

Signos

SIGNOS é uma publicação coordenada pelos Cursos de Letras e Comunicação Social, do Centro de Ciências Humanas e Jurídicas, do Centro Universitário UNIVATES, mantida pela Fundação Vale do Taquari de Educação e Desenvolvimento Social - FUVATES. Seu objetivo é propiciar reflexões concernentes ao campo da linguagem: língua, literatura e comunicação.

Conselho Editorial

Antônio Teixeira de Barros (UNICEUB)

Flávio Vinicius Cauduro (PUCRS)

Ione M. G. Bentz (UNISINOS)

Laurindo Dalpian (UNIFRA)

Maria Carminda Bernardes Silvestre (ESTG Instituto Politécnico de Leiria)

Pedro de Souza (UFSC)

Philippe Joron (UNIV. PAUL-VARÉRY MONTPELLIER III)

Ricardo Vieira. (ESE Instituto Superior Politécnico de Leiria)

Sigrid Castro Cavavvi (UFF)

Valdir José Morigi (UFRGS)

Vera Teixeira de Aguiar (PUCRS)

Conselho Executivo

Benilde Cecconello Parizotto (Coord.)

Elizete Kreutz

Rosane Cardoso

ISSN 1413-0416

SIGNOS	Lajeado	ano 28	n. 1	Jun. 2007
--------	---------	--------	------	-----------



CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIVATES

Reitor: Prof. Ney José Lazzari

Pró-Reitor de Ensino: Prof. Carlos Candido da Silva Cyrne

Pró-Reitora de Pesquisa, Extensão e Pós-Graduação: Prof^ª. Simone Stülp

Pró-Reitor Administrativo: Prof. Oto Roberto Moerschbaecher

Pró-Reitor de Desenvolvimento Institucional: Prof. João Carlos Britto

Ficha catalográfica

SIGNOS / Centro Universitário UNIVATES. – Ano 1 (1975) -, – Lajeado, RS : UNIVATES, (1975).

Ano 28, n. 1, 2007.

Semestral

ISSN 1413-0416

1. Lingüística 2. Linguagem 3. Literatura 4. Leitura 5. Comunicação - Ensino I.
UNIVATES -Centro Universitário.

CDU 8

Catlogação na fonte. Biblioteca

Central UNIVATES.



Coordenação da UNIVATES Editora: Ivete Maria Hammes

Editoração e capa: Paulo Alexandre Fritsch e Mirtô Beatriz Vilanova Gonçalves

Revisão: Veranice Zen

UNIVATES Editora

Av. Avelino Tallini, 171 - Cx. Postal 155

CEP 95900-000 - Lajeado - RS

Fone: (51) 3714-7024 - Fax: (51) 3714-7000

Web: www.univates.br E-mail: editora@univates.br

Os artigos assinados são de exclusiva responsabilidade dos autores.

Tiragem: 300 exemplares

©: Fundação Vale do Taquari de Educação e Desenvolvimento Social - FUVATES

APRESENTAÇÃO

Neste ano em que comemoramos o bicentenário da Imprensa Brasileira, a Revista Signos alia-se aos esforços da Rede Alfredo de Carvalho, a Rede Alcar, apresentando textos que resgatam a história de nossa imprensa e outros que nos levam a refletir sobre o seu futuro ao discutir as novas mídias e novos comportamentos.

Antonio Holhfeldt e Fábio Rausch apresentam o Jornal A Federação (,) [como] **o difusor da propaganda republicana gaúcha**, uma “prática publicística remonta às primeiras experiências desenvolvidas pelo jornalismo inglês e o francês, no século XVIII”. Os investimentos da Univates na preservação da memória da imprensa do Vale do Taquari/RS e na recuperação do acervo centenário, proporcionou a realização da pesquisa **Reconstrução da História da Publicidade veiculada no Jornal O Taquaryense, no período de 1900 a 1909**, cujos resultados são apresentados pelos pesquisadores Elizete de Azevedo Kreutz, Diana Wagner e Leonel Von Mühlen. Muitos questionamentos gravitam sobre o tema comunicação e imprensa, entre eles quais são as características da comunicação popular? Beatriz Dornelles atualiza esta discussão através de seu texto **Divergências conceituais em torno da comunicação popular e comunitária na América Latina**.

Ainda no campo publicitário, em seu texto **Dimensões e desafios do fazer publicitário: um olhar sociocultural**, a professora Lúcia Backes discute “o fazer publicitário como uma forma de comunicação com a finalidade de tornar público, produtos e serviços”, dinamizando a economia e, por consequência, promovendo o desenvolvimento social e cultural.

Durand (1999) afirma que a maturação lenta do homem permite que o meio social para a construção do imaginário. Neste sentido, as discussões apresentadas por Flávio Meurer, através de seu artigo **A espontaneidade em programas infantis: um outro olhar a partir das teorias de Peirce e Goffman**, é pertinente, assim como **Los antecedentes**

literarios de la virtualidad: sueño, locura e imaginación como palcos de lo real, discutidos por Marcelo Sabbatini e Betania Maciel, que nos introduz às novas tecnologias e mudam a forma como percebemos o mundo e interagimos com ele. **Flexibilidade da identidade visual do Google: um estudo de caso para o fortalecimento da comunicação das marcas com o novo consumidor**, de Luiz Gonçalves, reflete este novo comportamento.

Aos leitores desejamos que estes artigos estimulem o seu pensar sobre a comunicação. Aos autores, nossos agradecimentos pela valiosa contribuição. E aos demais colaboradores, pareceristas e membros dos conselhos editorial e executivo, agradecemos pela dedicação que torna possível a existência da Signos, em especial, aos novos membros do Conselho Editorial, professora Maria Carminda Bernardes Silvestre do ESTG Instituto Politécnico de Leiria – Portugal, professor Philippe Joron da Universidade de Paul-Varéry Montpellier III – França, professor Ricardo Vieira do ESE Instituto Superior Politécnico de Leiria – Portugal e professor Rogério José Schuck do Centro de Ciências Humanas e Jurídicas da UNIVATES. Boa leitura a todos.

*Benilde Cecconello Parizotto e Elizete Kreutz
Membros do Conselho Executivo da Revista*

SUMÁRIO

- JORNAL A FEDERAÇÃO, O DIFUSOR DA PROPAGANDA REPUBLICANA
GAÚCHA 7
Fábio Rausch e Antonio Hohlfeldt
- RECONSTRUÇÃO DA HISTÓRIA DA PUBLICIDADE VEICULADA NO JORNAL
O TAQUARYENSE, NO PERÍODO DE 1900 A 1909 23
Elizete de Azevedo Kreutz, Diana Wagner e Leonel Von Mühlen
- DIVERGÊNCIAS CONCEITUAIS EM TORNO DA COMUNICAÇÃO
LATINOPOPULAR E COMUNITÁRIA NA AMÉRICA LATINA 45
Beatriz Dornelles
- A ESPONTANEIDADE EM PROGRAMAS INFANTIS: UM OUTRO OLHAR A
PARTIR DAS TEORIAS DE PEIRCE E GOFFMAN 61
Flávio Roberto Meurer
- DIMENSÕES E DESAFIOS DO FAZER PUBLICITÁRIO: UM OLHAR
SOCIOCULTURAL 71
Lúcia Jacinta da Silva Backes
- LOS ANTECEDENTES LITERARIOS DE LA VIRTUALIDAD: SUEÑO, LOCURA
E IMAGINACIÓN COMO PALCOS DE LO REAL 83
Marcelo Sabbatini e Betania Maciel

FLEXIBILIDADE DA IDENTIDADE VISUAL DO GOOGLE: UM ESTUDO DE
CASO PARA O FORTALECIMENTO DA COMUNICAÇÃO DAS MARCAS COM
O NOVO CONSUMIDOR 97

Luiz Gonçalves Campos

AOS COLABORADORES DA SIGNOS 111