locutor e identifica o objeto para que a sua mensagem remete, graças à existência de um código que determina as correspondências entre os signos trocados, os objetos e as significações para que estes signos remetam, código que tanto o locutor como o alocutário dominam e possuem em comum. A comunicação consistiria então fundamentalmente em processos de codificação e de decodificação corretamente efetuados, isto é, realizados de acordo com as regras sintáticas e semânticas do código comum, utilizados pelos interlocutores (RODRIGUES, 1999, p. 141).

Acerca do conceito sobre Comunicação, Greimas (1979, p. 67) aponta dois eixos básicos no que concerne às atividades humanas “o da ação sobre as coisas, pela qual o homem transforma a natureza - é o eixo da produção - , e o da ação sobre os outros homens, criadora das relações intersubjetivas, fundadoras da sociedade – é o eixo da comunicação”.

E ainda acrescenta:

se a linguagem é comunicação, é também produção de sentido, de significação. Não se reduz à mera transmissão de um saber sobre o eixo ‘eu/tu’, como poderia afirmar certo funcionalismo; complementarmente, ela se desenvolve, por assim dizer, para si mesma, para aquilo que ela é, possuindo uma organização interna própria (1989, p. 67).

O *percurso narrativo de sentido* preconizado por Greimas também nos oferece uma importante noção de como as manipulações por *sedução (fazer querer-fazer)*, *provocação (fazer dever-fazer)*, *tentação (fazer querer-fazer)*, *intimidação (fazer dever-fazer)* acontecem e influenciam sobremaneira o receptor diante da cultura midiática moderna.

Assim, a semiótica, em especial a greimasiana, observa os discursos midiáticos sob olhares fixos na enunciação. Também ocupa-se em descobrir como a força manipuladora da mensagem transmitida pode transformar pensamentos, atitudes e até culturas inteiras.

Por ser a ciência que estuda a significação, amparada por análises relativas às manifestações manipuladoras dos discursos, sejam eles representados pela linguagem verbal ou pela não-verbal, a teoria greimasiana contribui sobremaneira para o desenvolvimento de novas pesquisas em comunicação midiática, considerando as transformações que essa última tem provocado nos pensamentos e nas atitudes de indivíduos e culturas.

Peirce, através de suas três categorias da experiência, *primeiridade, secundidade e terceiridade*, nos remete à ideia de relações comunicacionais do signo consigo mesmo, do signo com o objeto e do signo com seu interpretante.

Vejamos a noção de infinitude que a cadeia semiótica formulada por Peirce nos apresenta:

Um signo “representa” algo para a ideia que provoca ou modifica. Ou assim é um veículo que comunica à mente algo do exterior. O “representado” é seu objeto; o comunicado, a significação; a ideia que provoca, o seu interpretante. O objeto da representação é uma representação que a primeira representação interpreta. Pode conceber-se que uma série sem fim de representações, cada uma delas representando a anterior, encontre um objeto absoluto como limite. A significação de uma representação é outra representação. Consiste, de fato, na representação despida de roupagens irrelevantes; mas nunca se conseguirá despi-la por completo;

muda-se apenas de roupa mais diáfana. Lidamos apenas, então, com uma regressão infinita. Finalmente, o interpretante é outra representação a cujas mãos passam o facho da verdade; e como representação também possui interpretante. Aí está a nova série infinita (PEIRCE, 1974, p. 99 apud PLAZA, 2001, p.17).

Podemos perceber que cada percepção corresponde a mais uma conexão, que por sua vez dará origem a outra percepção e interpretação e, assim *ad infinitum*, existirá uma interminável rede de “afetabilidades comunicacionais” entre interpretantes.

Não nos aprofundaremos nos conceitos sígnicos peirceanos neste momento. Contudo podemos notar traços dialógicos bastante interessantes entre algumas de suas ideias com as teorias comunicacionais.

Outrossim, observamos que tanto Greimas quanto Peirce trabalham a questão da comunicação em diferentes aspectos, porém, de certa forma, eles se entrecruzam, seja no que diz respeito aos signos e interpretantes em Peirce, seja no poder concedido à enunciação e ao enunciatário em Greimas.

## **SEMIÓTICA E MÚSICA**

Quando seguimos a linha do fazer manipulador de Greimas inferimos a ideia de que a música carrega em sua estrutura um poder de manipulação capaz de interferências e transformações individuais e sociais através dos mais variados tipos de cultura midiática.

A música possui um poder que ultrapassa os níveis de escuta e oralidade e, na atual era comunicacional, a linguagem musical não só participa das emoções e sentimentos do ser humano, mas devido ao seu sistema de significação rítmico-melódico e sua considerável força narrativa, exerce um poder de persuasão muito significativo para com o público ouvinte-receptor.

As pesquisas em semiótica sincrética podem, sem dúvida, corroborar para o desenvolvimento de análises profundas da significação em

relação a todo tipo de linguagem, não apenas a verbal, mas também a não-verbal, já que seu objeto é o *sentido*.

Conforme os estudos de D'Ávila (1999, p. 470), os elementos verbais e não-verbais da música possuem caráter *entonativo* e *intonativo*, salientando que este último é considerado “pivô narrativo do dinamismo do discurso, ao redor do qual gira todo um sistema de valores capaz de engendrar a significação pela manipulação”.

Na produção simultânea do sentido, podemos verificar alguns interferentes de estruturas semânticas e/ou sintáticas no objeto semiótico em análise. Estes serão interpretados como *ocasionais* ou de *atuação constante*. Neste último caso, a simultaneidade pode permitir que uma certa linguagem se faça presente como “figura de fundo” sem que possa intervir na resultante significativa do objeto em questão (D'ÁVILA, 1999, p.468).

Assim, segundo a pesquisadora, é importante que observemos o “*como do sentido*”; de que forma o som de determinada música, em determinados compassos e contextos rítmico-melódicos podem interferir ocasionalmente ou permanentemente no discurso verbal da mesma, ocorrendo uma alteração do “significado da linguagem verbal no conteúdo daquilo que foi dito, segundo a *maneira de dizer*”. (D'ÁVILA, 1999, p.469)

Se tomarmos a categoria de *primeiridade* em Peirce, veremos que a linguagem musical aí se insere como *ícone*, fruto da percepção humana, quando o ser humano abre as portas dos seus sentidos.

O canal auditivo é constantemente aberto, por isso abre espaço para que o som penetre em nichos do psiquê humano.

Segundo Plaza:

tomando o fonema como unidade mínima de material sonoro e fazendo um paralelo com a música, vemos que ambos, música e fonema, possuem uma estrutura tanto harmônica quanto melódica. A melodia é uma

sequência temporal de sons, já a harmonia é um feixe de sons simultâneos. Para efeitos de análise, tanto a fala quanto a música se revelam como um fluxo de sons dos quais é possível extrair tanto um acorde musical quanto um fonema (2001, p. 159).

Já, Greimas, entende o “entrar” no mundo dos sentidos como *efeito de sentido*. “Situado na instância da recepção, o efeito de sentido corresponde à semiose, ato situado no nível da enunciação e à sua manifestação que é o enunciado-discurso” (GREIMAS; COURTES, 1979, p. 137).

A música possui um caráter passional e produz efeitos de sentido. Segundo D’Ávila (1998, p. 461) a melodia, possuindo a qualidade do “tornar a ser”, “permanece na memória sensitiva quando sensitiva e cognitivamente elaborada, com coesão (sintaxe), coerência (semântica) e poética”.

Podemos tomar como exemplo a música “Pais e Filhos” (1988) da consagrada banda *pop rock* brasileira, Legião Urbana.

Mesmo após quase uma década da morte de Renato Russo (1996), autor da letra citada e considerado um dos fundadores do estilo *rock* no Brasil, os jovens ainda continuam cantando a música, cujas características verbais e não-verbais de suas estrofes, especialmente de seu refrão (“É preciso amar as pessoas como se não houvesse amanhã, porque se você parar pra pensar, na verdade não há”), são capazes de persuadir o ouvinte-enunciatário de forma que o mesmo busque seu objeto de persuasão através das mais diversas formas de cultura midiática, comprando e usufruindo seus produtos.

A pesquisa em música e semiótica torna-se ainda mais profunda e interessante quando percebemos que tanto a semiótica greimasiana quanto a peirceana contêm, cada uma em sua essência, elementos suficientemente capazes de colaborar para o estudo de análise musical, tanto em seu aspecto verbal quanto o não-verbal.

## MÚSICA E COMUNICAÇÃO

Seguindo a linha do “universal sem totalidade” encontra-se a música contemporânea.

Conforme Pierre Lévy (2001, p. 137), “universal pela difusão e de uma audição planetárias; sem totalidade, já que os estilos mundiais são múltiplos, em via de transformação e de renovação constantes”.

Podemos fazer um recorte dessa “mundialização cultural”, enfocando o *rock*, em especial o *pop rock* brasileiro, como forte marca de um dos estilos musicais de nossa civilização midiática pós-moderna.

Como produto de uma geração advinda do mundo tecnoindustrial onde capitalização e consumismo se misturam com arte, o *rock* exerceu transformações na cultura do homem, inserindo-se também como cultura midiática.

Desde 1957, quando o primeiro *rock made in Brazil* apareceu, “*Rock and roll em Copacabana*”, de Miguel Gustavo, as rádios brasileiras se aperceberam do que isso significaria em termos de receptividade e audiência do público ouvinte.

Sem dúvida nenhuma o *rock* brasileiro contribuiu sobremaneira para uma mídia mais voltada aos interesses dos jovens.

Contudo, mesmo no auge de seu aparecimento no país, beirando os anos 80, ainda existia nas pessoas um certo ar de marginalidade em relação ao *Brock*. O movimento *punk*, com seu jeito agressivo de usar os cabelos e se vestir, também contribuía para essa visão.

Mas a imprensa brasileira foi generosa. Em 1982, o SESC Pompéia lançou o *Festival Punk* de São Paulo, conhecido como *O Começo do Fim do Mundo*, show com as bandas Olho Seco, Ulster, Cólera, Extermínio, Anarkoólatras e Inocentes. Após o espetáculo, o público era convidado a assistir vídeos e prestigiar o lançamento do livro “*O que é punk*”, do jornalista Antônio Bivar, editado dentro da coleção *Primeiros Passos*, da Brasiliense.

E assim, fomentava-se a divulgação de muitas bandas roqueiras brasileiras. Entre elas, o Aborto Elétrico (mais tarde Legião Urbana e Capital Inicial), Blitz, Barão Vermelho, Plebe Rude, Paralamas do Sucesso, dentre as que mais se destacaram.

É evidente que a participação da mídia como elemento-chave de comunicação dessa nova vertente musical foi primordial para que a tendência *pop rock brasileira* se firmasse como estilo e moda, próprios do nosso país.



Segundo Dapieve (2000), a presença de pessoas influentes na mídia colaboraram para a difusão do *BRock*, dentre elas, o jornalista destaca: Ana Maria Bahiana, do jornal “O Globo” e da revista “Pipoca Moderna”, Jamari França, do “Jornal do Brasil” e Maurício Kubrusly, da revista “Som Três” e da rádio Excelsior FM, de São Paulo.

E o que dizer do papel da tecnologia em comunicação no que diz respeito à composição musical?

Nunca na história da vida humana, a arte pôde conhecer tantas técnicas que auxiliassem de forma rápida, eficiente e eficaz, seu poder criativo.

Lembremo-nos que arte e técnica não tinham conotações diferentes no passado como as têm hoje em dia.

O termo *arte*, em latim “ars artis”, traduzia o termo grego “têchnê”. Portanto, arte e técnica mantinham uma identidade que lhes eram inerentes.

No atual contexto de cultura midiática, a técnica na arte ou a arte na técnica retomam o antigo conceito e ganham nova roupagem.

Tomemos como exemplo a música *tecno*. Ela “está de acordo com o princípio de comunidade virtual, já que os acontecimentos musicais são muitas vezes produzidos durante festas *rave* e adquirem sentido em comunidades mais ou menos efêmeras de músicos ou *disc-jóqueis*” (LÉVY, 2001, p.142).

Isso sem falar nas formas híbridas de cultura artística nas quais incluem música, imagem, poesia e todo tipo de linguagem, amparadas pelo aparato tecnológico que os entrelaça.

O *video-clip* foi um dos precursores dessa vertente cultural, mas com o advento da era *high-tech*, cria-se uma visão inovadora no que diz respeito à comunicação musical entre indivíduos e comunidades.

Segundo Amaral:

As múltiplas relações entre música e imagem desenham-se nesse contexto de mudanças estéticas, sociais e culturais. A velocidade, a fragmentação, a cultura enquanto produto e a crescente informatização mudaram definitivamente o pensamento sobre a arte. Os *samplers*, estúdios, os

*softwares* de composição musical, enfim, todo o aparato digital à disposição dos sentidos e do bolso, facilitam a técnica e criam um novo paradigma na seleção auditiva e visual feita pelos sentidos. A ruptura entre o que se escutava antes e o que se ouve agora deu-se através das novas possibilidades técnicas relacionadas ao som (2002, p. 18).

Além das transformações tecnológicas causadoras de tantas mudanças em relação à criação musical, outro fator interessante é no que diz respeito aos estilos musicais.

Hoje existe uma espécie de “enxerto estilístico” inserido em grande parte das músicas nas quais ouvimos. Às vezes parece que estamos ouvindo um *pop rock* e de repente ele se transforma num *rap*, ou então é uma música lenta com batidas *tecno*.

A criação artística tem assimilado a ideia do todo num só, e estilos diversificados se unem numa espécie de “enxerto” musical. Porém, felizmente, nesse caso não existe a inclusão de um em detrimento de outro.

A modernidade requer a ubiquidade. A mídia tende a estar em todos os lugares, sem limites de espaços e tempos. A música inseriu-se nesse contexto com enorme facilidade, pois possui o mesmo caráter globalizante e transcultural.

## CONCLUSÃO

A Semiótica, enquanto ciência da significação e baseada num processo de ações sígnicas oferece subsídios suficientes para a compreensão da linguagem musical, seu poder persuasivo e manipulador, seus signos traduzidos em notas, ritmos, timbres, melodias, enfim, todos os elementos não-verbais e (ou) verbais que a compõe.

Igualmente, teóricos da Comunicação têm se empenhado em responder perguntas que a atual cibercultura estabelece para um público-receptor ainda em fase de adaptação às novas tendências tecnológicas.

A definição do papel da Música nesse novo contexto cultural faz-se necessária, uma vez que, trabalhando com o “universal sem totalidade”, poderá colaborar para futuros estudos em comunicação midiática, especialmente no que diz respeito às novas técnicas utilizadas para a composição de músicas e estilos.

Concluimos em nossas reflexões a respeito dos assuntos aqui tratados que ainda há um longo caminho a ser percorrido nos estudos sobre Comunicação e suas relações com outras teorias. Porém, para muito além da chegada, é esse caminhar da Ciência que a tornará cada vez mais interessante e fascinante.

FERNANDES, Maria Cristina Deziró. Communication, semiotics and music: dialogues and thoughts. *Avesso do Avesso*, Araçatuba, v.7, n.7, p. 27 – 38, outubro, 2009.

**Abstract:** This work intends to establish a dialogue among Communication, Semiotics and Music, observing their relations and some present studies about these subjects. Because of its essence, Communication has a close relation with the Language Science. It itself inserts perfectly in Semiotics studies because these one observe the levels of the signification, as verbal as nonverbal or syncretic texts, exercising an important function in Communication researches. On the other side, Music represents a considerable function among the Means of Communication, especially in relation to the way of expressing the content and expression of the lyrics, melodies and rhythms. In this way, we intend to suscite a brief reflection about the three subjects.

**Key words:** Communication. Semiotics. Music.

## REFERÊNCIAS

- AMARAL, Adriana. Rock e imaginário: as relações imagético-sonoras na atualidade. **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 18, p. 34-42, agosto 2002.
- BERTRAND, Denis. **Caminhos da semiótica literária**. São Paulo: EDUSC, 2003.
- DAPIEVE, Arthur Brock. **O rock brasileiro dos anos 80**. 3. ed. São Paulo: Editora 34, 2000.
- D'ÁVILA, N. R. Semiótica musical e sincrética no marketing. In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPOLL, 11., 1997, Campinas. **Anais...** Campinas: UNICAMP, 1998. p. 461-466.
- D'ÁVILA, N. R. Semiótica e marketing – Brahma: a manipulação através da síncope nas linguagens: verbal, musical e imagética. In: CONGRESSO NACIONAL DE LINGÜÍSTICA E FILOLOGIA, 2, 1999. **Resumos...** Rio de Janeiro: Dialogarts, CIFEFIL – UFRJ, 1999, p. 468 – 480.
- DUCROT, O.; TODOROV, Tzvetan. **Dicionário enciclopédico das ciências da linguagem**. 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 2001.
- GREIMAS, A. J.; COURTÉS, J. **Dicionário de semiótica**. São Paulo: Cultrix, 1979.
- LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2001.
- MARTINEZ, José Luiz. O que é semiótica da música? São Paulo, ago. 2002. **Seção Rede Interdisciplinar de Semiótica da Música**. Disponível em: <<http://www.pucsp.br/~cos-puc/rism/oqesemus.htm>>. Acesso em: 24 ago. 2002.
- MORAES, D. de. (Org.). **Por uma outra comunicação**. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- PEIRCE, C.S. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1999.
- PLAZA, Júlio. **Tradução intersemiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2001.
- RODRIGUES, A. D. **Comunicação e cultura, a experiência cultural na era da informação**. 2. ed. Lisboa: Editorial Presença, 1999.