



Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Centro de Educação e Humanidades

Instituto de Letras

Kátia Regina Rebello da Costa

**O ser negro à vista: construção verbo-visual
do negro na propaganda impressa**

Rio de Janeiro

2010

Kátia Regina Rebello da Costa

**O ser negro à vista: construção verbo-visual
do negro na propaganda impressa**

Tese apresentada como requisito para obtenção do título de Doutor, ao Programa de Pós-Graduação em Letras, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Língua Portuguesa.

Orientadora: Prof^a Dr^a Darcília Marindir Simões

Rio de Janeiro

2010

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ/REDE SIRIUS/CEHB

C837	<p>Costa, Kátia Regina Rebello da O ser negro à vista : construção verbo-visual do negro na propaganda impresa / Kátia Regina Rebello da Costa. – 2010. 311 f.</p> <p>Orientadora : Darcilia Marindir Simões. Tese (doutorado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Instituto de Letras.</p> <p>1. Semiótica - Teses. 2. Negros na comunicação de massa - Teses. 3. Comunicação visual - Teses. 4. Comunicação escrita - Teses. 5. Propaganda – Teses. 6. Periódicos – Teses. 7. Sinais e símbolos – Tese. 8. Influência social – Teses. 9. Simbolismo na comunicação – Teses. 10. Língua portuguesa – Estudo e ensino – Teses. I. Simões, Darcilia. II. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Instituto de Letras. III. Título.</p> <p>CDU 003:659.131.73(=96)</p>
------	--

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta tese desde
que citada a fonte

Assinatura

Data

Kátia Regina Rebello da Costa

**O ser negro à vista: construção verbo-visual
do negro na propaganda impressa**

Tese apresentada como requisito para obtenção do título de Doutor, ao Programa de Pós-Graduação em Letras, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Língua Portuguesa.

Aprovada em 24 de novembro de 2010.

Banca Examinadora:

Prof^a Dr^a Darcilia Marindir Simões (Orientadora)
Instituto de Letras da UERJ

Prof^a Dr^a Lucy Carlinda da Rocha Niemeyer
Escola Superior de Desenho Industrial da UERJ

Prof. Dr. André Crim Valente
Instituto de Letras da UERJ

Prof^a Dr^a Tania Mara Pedroso Müller
Faculdade de Educação da UFF

Prof. Dr. Roberto Carlos da Silva Borges
Centro Federal de Educação Tecnológica do CEFET/RJ

Rio de Janeiro

2010

DEDICATÓRIA

**A todos aqueles que, com força e sensibilidade,
imprimem sua marca na história do mundo.**

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Ivete e Cidmar, por terem me ofertado a vida, me orientado para o caminho da coerência e me impulsionado, com sua energia firme, para a conclusão desta produção;

À minha orientadora, Prof^a Dr^a Darcília Marindir Simões, por ter, com sua natureza e atitude enfática e vigorosa, me impulsionado a redigir este trabalho;

Ao Prof. Dr. André Crim Valente, por ter me acompanhado e ter, com palavras e ações, permitido que eu transpusesse obstáculos – o que foi decisivo para a execução e o término desta pesquisa e do curso de Doutorado em Letras;

A meus alunos do curso de pós-graduação *lato sensu* em Relações Etnicorraciais e Educação, turma 2009, do CEFET-RJ, por terem despertado em mim o desejo de investigar o tema desenvolvido nesta tese;

Ao antes, colega de trabalho, e agora, amigo, Roberto Borges, por ter me apresentado um tema sobre o qual eu até então não havia refletido – que delineou esta tese -, por ter depositado em mim confiança, pela parceria e pela sensibilidade;

À Prof^a Dr^a Tania Mara Pedroso Müller, que, com preciosas palavras, me apresentou ao mundo da objetividade, além de ter me disponibilizado parte do material que compôs o *corpus* desta pesquisa;

À Prof^a Dr^a Lucy Carlinda da Rocha Niemeyer, cujas observações, no exame de qualificação, constituíram norte para o prosseguimento das investigações;

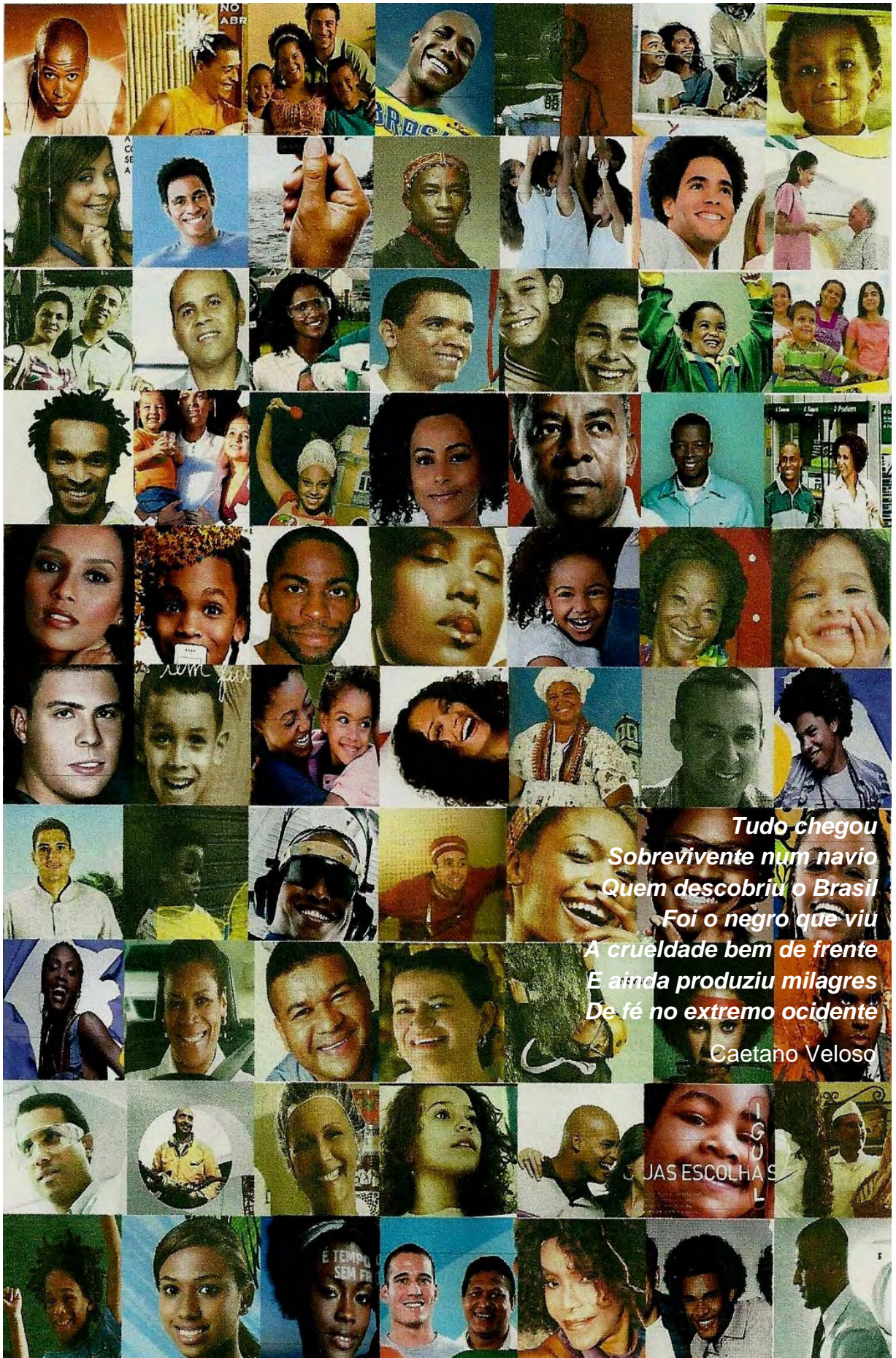
À Prof^a Dr^a Vânia Lucia Dutra, minha orientadora, na pós-graduação *lato sensu* em Língua Portuguesa, por ter contribuído, ainda em 2000-2001, para o meu retorno ao mundo acadêmico;

Aos meus queridos amigos Carlos Henrique Martins, Cecília Maria Lopes Puga, Maria de Fátima Fernandes Bispo e Lucia Deborah Araújo, companheiros de caminhos, inquietações, dissabores e sabores, por me doarem sua – tão rara, nos tempos vividos – amizade;

Aos meus parceiros de trabalho – e amigos –, em especial às professoras Neiva Pimenta, da ETEJK e Fátima Oliveira, do CEFET/RJ, que me emprestaram seu olhar, sua voz, seu gesto carinhosos, determinantes para minha ação profissional – e, por conseguinte, para a elaboração deste texto;

A todos os alunos destes vinte e cinco anos de percurso pela educação, tanto os da ETE Juscelino Kubitschek, como os do CEFET/RJ (incluídos aí os da UNED Nova Iguaçu), com os quais pude aprender a ser um pouco mais humana – e, conseqüentemente, pude não ficar indiferente ao debate sobre as questões humanas, como as que encerram esta tese;

A todos os meus irmãos e parceiros, seres da natureza, que me acompanharam – e me acompanham – ao longo da minha vida, sem cuja pureza e simplicidade eu jamais poderia redigir estas palavras.



*Tudo chegou
Sobrevivente num navio
Quem descobriu o Brasil
Foi o negro que viu
A crueldade bem de frente
E ainda produziu milagres
De fé no extremo ocidente
Caetano Veloso*

IGUAL
AS ESCOLHAS

RESUMO

COSTA, Kátia Regina Rebello da. *O ser negro à vista: construção verbo-visual do negro na propaganda impressa*. 2010. 311 f. Tese (Doutorado em Língua Portuguesa) – Instituto de Letras, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2010.

Esta tese destina-se a desenvolver estudo semiótico de propagandas impressas em que a pessoa negra é posta em presença. Investiga-se como a propaganda veiculada em revista, mediante seleção e combinação sígnicas, efetiva a construção da imagem verbo-visual do negro, tendo em vista o produto anunciado e os projetos comunicativos do enunciador e, assim, como finda por ratificar ou (re)elaborar significados sociais acerca desse sujeito. Pautando-se na Semiótica de Charles Sanders Peirce e tendo por suporte, fundamentalmente, a Teoria da Iconicidade Verbal de Simões (2009), a pesquisa aborda todos os signos verbais e não verbais em diálogo, como dotados de potencial icônico, não só revelador dos projetos de texto, como também ativador de interpretações/leituras e, ainda, delineador de sentidos, posteriormente cristalizados e convertidos em significados imanentes aos signos e aos objetos reportados. Por ter, como material constitutivo do *corpus*, textos elaborados em linguagem mista, a pesquisa propõe a aplicação da Teoria da Iconicidade Verbal ao universo dos signos *lato sensu*. O debate apresenta o texto de propaganda como excelente material, não só para implementar os estudos de História e Cultura Afro-brasileiras, como prevê a Lei 10.639/03, como também para subsidiar o ensino de língua portuguesa, com ênfase para os estudos sobre leitura e produção textual, para que se forme sujeito dotado de habilidades que lhe permitam reconhecer no verbal e no não verbal a revelação e a geração de sentidos sociais.

Palavras-chave: Semiótica. Iconicidade. Propaganda. Negro. Leitura. Ensino.

ABSTRACT

This thesis is destined to develop the semiotics study of the printed advertisement where the black person is placed in presence. It is investigated as the advertising propagated in magazine, by means of election and meaning combination of signs accomplishes the construction of verbal/visual black's image, in the announced product's view and the communicative annunciator's projects; and, thus, how it terminates for ratifying or elaborating or (re) elaborate social meanings about that being. Basing on the Semiotics of Charles Sanders Peirce and having for support, basically, the Theory of the Verbal Iconicidade of Simões (2009), the research approaches all the verbal signs and the no verbal ones in dialogue, as endowed with iconic potential, not only discloser of the text's projects, as well as activator of interpretations/readings and, yet, delineator of feelings, subsequently crystallized and converted into intrinsic meanings to the signs and to the reported objects. For having, as material constituent of the corpus, texts elaborated in mixing language, the research proposes the application of the Iconicity Verbal to the universe of the signs *lato sensu*. The discussion presents the advertisement text as excellent material not only to implement the studies of History and Culture Afro-Brazilians, as she foresees Law 10,639/03, as well as to assist the study of the Portuguese language, expressively for the studies of reading and textual production, in order to mould a being endowed with abilities that allow him to recognize in the verbal and in the no verbal, the revelation and the generation of the social feelings.

Keywords: Semiotics. Iconicity. Advertisement. Black. Reading. Education.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Portal da revista Raça Brasil na Internet	33
Figura 2 - Época 593	36
Figura 3 - Vista do Rossio do Rio de Janeiro, (atual Praça Tiradentes), com o pelourinho ainda erguido. Pintura de Debret (1834)	36
Figura 4 - Época 574	41
Figura 5 - Veja 2099	45
Figura 6 - Triângulo semiótico de Ogden & Richards	49
Figura 7 - Geração infinita de interpretantes	50
Figura 8 - Época 588	51
Figura 9 - Triângulo semiótico e seus dois objetos	53
Figura 10 - A semiose e a geração infinita de interpretantes	55
Figura 11 - Quadro das classes de signos de Peirce	59
Figura 12 - Época 579	62
Figura 13 - Época 584	64
Figura 14 - Época 593	65
Figura 15 - Época 600	66
Figura 16 - Época 572	66
Figura 17 - Época 578	66
Figura 18 - Época 595	68
Figura 19 - Época 601	69
Figura 20 - Veja 2138	71
Figura 21 - Época 603	71
Figura 22 - Veja 2124	76
Figura 23 - Época 588	77
Figura 24 - Época 592	79
Figura 25 - Época 600	79
Figura 26 - A refração de realidades, fruto da semiose	80
Figura 27 - Primeira página do <i>Jornal Correio da Manhã</i> , publicação de novembro de 1910	88
Figura 28 - Época 600	92
Figura 29 - Época 599	93
Figura 30 - Veja 2145	102

Figura 31 - Época 588	110
Figura 32 - Capa e contracapa do CD <i>Do cóccix até o pescoço</i> (2002), de Elza Soares	116
Figura 33 - Época 588	120
Figura 34 - Veja 2130	120
Figura 35 - Época 562	123
Figura 36 - Época 593	124
Figura 37 - Veja 2112	125
Figura 38 - Época 593	126 - 128
Figura 39 - Época 600	130
Figura 40 - Época 593	132
Figura 41 - Veja 2125	134
Figura 42 - Veja 2112	135
Figura 43 - A refração de realidades pela propaganda	137
Figura 44 - Época 598	139
Figura 45 - Veja 2144 e Época 604	141
Figura 46 - Época 606	143
Figura 47 - Época 603	144
Figura 48 - Quadro de peças contadas	150
Figura 49 - Presença de pessoas negras em relação a todas contadas no <i>corpus</i>	151
Figura 50 - Presença de pessoas negras nas propagandas com arranjo multirracial	151
Figura 51 - Época 579	155
Figura 52 - Veja 2105 e Época 567	157
Figura 53 - Época 572	158
Figura 54 - Veja 2112 e Época 572	160
Figura 55 - Época 593	161
Figura 56 - Época 572	163
Figura 57 - Época 606	165
Figura 58 - Época 585	166
Figura 59 - Época 586	167
Figura 60 - Veja 2110	168
Figura 61 - Veja 2111 e Época 571	169

Figura 62 - Veja 2141	171
Figura 63 - Época 606	171
Figura 64 - Época 566	173
Figura 65 - Veja 2114	191
Figura 66 - Veja 2104	193
Figura 67 - Época 570, 571 e Veja 2109	177
Figura 68 - Veja 2118	179
Figura 69 - Veja 2098	181
Figura 70 - Época 582	182
Figura 71 - Época 593	183
Figura 72 - Época 562	185
Figura 73 - Época 597	186
Figura 74 - Época 566	188
Figura 75 - Veja 2132	189
Figura 76 - Veja 2115	190
Figura 77 - Veja 2112	192
Figura 78 - Época 593	193
Figura 79 - Época 601	194
Figura 80 -Veja 2143	196
Figura 81 - Época 602 e Veja 2143	197
Figura 82 - Veja 2098	199
Figura 83 - Época 575	201 – 202
Figura 84 - Época 595	203
Figura 85 - Época 588	204
Figura 86 - Época 588	205
Figura 87 - Veja 2127	206
Figura 88 - Época 589	207
Figura 89 - Época 592	208
Figura 90 - Veja 2138	209
Figura 91 - Veja 2145	210
Figura 92 - Época 591	211
Figura 93 - Veja 2125	212
Figura 94 - Época 558	213
Figura 95 - Época 603	214

Figura 96 - Época 567	215
Figura 97 - Época 603	216
Figura 98 - Veja 2105	217
Figura 99 - Época 588	217
Figura 10 - Veja 2134	218
Figura 101 - Época 576	219
Figura 102 - Época 606	220
Figura 103 - Época 590	221
Figura 104 - Época 587	222
Figura 105 - Época 606	223
Figura 106 - O processo comunicativo e a geração de imagens mentais	224
Figura 107 - O processo comunicativo, a produção textual e a produção de leitura(s)	225
Figura 108 - Época 556	227
Figura 109 - Veja 2121	228
Figura 110 - Época 576	229
Figura 111 - Época 567	230
Figura 112 - Veja 2095	231
Figura 113 - Época 593	232
Figura 114 - Época 566	232
Figura 115 - Época 582	233
Figura 116 - Época 583	233
Figura 117 - Época 567	236
Figura 118 - Época 576	237
Figura 119 - Veja 2104	238
Figura 120 - Época 575	239
Figura 121 - Veja 2107 e Época 568	240
Figura 122 - Época 582	241
Figura 123 - Época 2094	247
Figura 124 - Época 595	248
Figura 125 - Veja 2100	249
Figura 126 - Época 566	250
Figura 127 - Veja 2098	251
Figura 128 - Veja 2112	252

Figura 129 - Veja 2144	253
Figura 130 - Veja 2116 e Época 578	254
Figura 131 - Veja 2115	254
Figura 132 - Veja 2145	255
Figura 133 - Época 601	255
Figura 134 - Época 576	263
Figura 135 - Época 592	264
Figura 136 - Época 593	264
Figura 137 - Época 604	265
Figura 138 - Época 604	266
Figura 139 - Veja 2143	266
Figura 140 - Época 602	267
Figura 141 - Veja 2115	272
Figura 142 - Veja 2133	273
Figura 143 - Veja 2141	274
Figura 144 - Veja 2144	275
Figura 145 - Veja 2100	276
Figura 146 - Época 593	277
Figura 147 - Época 572	285
Figura 148 - Caras, dez/2002	287
Figura 149 - Época 599	288

SUMÁRIO

	PALAVRAS INICIAIS	17
1	SEMIÓTICA: A MARCA DO UNIVERSO	30
1.1	O signo	33
1.1.1	<u>O ser do signo: fundador da experiência humana</u>	34
1.1.1.1	Sobre coisas, objetos e o universo da experiência	37
1.1.1.2	De objetos e de signos	38
1.1.2	<u>O pensamento traduzido em signos</u>	40
1.2	As categorias fenomenológicas de Peirce	42
1.2.1	<u>Primeiridade</u>	44
1.2.2	<u>Secundidade</u>	45
1.2.3	<u>Terceiridade</u>	46
1.2.4	<u>Primeiro, Segundo, Terceiro: em síntese, o signo</u>	48
1.3	Triadicidade original do signo	49
1.3.1	<u>O objeto são dois</u>	51
1.3.2	<u>O interpretante são três</u>	53
1.4	Os signos em classes	56
1.4.1	<u>As tricotomias</u>	57
1.4.1.1	Primeira tricotomia: o signo em relação a seu <i>representâmen</i>	57
1.4.1.2	Segunda tricotomia: o signo em relação a seu objeto dinâmico	57
1.4.1.3	Terceira tricotomia: o signo em relação a seu interpretante	57
1.4.1.4	Sobre as tricotomias	58
1.4.2	<u>O signo na relação com o seu objeto dinâmico</u>	60
1.4.2.1	O ícone	60
1.4.2.2	O índice	67

1.4.2.3	O símbolo	69
2	SIGNO: MATERIALIDADE DO MUNDO SEMIÓTICO	73
2.1	Signo, compreensão, consciência	81
2.2	O signo simbólico: sentidos, significados, memória	83
2.2.1	<u>Dos sentidos aos significados</u>	84
2.3	Linguagem: entre o espelho e o redesenho	95
3	TEXTO: A SEMIÓTICA COMO MARCA	97
3.1	Texto: transmutação sígnica	97
3.1.1	<u>Leitura: o <i>retecer</i> do tecido</u>	99
3.2	Texto, imagem: texto-imagem	100
3.2.1	<u>A imagem como matéria</u>	101
3.2.2	<u>Palavra, palavra-imagem</u>	105
3.2.3	<u>A iconicidade na linguagem verbal</u>	108
3.2.3.1	A Teoria da Iconicidade Verbal de Simões	111
4	PROPAGANDA: TECIDO SEMIÓTICO DE MARCAS.....	121
4.1	Propaganda e publicidade	121
4.2	Propaganda: signo de manipulação de carências	131
4.3	Propaganda: um pouco sobre o diagrama do texto	138
4.4	A transferência de significados e a semantização	141
5	O VERBAL E O VISUAL NA CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DO NEGRO NA PROPAGANDA IMPRESSA	146
5.1	Percurso metodológico: breve explanação	146
5.2	Ser negro: ser (ainda) (in)visível	149
5.3	Entraçamento de signos: isotopias marcadas	151
5.3.1	<u>O ser negro: marcas isotópicas</u>	152
5.3.1.1	O ser negro: um assistido à vista	154

5.3.1.2	O ser negro: um autônomo (?) à vista	172
5.3.1.3	O ser negro: um trabalhador à vista	184
5.3.1.4	O ser negro: um célebre e vigoroso à vista	195
5.3.2	<u>País, Brasil: marca, pluralidade (?)</u>	199
5.4	Os signos desenham o ser negro: estudo da iconicidade	
	verbo-visual	223
5.4.1	<u>Signos demarcam: ser negro assistido à vista</u>	225
5.4.2	<u>Signos demarcam: ser negro autônomo (?) à vista</u>	246
5.4.3	<u>Signos demarcam: ser negro trabalhador à vista</u>	262
5.4.4	<u>Signos demarcam: ser negro célebre e vigoroso à vista</u>	271
6	PALAVRAS (POR ORA) FINAIS	283
	REFERÊNCIAS	296
	ANEXO A – Negro Constitui Mercado Expressivo	303
	ANEXO B – O Dono da África	306

PALAVRAS INICIAIS

Ser negro: corpo marcado

Descendo sobre este montículo de lama e não tendo maiores noções a respeito do homem, como este não tem a respeito dos habitantes de Marte ou de Júpiter, desembarco às margens do oceano, no país da Cafraria, e começo a procurar *um homem*. Vejo macacos, elefantes e negros. (VOLTAIRE, 1978, p. 62)

Assim Jean Marie Arouet, o conde de Voltaire, expõe, em seu *Tratado de Metafísica*, as impressões que um viajante extraterrestre teria, quando se visse diante do primeiro humano. Na ilustração – parte de suas reflexões acerca do que seja *o homem* –, o iluminista pretende discorrer sobre o comportamento de vários seres animais, a fim de estabelecer uma identidade para a *natureza humana* – uma das grandes preocupações do *Século das Luzes*, encontrada em textos de pensadores como Diderot, que redige, em sua *Enciclopédie*, o verbete *homem* (SANTOS, 2005).

Prosseguindo em seu estudo, o viajante observa o comportamento das várias espécies de *bestas* encontradas e considera que o negro apresenta pequeno grau de superioridade frente aos outros animais, dotados de razão imperfeita. Conclui, dessa forma, que o negro é o homem e o descreve como:

[...] um animal preto, que possui lâ sobre a cabeça, caminha por duas patas, é quase tão destro quanto um símio, é menos forte do que os outros animais de seu tamanho, provido de um pouco mais de ideias do que eles e dotado de maior facilidade de expressão. Ademais, está submetido igualmente às mesmas necessidades que os outros, nascendo, vivendo e morrendo exatamente como eles. (VOLTAIRE, *idem*)

Embora Voltaire se valha de metáforas equivalentes para referir-se ao *homem amarelo*, achado em outra etapa da viagem (com *crinas negras*), e esse recurso linguístico se justifique, tendo em vista o método e o objeto de análise – levantar as peculiaridades dos espécimes animais –, ele não faz o mesmo ao reportar-se aos indivíduos descobertos em Goa e na Batávia – *brancos com cabelos louros* (grifo da autora).

A construção textual da narrativa de Voltaire – conquanto haja que se levarem em consideração suas intenções comunicativas, o contexto de produção e mesmo o fato de estar-se diante de uma tradução – merece atenção. Por que, por exemplo, o item *negro* integra sintagma, junto com *elefantes* e *macacos*? O que leva o filósofo a

pôr o negro em posição de desvantagem, em relação a um primata (*quase tão destro quanto um símio*) ou aos demais animais (*menos forte do que os outros animais do seu tamanho*), ainda que *provido de um pouco mais de ideias*? O ilustrado parece traduzir, de fato, concepção de *negro* que atravessa boa parte da história da humanidade.

Segundo Cohen, citado por Santos (2005), a noção de *negro* como *cor*, nas línguas indo-europeias, em todos os tempos, associa-se a valores negativos: se, em grego, “o negro sugere uma mácula tanto moral quanto física”, em romano, “o negro é signo de morte e de corrupção enquanto o branco representa a vida e a pureza” (p. 39). Esses traços semânticos se acham registrados nos dicionários gerais que, ao fazerem incursão etimológica e ao listarem sinônimos possíveis, explicitam as ideias de *negro* como *sombrio*, *tenebroso*, *malvado* e *sujo* (HOUAISS, *s.u.*; AURÉLIO, *s.u.*), por exemplo. Os dicionários, nessa medida, manifestam os usos sociais, que se converteram em significados imanentes aos signos.

Assim, é possível encontrar, no discurso de humanistas, construído após contacto com os povos recém-descobertos (ameríndios e diversos grupos de negros africanos), a tese de que esses seres seriam *bestas* não descendentes de Adão – e, portanto, passíveis da aplicação de *legítimas violências*, como a escravização (MUNANGA, 2005). Características biológicas inerentes à raça negra, fenotipicamente marcadas, determinariam a inferioridade do ser negro: dotado de pouco raciocínio lógico, com *inabilidade nata* para a civilização, sem contar o caráter *profano* de suas crenças religiosas e sua identidade *viciosa* – *amantes do tabaco, da cachaça e do sexo*. Características intelectuais, sociais e morais, portanto, aludiriam à inferioridade do negro e à necessidade de mantê-lo servil e disciplinado (SANTOS, 2005). Como reitera Munanga (*idem*), “a invenção da ideia do negro como um coletivo humano inferior” (p. 11) se estabelece, portanto, de modo efetivo, com a constituição do conceito de *raça* – delineado ao sabor das Luzes.

Mas, afinal, que conceito de raça é esse, que impregna o ser negro de significados tais, que justificam sua subordinação social e, mais do que isso, o aviltamento de seu corpo e o extermínio de populações inteiras?

Raça: conceito de marca

Os dicionários gerais registram significados atinentes a usos, ou seja, a sentidos cunhados nas práticas sociais – usos esses que, dados os movimentos de

memória e de esquecimento (Pêcheux, 1996), cristalizam-se e se convertem em evidências atreladas às palavras. Assim é que, nessas publicações, o vocábulo “raça” é referido como conjunto de indivíduos identificados quer por traços somáticos hereditários afins, quer por especificidades socioculturais, manifestas em língua, religião e costumes comuns. Essas duas descrições – a primeira nascida no âmbito das ciências naturais e a segunda, pertencente ao domínio da etnologia – correspondem a distintas apreensões da palavra, feitas pelos sujeitos, em sua historicidade.

O conceito de *raça*, segundo Hall (2003), “é uma construção política e social”, ou seja, “a categoria discursiva em torno da qual se organiza um sistema de poder socioeconômico, de exploração e exclusão [...]” (p. 66). Pautando-se em diferenças genéticas, “‘materializadas’ e ‘lidas’ nos significantes corporais visíveis e facilmente reconhecíveis” (p. 67), a noção de *raça*, assim estabelecida, justifica a hierarquização de grupos e promove a dominação de uns sobre outros.

Imbuído do propósito de expor o modo como se construiu socialmente tal conceito, Kabenguele Munanga, em artigo intitulado “Uma Abordagem Conceitual dos Conceitos de Raça, Racismo, Identidade e Etnia”¹ (2004), lembra que é no século XV, com a descoberta de ameríndios, negros e melanésios, que o europeu sai em busca de subsídios para (re)elaborar as noções de homem e de humanidade. Após ter-se alimentado (até o século XVII) no texto das *Sagradas Escrituras*², o homem ocidental vai encontrar, nas ciências naturais (século XVIII), subsídio para a construção de sua tese. Apropria-se do conceito de *raça*, já existente para distribuir os seres vivos em categorias, e estabelece critérios, com base nas ideias de *semelhança* e de *diferença*, para explicar, cientificamente, a variabilidade humana.

Assim, os naturalistas do Século das Luzes tomam, como critério fundamental a distinguir as *raças*, a cor da pele, resultante do menor ou do maior grau de concentração de melanina, e dividem a espécie humana em três grandes grupos ou *raças*: a branca, a amarela e a negra – divisão essa que se mantém, até hoje, na terminologia científica.

A esse critério, cientificamente discutível – “já que menos de 1% dos genes que constituem o patrimônio genético de um indivíduo são implicados na

¹ O artigo referido, em diálogo com Hall (2003) e Sovic (2003) constitui suporte para as considerações aqui arroladas.

² Para maiores informações sobre o assunto, leiam-se as considerações de Borges (2007).

transmissão da cor da pele, dos olhos e cabelos” (idem, p. 18) –, somam-se mais dois: o morfológico (século XIX), que diz respeito às formas do nariz, do crânio, dos lábios, do queixo e à angularidade facial; e o químico (século XX), que se refere a traços da composição sanguínea dos indivíduos; e, por conseguinte, chega-se ao estabelecimento de inúmeras raças e sub-raças. Como cada um desses critérios finda por ser invalidado pelo próprio desenvolver das pesquisas científicas³, os estudiosos do universo da biologia chegam à conclusão de que o conceito de *raça* é cientificamente inoperante.

Segundo Munanga, o grande problema nasce em decorrência de os naturalistas dos séculos XVIII-XIX não se limitarem à classificação dos grupos humanos em função das características físicas; bem além disso, eles hierarquizam as supostas *raças*, “erigindo uma relação intrínseca entre o biológico (cor da pele, traços morfológicos) e as qualidades psicológicas, morais, intelectuais e culturais” (idem, p. 19), que, além de subjetivas, tomam, como modelo, o homem branco europeu. Sendo assim, por suas características físicas hereditárias, a chamada *raça branca* seria composta de indivíduos *mais bonitos, mais inteligentes, mais honestos, mais inventivos e*

[...] mais aptos para dirigir e dominar as outras raças, sobretudo a negra, a mais escura de todas, e conseqüentemente considerada como a mais estúpida, mais emocional, menos honesta, menos inteligente e, portanto, a mais sujeita à escravidão e a todas as formas de dominação. (id. Ibid.).

É desse modo que os pensadores da época elaboram a noção de *raça*, não como categoria natural, mas sim, social – e fazem surgir as *raças sociais*: o que viria a ser o alimento para a *raciologia*, uma doutrina pseudocientífica, cujos pressupostos serviriam para justificar e legitimar sistemas de dominação racial, inclusive os apropriados, por exemplo, por tendências nacionalistas, como o nazismo.

Com toda essa carga histórica agregada, a palavra “*raça*” reporta a um conceito que, como enfatiza Munanga (2004), “nada tem de biológico”; diferente

³ Munanga (2004) refuta cada um dos critérios com exemplos: para o (1º), da cor da pele, contra-argumenta dizendo que, embora negros africanos e autóctones australianos possuam a mesma pigmentação, nem por isso são parentes genéticos próximos; para o (2º), morfológico, apresenta as considerações do antropólogo Franz Boas, que observara a tendência que o crânio dos imigrantes não brancos nos Estados Unidos tinha em alongar-se (o crânio dolicocefalo, alongado, seria um atributo dos brancos); e, para o (3º), químico, a evidência de que, por um lado, patrimônios genéticos de indivíduos de uma *raça* podem ser distantes, e, por outro, um mesmo marcador genético pode ser encontrado em indivíduos de ditas *raças* distintas.

disso, “é um conceito carregado de ideologia, pois, como todas as ideologias, ele esconde uma coisa não proclamada: a relação de poder e a dominação” (p. 20). A raça, sempre apresentada como categoria biológica, isto é, natural, “é, de fato, uma categoria etnossemântica [...] [pois seu] conceito é determinado pela estrutura global da sociedade e pelas relações de poder que a governam” (id. *ibid.*). Isso significa que, a despeito de a humanidade, a espécie humana não se dividir em *raças naturais*, na memória de muitas sociedades, as *raças fictícias* (ou *raças sociais*) estão bastante vivas e constituem argumento para justificar o racismo e as relações de dominação e de subordinação.

Na tentativa de isentar-se da reiteração dessa ideia de *raças sociais*, o dicionário Houaiss apresenta, para o vocábulo “raça”, texto do qual se extrai um fragmento:

[...] 1 divisão tradicional e arbitrária dos grupos humanos, determinada pelo conjunto de caracteres físicos hereditários (cor da pele, formato da cabeça, tipo de cabelo etc.) [Etnologicamente, a noção de raça é rejeitada por se considerar a proximidade cultural de maior relevância do que o fator racial; certas culturas de raças diferentes estão muito mais próximas do que outras da mesma raça.] [...] (HOUAISS, s.u., grifos da autora)

É interessante notar que, apesar de o dicionário ter a preocupação de explicitar que a palavra designa *divisão arbitrária*, ele próprio faz uso do adjetivo “racial”, em *fator racial* e do substantivo “raça”, em *raças diferentes* e em *mesma raça*, ao referir-se à noção etnológica de *raça*. Em outras palavras, ele teria dito que os estudos etnológicos – que rejeitam a noção de *raça* em favor da de *etnia* – consideram as semelhanças/diferenças culturais de maior relevância do que as semelhanças/diferenças “determinadas pelo conjunto de caracteres” fenotípicos hereditários. Ao dizer que *determinadas culturas de raças diferentes estão mais próximas do que outras de mesma raça*, ele finda por corroborar a tal noção rejeitada pelos estudos etnológicos.

Em relação a isso, Munanga informa ter havido biólogos cuja sugestão fora a de suprimir o vocábulo “raça” dos dicionários e dos tratados científicos. A exclusão do item, no entanto, apagaria o registro de uma noção que “persiste, tanto no uso popular, como em trabalhos e estudos produzidos na área das ciências sociais” (idem, p. 20) – noção essa que é base para o racismo e, mais do que isso, converte *o que se diz do sujeito no próprio* sujeito.

Racismo: a divisão pela marca

Ideologia cujo postulado se funda na divisão da humanidade em grupos contrastados por características hereditárias fisicamente explícitas, e vê, nas mesmas, suporte para *qualidades psicológicas, morais, intelectuais e estéticas*, o racismo *naturaliza* diferenças e elabora hierarquizações, criando as raças sociais. Assim, o racismo concebe características intelectuais e morais como decorrência direta de características físicas ou biológicas.

O naturalista sueco Carl Von Linné (o mesmo que, de forma pioneira, classificou as plantas, no século XVIII), por exemplo, para descrever os tipos humanos, pauta-se em valores de ordem subjetiva, que sugerem hierarquização. Assim é que ele se refere ao africano como “negro, flegmático, astucioso, preguiçoso, negligente, governado pela vontade de seus chefes”, que “unta o corpo com óleo ou gordura” e cuja “mulher tem vulva pendente e, quando amamenta, seus seios se tornam moles e alongados”; e, ao europeu, como “branco, sanguíneo, musculoso, engenhoso, inventivo, governado pelas leis [...]” (idem, p. 23). Se o ser negro é governado pela vontade de seus chefes, pela vontade alheia, e se o ser branco é governado pelas leis, eis que se respalda, para o branco, a posição de mando, ao passo que, para o negro, a de obediência.

Se, no século XVIII, apostava-se na existência de diferenças naturais – determinantes de categorias sociais – entre os grupos humanos, hoje, a ciência já invalidou aquela tese. Isso, contudo, é insuficiente para “fazer desaparecer as categorias mentais que a sustentam” (idem, p. 24).

Raça ou etnia: a diferença – sempre – como marca

Definida como “coletividade de indivíduos que se diferencia por sua especificidade sociocultural, refletida principalmente na língua, religião e maneiras de agir” (HOUAISS, s.u.), a palavra “etnia” tem tido o uso recomendado pela tendência a adotar-se, no atual português do Brasil, um falar *politicamente correto*. Partindo do pressuposto de que não há diferenças biológicas suficientes para distribuir os seres humanos em raças, esse falar opta pelos termos “etnia” e “étnico”, já que a origem etimológica dos mesmos está no radical *etn(o)-*, que reporta à ideia de *cultura*, de *costumes comuns* (“do grego *éthnos, eos-ous*, classe de seres de origem ou de condição comum, segundo os antigos, de *éthos* 'costume, a saber, grupos de homens que têm os mesmos costumes'”) (HOUAISS, s.u.).

Etnia, para os estudos etnológicos, é um “um conjunto de indivíduos que, histórica ou mitologicamente, têm um ancestral comum; têm uma língua em comum, uma mesma religião ou cosmovisão; uma mesma cultura e moram geograficamente num mesmo território” (MUNANGA, idem, p. 26). Para Hall (2003), “a ‘etnicidade’ gera um discurso em que a diferença se funda sob características *culturais* e *religiosas*” (p. 67) e é a partir dessa nova base para o estabelecimento das diferenças que tal conceito estaria em direta contraposição a *raça*. Hall salienta que, mesmo nas abordagens étnicas, o referente biológico opera, embora de forma indireta: ele está inscrito no corpo, como herança advinda de ancestralidade comum, inerente ao grupo. A *etnicidade* diz, pois, respeito a características

representadas como relativamente fixas [...], transmitidas de geração em geração não apenas pela cultura e a educação, mas também pela herança biológica, [...] estabilizada, sobretudo, pelo parentesco e pelas regras do matrimônio endógamo, que garantem ao grupo a manutenção de sua *pureza* genética e, portanto, cultural (id. *ibid.*).

Isso finda por desencadear o surgimento de grupos “estigmatizados por razões étnicas, por serem culturalmente diferentes e, portanto, inferiores” (id. *ibid.*), o que, em última análise, funciona para a manutenção das estruturas racistas. Assim, se, conforme elabora Munanga (2004), o *racismo clássico* se instituiu na noção de *raça*, da mesma forma, o *racismo novo* se edifica na de *etnia*. Prova de que, tanto um termo, quanto o outro acabam sendo ideologicamente manipulados.

A mera substituição de palavras não altera o panorama ideológico, portanto; apenas desloca para o campo explicitamente sociocultural os argumentos para a distribuição das pessoas em grupos. E, ao proceder à delimitação desses grupos, estabelece relação hierarquizante entre culturas diferentes. Assim, o racismo passa, simplesmente, a ser alimentado por outra concepção, baseada em diferenças culturais e identitárias.

Ser branco, ser negro: no país da *mestiçagem*

Fundado na mistura de *raças diferentes* – a indígena, a branca e a negra – o Brasil é conhecido como um país marcadamente *mestiço*; do latim tardio *mixticius*, a *um*, o termo designa aquele que é nascido do “cruzamento de pais de raças diferentes” (HOUISS, *s.u.*). Essa tese, se difundida no início do século XX, como “uma resposta da autoestima brasileira à ideologia do embranquecimento” e,

portanto, como uma “inovação emancipatória no discurso da identidade nacional” (SOVIC, 2003), também se constitui em modalidade de apagamento do racismo nas relações sociais.

A grande *mestiçagem* – da qual teria nascido uma suposta *cultura mestiça, híbrida* – é base argumentativa para postular-se a existência, no Brasil, de uma democracia racial e cultural, na qual todos, os mestiços, viveriam *plena paz social* – o que os faria experimentar os mesmos direitos e oportunidades. Muito embora seja inegável a miscigenação constitutiva da população brasileira, isso, contudo, em nada significa igualdade, na abordagem das diversidades culturais ou morfológicas inscritas nos corpos. Como salienta Sovic (idem), difunde-se que é importante “reconhecer-se como produto da mistura”, mas, a essa noção, agrega-se, paradoxalmente, outra: a de que isso “sempre é possível, contanto que se continue sendo branco” (id. *ibid*). Em outras palavras, ser branco, no Brasil, é ter a pele relativamente clara – o que “funciona como espécie de senha visual e silenciosa para entrar em lugares de acesso limitado” (id. *ibid*). Cor da pele, tipo de cabelo, formas de nariz e lábios, por exemplo, são signos simbólicos que estabelecem a quem são destinados mais – ou menos – direitos e oportunidades.

Isso significa que as relações sociais que se estabelecem, no Brasil, não se fundam na ideia de mestiçagem, mas sim no *ser branco* e no *ser negro* (ou *ser negros-e-pardos*, como designa Sovic, id. *ibid.*), fenotipicamente manifestos. Se, no Brasil Colônia, mestiços eram valorizados, por serem considerados mais bem adaptados ao trabalho no clima tropical e por se apresentarem como “meio caminho andado entre o mal do negro e o bem do branco” (id. *ibid.*), no Brasil atual, a ideia de mestiçagem realimenta as estruturas de hierarquização racial, ao identificar o *mestiço* como o dono de estrutura corporal e cultura *exóticos*, digno de constituir *entretenimento* para turistas estrangeiros – e brancos.

Já que, no Brasil, a mestiçagem, “de fato, não se realizou num nível suficientemente profundo, porque os parceiros da sua realização estavam postos em condições históricas muito desiguais” (KONDER, 1992), já que o uso do termo “mestiço” tem servido para dissimular estruturas de segmentação e de discriminação, já que as relações de dominação/subordinação se manifestam, no Brasil, na polarização entre *ser branco* e *ser negro* – *ser* esse instituído pelos signos morfológicos explícitos no corpo –, este estudo faz a opção político-ideológica pelo uso das palavras “branco” e “negro”.

Assim, também, é que, tendo sido o conceito de raça empregado como categoria de exclusão e de dominação – e, por conseguinte, como construção social –, usado para dividir, estigmatizar, exterminar, defende-se que não há como apagá-lo em nome de uma atitude *politicamente correta* – eufemística, na concepção da autora desta pesquisa. Ao contrário disso, há que se apropriar do termo para ressignificá-lo, no jogo das práticas simbólicas sociais.

Pode ser que, com as explicitações, “os diferentes indivíduos [tenham] a possibilidade de escolher entre caminhos, meios e modos de vida diversos” (MUNANGA, idem, p.21), segundo a vontade, o desejo de cada um, o que, efetivamente, será a inauguração da igualdade, que, como afirma o sempre trazido à cena Munanga (idem), “supõe respeito ao indivíduo naquilo que tem de único [...] e o reconhecimento do direito que tem toda pessoa e toda cultura de cultivar sua especificidade”. E a inauguração da igualdade só será possível à medida que haja a legitimação das diferenças – traduzida, como salienta Alberto Caeiro (Fernando Pessoa), no respeito aos indivíduos, naquilo que eles têm de únicos:

Dizes-me: tu és mais alguma cousa
Que uma pedra ou uma planta.
Dizes-me: sentes, pensas e sabes
Que pensas e sentes.
Então as pedras escrevem versos?
Então as plantas têm idéias sobre o mundo?
Sim há diferença.
Mas não é a diferença que encontras; [...]
Se sou mais que uma pedra ou uma planta? Não sei.
Sou diferente. Não sei o que é mais ou menos. [...]
Ninguém pode provar que é mais que só diferente. [...]
Sim, escrevo versos, e a pedra não escreve versos.
Sim, faço ideias sobre o mundo, e a planta nenhuma.
Mas é que as pedras não são poetas, são pedras;
E as plantas são plantas só, e não pensadores.
Tanto posso dizer que sou superior a elas por isto,
Como que sou inferior.
Mas não digo isso: digo da pedra, “é uma pedra”,
Digo da planta, “é uma planta”,
Digo de mim, “sou eu”.
E não digo mais nada. Que mais há a dizer? (1980)

De volta ao começo...

Esses são apenas alguns poucos argumentos a partir dos quais se afirma, nesta pesquisa, que a naturalização da inferioridade do ser negro e a da superioridade do ser branco estão enraizadas nas relações e nas construções sociais, disseminando-se nas inúmeras produções humanas. Uma delas é exatamente o espaço da propaganda impressa em revista, espaço especial em que

se emolduram significados, se ratificam e/ou se reelaboram concepções – e, por isso mesmo, universo eleito para constituir o *corpus* desta pesquisa.

A propaganda em que o negro se apresenta em presença merece atenção, pois, mediante combinações sígnicas, edifica sentidos em referência ao ser negro – os quais acabam por se converterem em significados *imanes* a esse ser. Cumpre investigar, portanto, de que modo se efetua a construção desses sentidos no âmbito da propaganda e, ainda, que consequências as concepções daí advindas trazem para os sujeitos sociais.

Édison Gastaldo, por exemplo, em *Pátrias, chuteiras e propaganda: o brasileiro na publicidade da Copa do Mundo (2002)*, revela que há um *apartheid visual* expresso no material por ele analisado: enquanto os negros brasileiros são frequentemente postos ou com roupas surradas e em situações sociais de subordinação ou como os jogadores, os brancos são apresentados como os torcedores.

A representação do negro nos espaços midiáticos tem sido objeto de vários estudos e debates, em diversos âmbitos da sociedade brasileira, como o acadêmico. Passados quatro anos da publicação de Gastaldo, a publicitária Laura Guimarães Corrêa constata, através de sua pesquisa (UFMG/2006), que, conquanto haja projetos de lei⁴ tentando regulamentar a presença do ser negro em telenovelas, no jornalismo e na propaganda, embora tenha sido implementada a política de cotas para negros em algumas universidades e instituições tecnológicas públicas, e ainda que circulem discursos que apontem “para uma crescente visibilidade dos negros na mídia, é importante ressaltar que esta aparição ainda é tímida e, na maioria das vezes, carregada de estereótipos” (p.28), quais sejam os do “escravo social, da vítima, do criminoso, do trabalhador do campo ou, excepcionalmente, o do cidadão incomum, que se destacou em sua área de atuação profissional” (p. 29).

⁴ O *Projeto de Lei Nº 4370/98*, do então deputado e, agora senador Paulo Paim (PT-RS), que institui cotas para a presença de negros em filmes, propagandas, peças e programas veiculados pelas emissoras de televisão ou apresentados em cinemas, obrigaria, segundo o texto proposto, a presença mínima de 25% de negros e/ou afrodescendentes entre os atores e figurantes dos programas de televisão e elencos de peças teatrais e de 40% nas propagandas apresentadas nas emissoras de televisão e nos cinemas. Na ocasião em que Laura Corrêa produziu sua pesquisa, o texto proposto para o *Estatuto da Igualdade Racial (Projeto de Lei Nº 6.264/2005)* também previa uma cota mínima de participação dos negros na programação midiática, mas essa parte do texto original foi excluída, quando da aprovação do referido *Estatuto*, pela Câmara dos Deputados, em 09/09/2009, e pelo Senado Federal, em 16/06/2010. O texto, com as alterações, foi sancionado pelo Governo Federal, em 20/07/2010. [Informações disponíveis em <http://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/pop_negra/estatuto_racial.pdf> e em <<http://www.senado.gov.br/noticias/vernoticia.aspx?codNoticia=103566&codAplicativo=2>>]

Frente a esse quadro, é instigante estudar as seleções e combinações sógnicas – o diálogo entre a palavra e a imagem visual – para desvendar como a propaganda em revista constrói a imagem verbo-visual do ser negro – e, assim, gera interpretações e elabora sentidos para o ser negro – sentidos esses que podem ser a ratificação de significados historicamente instituídos. Esse é o propósito desta pesquisa, cujo alvo são as propagandas veiculadas no ano de 2009 e publicadas pelas duas revistas semanais de informação de maior tiragem e circulação nacional, quais sejam, a *Veja* e a *Época*⁵.

Como o estudo se volta para a investigação de como é concebida a imagem verbo-visual do negro na propaganda impressa em revista, observando-se o diálogo entre os signos postos na superfície textual, trilha-se caminho teórico que abarca os signos em sua função produtora de imagens mentais, enformadora de concepções e ações humanas, e modeladora dos objetos do mundo. A teoria que emerge como suporte fundamental, tendo em vista tal concepção de signo, é a semiótica de Charles Sanders Peirce.

Já que o texto é compreendido, neste trabalho, como rede semiótica, como entrançamento sógnico, não só revelador dos projetos de texto do produtor, mas também ativador de interpretações e leituras e, ainda, delineador de sentidos, posteriormente cristalizados e convertidos em significados imanentes aos signos e aos objetos reportados, ou seja, como o texto é tomado em sua potencialidade icônica, elege-se a Teoria da Iconicidade Verbal de Darcília Simões, dada a sua aplicabilidade nos estudos de processamento textual, sejam os textos exclusivamente verbais ou mistos.

Assim, será possível discutir o papel mediador da propaganda impressa na apreensão da realidade, pelos sujeitos sociais. A eleição desse tipo de texto se deve à sua importância econômica e, sobretudo, simbólica: além de movimentar significativas cifras no mundo capitalista, a propaganda é perpassada por carências e desejos dos sujeitos sócio-históricos, que atualizam e ressignificam as mensagens. Constante nos espaços urbanos, em inúmeros suportes, a propaganda classifica indivíduos e desenha sentidos. Levando em conta tais características, o estudo do diálogo entre a palavra e o signo não verbal, nesses construtos sógnicos,

⁵ No capítulo 5, detalha-se, na seção “percurso metodológico”, o processo de constituição do *corpus* e como se lida com o mesmo ao longo da pesquisa.

traduz-se em excelente exercício para o entendimento da sociedade que produz e consome esse material.

A fim de cumprir seu propósito, este trabalho destina os dois primeiros capítulos ao estudo de pressupostos da lógica fenomenológica de Peirce, presente em seus *Collected Papers* (1931-1958), e à interseção de sua semiótica com reflexões de Mikhail Bakhtin e de Michel Pêucheux, referentes à materialidade dos signos, à construção social de sentidos e à conversão dos mesmos em significados. Promove-se, oportunamente, diálogo com considerações de Ogden & Richards, Lucia Santaella, Winfried Nöth, Coelho Netto, Isaac Epstein, John Delly, Darcilia Simões, Umberto Eco e Eni Orlandi.

Em seguida, passa-se, no capítulo três, ao estudo do texto, em sua potencialidade visual, icônica, de produção de imagens mentais, momento em que se aciona a Teoria da Iconicidade Verbal de Simões (2009), em consonância com perspectivas de Julio Plaza, Martine Joly, Eduardo Neiva Jr., Lucia Santella, Winfried Nöth e Eni Orlandi. Outros teóricos, além desses, são eleitos para subsidiar o debate instituído. A partir dessa incursão teórica, passa-se à discussão, no capítulo quatro, sobre as noções de propaganda e publicidade (quando se justifica a eleição do termo “propaganda”), sobre características de sua linguagem, a macroestrutura desse tipo de texto, na modalidade impressa, e os processos de construção de sentidos, pautando-se o debate, principalmente, em Vestergaard & Schøeder e em Judith Williamson.

Só então, volta-se à análise do *corpus*. Como método, aciona-se, primeiramente, a pesquisa quantitativa e investiga-se em termos percentuais, o quanto a imagem visual da pessoa negra é mostrada e, por implicação, ocultada. Em seguida, põe-se foco na investigação da iconicidade léxico-visual desses textos e seu papel no tecer dos eixos temáticos referentes ao ser negro – e, portanto, desenvolve-se, também, pesquisa qualitativa. Vale ressaltar que, das peças constitutivas do *corpus*, uma pequena parte é utilizada para ilustrar os quatro capítulos iniciais e a maior parcela é destinada à investigação, propriamente dita, da construção da imagem verbo-visual do ser negro, o que é feito no capítulo cinco.

O debate apresenta a propaganda impressa em revista como excelente material para subsidiar o ensino de língua portuguesa, com ênfase para os estudos sobre leitura e produção textual. Mediante o trabalho com esse tipo de texto, dentro da abordagem teórica eleita, pensa-se que é possível formar interlocutor-leitor

dotado de habilidades que lhe permitam reconhecer no verbal e no não verbal a revelação e a geração de sentidos sociais. Assim, tal indivíduo se constituirá em sujeito consciente de que os constructos sógnicos que circulam na sociedade têm potencial de construir sistemas de representações sobre a realidade e, desse modo, conforme salienta Chauí (1980), findam por prescrever, aos membros dos grupos sociais, “o que devem pensar, o que devem valorizar, o que devem sentir e como devem sentir, o que devem fazer e como devem fazer” (p. 113). Postula-se, portanto, que o domínio das linguagens, que a capacidade de leitura de textos *lato sensu* são fundamentais para a expansão da capacidade cognitiva dos indivíduos e, por conseguinte, para a sua constituição como sujeitos sociais, politicamente posicionados e ativos – construtores, pois, de sua história e da história de seu grupo.

1. SEMIÓTICA: A MARCA DO UNIVERSO

A trama que constitui o universo é plenamente semiótica. Nela se articulam múltiplos signos, a permitir o intercâmbio de ideias, a provocar reações várias, a fazer brotar qualidades novas. A dinâmica da realidade, nos seus vários níveis de compreensão, constrói-se na e pela ação dos signos, cuja relação imagética pode ter suporte nos corpos físicos. O universo se sabe, portanto, um tecido semiótico.

É esse o eixo da lógica filosófica de Charles Sanders Peirce, para quem “o mais alto grau de realidade só é atingido por signos” (CP. 8.327), entidades que sustentam o *tornar-se*, que enformam mundo possíveis. Autor de produtiva e extensa obra que atravessa todas as áreas da filosofia e muitas ciências de seu tempo, Peirce (1839-1914) desenvolveu a tese da semiótica universal do mundo (NÖTH, 1995, p. 60-61). Partindo de tal premissa, a teoria peirceana defende serem os processos cognitivos e até o homem, fundamentalmente, semióticos. Para o pensador, assim como as ideias se referem a outras ideias do mundo, também tudo que se presentifique à existência humana “constitui manifestação fenomenal de nossa pessoa” (CP.5.283). Sendo as ideias signos e se constituindo a vida em uma série de ideias, o homem também é signo:

O homem denota qualquer objeto de sua atenção num momento dado. Conota o que conhece ou sente sobre o objeto e é também a encarnação desta forma ou espécie inteligível; o seu interpretante é a memória futura dessa cognição, o seu “eu” futuro ou uma outra pessoa à qual se dirige ou uma frase que escreve, ou um filho que tem (CP, 7.591).

A semiótica se apresenta, dessa forma, como a ciência dos signos e dos processos significativos. Com origem na raiz grega *semeion* (signo), esse território do saber tem seu início propriamente registrado nos postulados filosóficos de John Locke (1632-1704) – que, em seu *Essay on human understanding* (citado por TRABANT, 1980), formulou a “doutrina dos signos”, a que denominou “Semiotiké” – e de Johann Heinrich Lambert (1728-1777) – um dos pioneiros a escrever tratado específico intitulado *Semiotik* (NÖTH, 1995). Compreendendo “todas as investigações sobre a natureza do signos, da produção de significados e da comunicação na história das ciências” (idem, p. 18), a semiótica se revela, pois, no despertar do interesse por essas investigações, inerente ao pensamento filosófico.

Nas reflexões de Peirce, a semiótica se estabelece como o campo do conhecimento que se ocupa do signo como processo dinâmico na mente do intérprete. É o termo *semiose*, introduzido pelo estudioso (como adaptação do termo *semeiosis*, do filósofo epicurista Filodemo), que precisamente denomina esse processo de ação do signo – ação essa que desencadeia efeito cognitivo sobre o intérprete (CP, 5.472 e 5.484). Se *semeiosis* significa a ação de quase qualquer signo, a semiose de Peirce “dá o nome de signo a qualquer coisa que age” (CP, 5.484); e, portanto, a semiótica de extração peirceana se inaugura tendo como matéria de estudo, especificamente, a semiose.

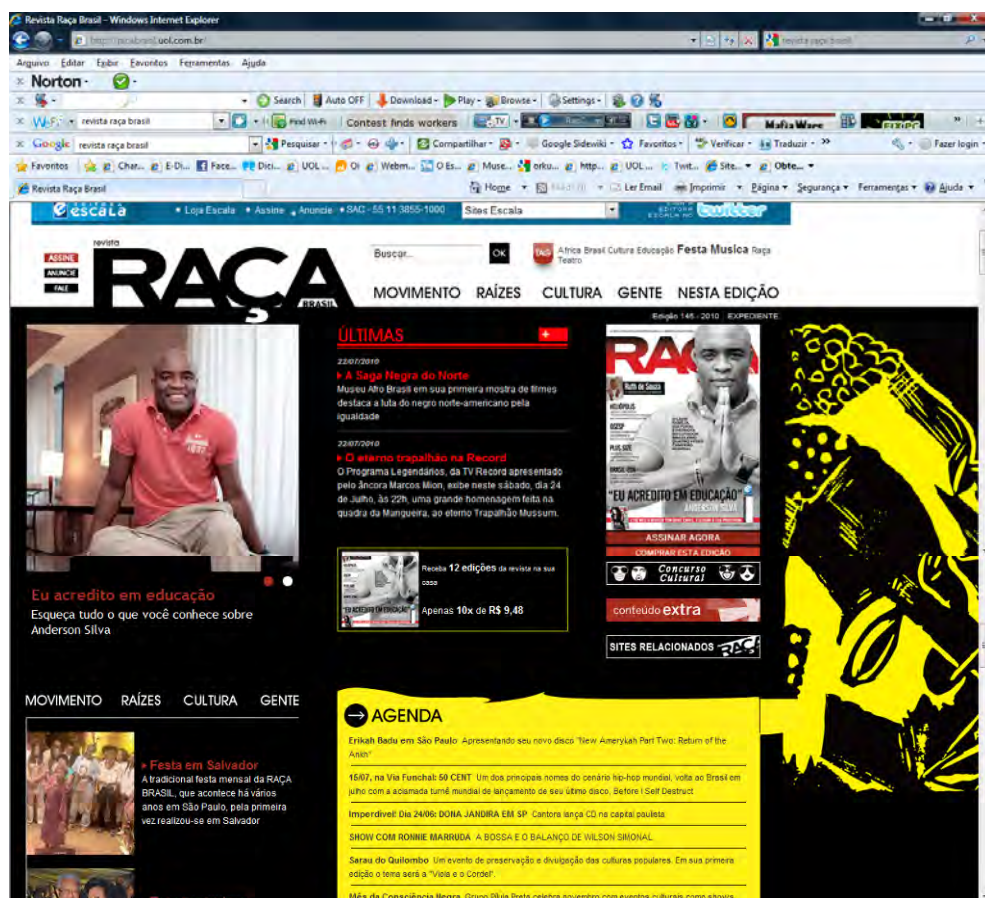
Ao estudar o signo como entidade que possibilita e sustenta a semiose, a semiótica, a despeito de uma tradição histórica de valorização do conhecimento e da interpretação do mundo, manifestos e veiculados pelo verbal – legitimado por permitir o saber analítico –, toma como objeto o signo em sentido lato e, assim, abarca toda e qualquer linguagem. Afinal, é importante lembrar que

[...] o nosso estar-no-mundo, como indivíduos sociais que somos, é mediado por uma rede intrincada e plural de linguagem, isto é, [...] nos comunicamos também através da leitura e/ou produção de formas, volumes, massas, interações de forças, movimentos; [...] somos também leitores e/ou produtores de dimensões e direções de linhas, traços, cores... Enfim, também nos comunicamos e nos orientamos através de imagens, gráficos, sinais, setas, números, luzes... Através de objetos, sons musicais, gestos, expressões, cheiro e tato, através do olhar, do sentir e do apalpar. (SANTAELLA, 1983, p. 10)

O homem se encontra envolto por uma rede de plurais e mistas linguagens. Nascidas no pós-revolução industrial e desenvolvidas no seio das revoluções eletrônica e digital, elas põem em cena traços, volumes, cores, formas, luzes, movimentos, texturas, intensidades e durações de sons como elementos significativos – além do verbal articulado –, através da interpenetração de suportes e meios. Da fotografia, que capturou fragmentos de imagem fixa, passando pelo cinema, a televisão, o vídeo e a holografia, chegou-se à internet, com toda a mescla de imagem, cor, movimento, som, verbo e com toda a oferta de informações alocadas em diversas partes do mundo e organizadas em *arquitetura hiper*, conforme nomeia e ressalta Santaella (2001, p. 24) – porquanto cada usuário possa recuperá-las “por caminhos alineares, cada um fazendo um percurso próprio dentro de um vasto labirinto de possibilidades” (id. Ibid.).

A imagem a seguir, que reproduz parte da página de abertura do portal da *Revista Raça Brasil*, na Internet, exemplifica com propriedade essa mescla sígnica

em que as informações se organizam na referida *arquitetura hiper* (Santaella, idem): ao visitar a página, é possível ler informações postadas no *site* e atualizadas em tempo recorde (o que, próprio da Internet, revolucionou os canais de informação), assistir a vídeos, ver fotografias e ter acesso a outras páginas, em que há textos com entrevistas e *links*⁶ para acesso a outros textos e conteúdos diversos. Além disso, tem-se, à disposição, uma agenda – em que cada item é, por si mesmo, porta para outros textos – e informações variadas, sobre como assinar a versão impressa da publicação ou como efetuar a compra de números atrasados, por exemplo.



⁶ *Link* - Em hipertextos, um *link* é uma conexão de uma palavra, imagem ou objeto para outro hipertexto. (fonte: Dicionário UOL Tecnologia, obtido em <http://tecnologia.uol.com.br/dicionarios/>, acesso em 01/08/2010, às 21h59min).

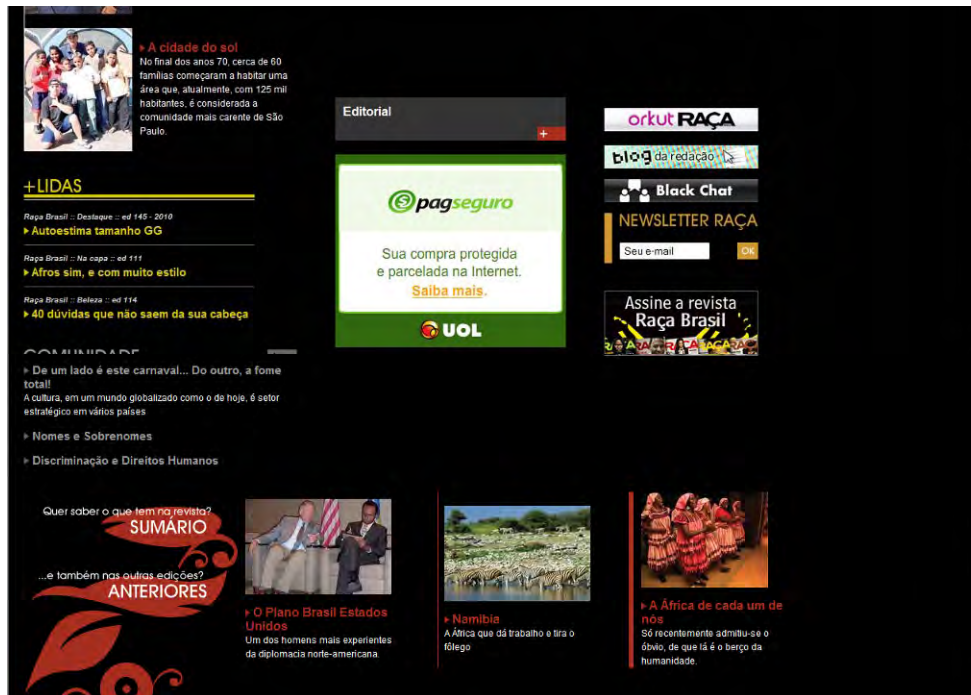


Figura 1 – Portal da revista *Raça Brasil* na Internet⁷

As linguagens estão, pois, permanentemente, em crescimento e em mutação – o que permite afirmar-se, junto com Santaella, que “na vida, a mistura, a promiscuidade entre as linguagens e os signos é a regra” (idem, p. 27).

Sofisticados e complexos sistemas sígnicos – porque simbólicos, dotados de propriedade acional e ideológica –, as linguagens humanas não só fundam a comunicação, mas também se revelam como matrizes de comportamento e pensamento segundo o que se “enformam atos, vontades, sentimentos, ações e projetos” (COELHO NETTO, 2003, p. 15) e traduzem e constroem concepções acerca dos objetos do mundo.

É nessa medida que a semiótica traz como fundamento de sua investigação o amplo e ilimitado campo das linguagens humanas, ou seja, os “modos de constituição de todo e qualquer fenômeno de produção de significação e de sentido.” (SANTAELLA, 1983, p. 13).

1.1. O signo

⁷ Imagem do portal da Revista *Raça Brasil*, obtida em <http://racabrasil.uol.com.br/>, acesso em 01/08/2010, às 21h23min.

1.1.1. O ser do signo: fundador da experiência humana

A experiência é nossa
única mestra
Charles S. Peirce

Tudo o que integra o universo se manifesta ao homem através de um signo. Mais ainda: é o signo mesmo o elemento constitutivo da realidade, visto que esta só é capturada, apreendida, interpretada, mediante aquele. O signo emerge, nessa medida, como elemento fundador do Universo.

É essa a reflexão, como já se salientou, que permeia os postulados de Peirce sobre o ser do signo. Para o pensador:

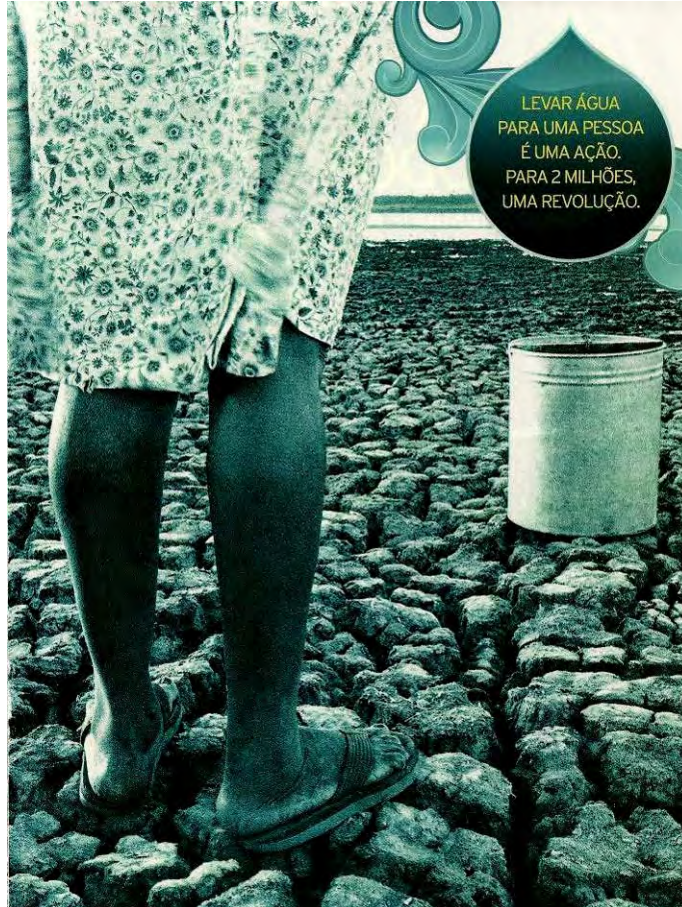
Todo o universo – não apenas o universo dos existentes, mas todo o universo mais vasto, abrangendo o universo dos existentes como parte dele [...] – [...] está repleto de signos, se não for composto exclusivamente de signos. (CP, 1905-1906: 5.448n)

Em um universo assim delineado, o suporte e a mediação da experiência humana não poderiam estar senão nos signos. Com eles e neles se edifica a experiência no seu todo, desde as mais puras e legítimas sensações, até as mais sofisticadas elaborações intelectuais. É por meio da ação sígnica que as coisas com que o homem depara passam a ser reconhecidas como objetos – ou coisas experimentadas – e passam a ser sabidas.

Se mediação e ação se explicitam como a essência do signo, o ser do signo, então, pode ser definido como o que está por algo que não ele mesmo e que está para algo dele nascido.

Na propaganda a seguir, vê-se, de início, a imagem de parte do corpo de uma mulher, cuja pele se revela signo de aridez, bem como o solo rachado. Adiante, está um balde, que se pressupõe vazio, sobre o qual se posiciona uma gota – na qual há um texto verbal, que lembra o quão uma pequena ação pode beneficiar grande quantitativo populacional. Nas duas páginas subsequentes, várias imagens de gotas emolduram outras fotografias, as dos beneficiados pelo programa implementado pelo governo do estado da Bahia. A cor selecionada como pano de fundo para a composição emerge como a própria água que, devido à ação promovida, atinge a todos em todos os cantos. São, todos esses elementos, signos que estão por algo,

dada a semelhança com esse algo (no caso das imagens visuais propriamente ditas e entendidas como imitativas dos objetos representados, como o balde), dada a alusão a esse algo (a terra rachada, extensiva à noção de aridez), ou dado o caráter de generalização e de lei (o que se exemplifica com a palavra “água”).



ÁGUA PARA TODOS.
O MAIOR PROGRAMA DE ÁGUA E SANEAMENTO DO BRASIL.

A Bahia está vivendo uma revolução através da água e do saneamento. Em apenas 2 anos, o Governo do Estado provou que é possível mudar o rumo da história de uma terra e do seu povo. O Programa Água Para Todos é um exemplo da nova Bahia que está nascendo, onde o desenvolvimento chega com democracia e inclusão social. Mais do que água e saneamento, o Água Para Todos também levou saúde, dignidade e esperança para mais de 2 milhões de baianos. E o trabalho continua. O investimento total é de R\$ 3 bilhões. É o Governo da Bahia fazendo mais para quem mais precisa.

MAIS DE 2 MILHÕES DE BENEFICIADOS

ÁGUA DE QUALIDADE
34.482 NOVAS CISTERNAS
874 SISTEMAS DE ABASTECIMENTO DE ÁGUA CONSTRUÍDOS
33 SISTEMAS DE ABASTECIMENTO DE ÁGUA RECUPERADOS
1.409 NOVOS POÇOS
28 NOVAS BARRAGENS
277.753 NOVAS LIGAÇÕES DE ÁGUA

SANEAMENTO
3º CAPITAL COM MAIOR ÍNDICE DE SANEAMENTO DO BRASIL.
CONSTRUÇÃO DO EMISSÁRIO SUBMARINO EM SALVADOR
96 NOVOS SISTEMAS DE ESGOTAMENTO E SANEAMENTO INTEGRADO
DESPOLUIÇÃO DAS PRAIAS E DA BAÍA DE TODOS OS SANTOS
13.938 MELHORIAS SANITÁRIAS DOMICILIARES
117.242 NOVAS LIGAÇÕES DE ESGOTO

Bahia
TERRA DE TODOS NÓS
Secretaria de Desenvolvimento Urbano

Figura 2 – *Época* 593

Essa concepção de signo é encontrada em várias passagens da produção de Peirce, entre as quais se elege a seguinte:

[...] Signo é um Cognoscível que, de um lado, é assim determinado (isto é, especializado, *bastimmt*) por algo diverso dele chamado o seu Objeto, enquanto, por outro lado, ele próprio determina uma Mente existente ou potencial, determinação essa que denomino o Interpretante criado pelo Signo, e onde essa Mente Interpretante se acha assim determinada mediatamente pelo Objeto.” (CP.8.177)

A primeira consideração que salta da explanação de Peirce é a que identifica o signo como ser eminentemente relativo: se, por um lado, é causado por um objeto que lhe é exterior, por outro, o signo é responsável por afetar uma mente interpretante, nela criando algo mediadamente devido ao objeto. A segunda consideração que se pode extrair do excerto é referente à essência triádica do signo, entidade que, enquanto signo ou *representâmen*, é devida a um objeto e é geradora do interpretante (SANTAELLA, 2001).

Antes de alargar-se o debate sobre a triadicidade do ser do signo, cumpre esclarecer como se distinguem as noções de *coisa*, de *objeto* e de *signo* em vista da experiência humana.

1.1.1.1. Sobre coisas, objetos e o universo da experiência

Valiosa para a discussão é a consideração de Deely (1990), para quem “interação” é a palavra-chave para definir a existência:

Tudo o que existe tem existência através de uma série de interações, algumas das quais precedem o existente, outras com as quais ele se envolve, e ainda outras que são consequentes daquelas com as quais ele se envolveu [...]. (p. 61)

Tudo o que existe fisicamente, a despeito do conhecimento do homem, sabe-se *coisa*. A partir do momento que essa *coisa* se manifesta como fruto da interação, como o que tem existência para alguém, como elemento da sua experiência, torna-se *objeto*. É a isso que Peirce chama *faneron*, ou seja, tudo o que se faz presente ao espírito (CP.1.288). Ao passar a integrar o universo da experiência, a *coisa* ganha status de *objeto*.

Tomem-se como exemplo os pelourinhos. Colunas de pedra dotadas de ganchos na parte superior, os pelourinhos eram erguidos em locais públicos e se destinavam à tortura e/ou ao enforcamento de condenados – em Portugal, registram-se tais construções desde o século XII, à semelhança da *columna moenia* romana – e de escravos, no Brasil colonial.



Figura 3 - Vista do Rossio do Rio de Janeiro (atual Praça Tiradentes), com o pelourinho ainda erguido. Pintura de Debret (1834).

O pelourinho, para muitas sociedades, então, era lugar para a aplicação de castigos e execução de penas. Ao reconhecê-lo como tal, a pessoa o relaciona a algo para além de si mesmo, no caso, à noção de *punição* – e, simbolicamente, à

presentificação do poder. Assim, o pelourinho sabe-se como objeto da experiência: mediante o reportar-se a signos.

No entanto, caso uma dessas construções seja encontrada, inesperadamente, por alguém que jamais haja deparado com algo parecido ou tido notícias a respeito – imagine-se um indígena sem qualquer contato prévio com comunidades outras –, nesse caso específico, o pelourinho a nada reportará – e será mera *coisa*. Claro deve estar que, à medida que a coisa “convide” o indivíduo a investigá-la, ela pode emergir dessa condição e passar à de objeto – pela interação instaurada. Como se constata, o objeto existe e passa a ser conhecido na relação com algo que não ele mesmo, algo esse do qual depende seu ser de objeto.

Se toda coisa experimentada é objeto, nem todo objeto é coisa. Peirce lembra que *faneron* é “tudo o que é presente ao espírito, sem cuidar se corresponde a algo real ou não” (CP. 1.284). Assim, *coisa* é o que subentende uma corporificação física dentro de uma comunidade, ao passo que *objeto* pode ter existência, por exemplo, apenas na esfera textual. Objeto, então, é tudo o que existe como conhecido (DEELY, 1990, p. 79), ou seja, cuja corporificação pode dizer respeito ao mundo físico – que estrutura a dimensão conhecida como realidade – ou pode dizer respeito ao mundo discursivo, filosófico ou ficcional. Entendendo *coisa* como matéria corporificada e não experimentada, conclui-se que nem todo objeto é evolução de coisa.

Como afirma Deely (1990),

o universo físico, em seu lado material, existe dentro e como parte do universo objetivo da experiência, realmente, como seu estofo e esqueleto, por assim dizer. Mas vemos também que os mundos objetivo e físico não possuem, de maneira alguma, as mesmas fronteiras, uma vez que cada um estende-se, de sua maneira própria, para bem além dos confins do outro. (p. 77)

1.1.1.2. De objetos e de signos

Objetivo é tudo o que é experimentado. Isso significa que o universo da experiência se traduz como essencialmente objetivo e sígnico. E o universo físico e material se apresenta como encapsulado pelo universo objetivo da experiência – já que, além de experimentado, pode ter existência corpórea.

Dito isso, é importante evidenciar que o signo não se confunde com o objeto. Há certas sutilezas que permitem diferenciá-los. A primeira que salta é que, da coisa experimentada, conhecida, o signo difere, tendo em vista características a ele inerentes, a que Peirce chamou de “qualidades materiais do signo” (CP. 5.287). O signo, em primeiro lugar, é dotado de corpo que não se confunde com o do objeto pelo qual *está* – no caso de uma palavra como *pelourinho*, esse corpo é constituído de dez grafemas e nove fonemas; e, do de uma gravura, como a de Debret, esse corpo é plano e sem relevo. Em segundo lugar, o signo tem a capacidade de ligar-se a outro signo do mesmo objeto⁸ – e o signo verbal *pelourinho* se liga aos signos *castigo*, *tortura*, *execução*, *poder* e *escravidão*, entre outros. E, em terceiro lugar, o signo tem a propriedade de ligar-se ao próprio objeto – no caso, à edificação propriamente dita.

A segunda sutileza que estabelece a distinção é o fato de o objeto só se constituir como ser *em relação a*, por reportar-se a um signo. É o que ratifica Plaza (1987), ao afirmar que:

[...] embora o signo seja determinado pelo objeto, este, por sua vez, só é logicamente acessível pela mediação do signo. Nessa medida, o signo não se confunde com o objeto, visto que este é algo que está fora do signo, mas só pode ser apreendido através de signos. (p. 20)

Se o objeto, por um lado, é causador do signo, por outro lado, deve seu ser dentro da experiência ao signo: conhecê-lo significa compreendê-lo; reconhecê-lo significa sabê-lo – e compreendê-lo e sabê-lo significam aludir a um outro signo.

Exemplificando de modo equivalente ao de Peirce (CP. 8.178), se uma pessoa afirma que José Bonifácio (abolicionista brasileiro) era um indivíduo liberal, essa pessoa “acha-se mentalmente determinada” por José Bonifácio. Em outras palavras, ela é dona de conhecimento tal (que Peirce chama de “hábito através do qual essa palavra recorde uma série de atributos” do ser designado) que a faz ligar o nome *José Bonifácio* à noção de *liberalismo*. Além disso, é preciso que o intérprete da afirmação saiba que um indivíduo *liberal* se liga a princípio que defende a existência de Estado forte, com cidadãos plenos de direitos e deveres (SANTOS, 2005, p. 67) – e, no caso do Brasil, vê a escravidão e o escravo como *entraves* ao

⁸ Em seção específica (1.3.1.), será possível constatar que, aqui, faz-se referência ao *objeto dinâmico*.

estabelecimento dessa nova ordem (ibidem). Assim, o objeto de *José Bonifácio* é o *universo da existência* do qual José Bonifácio é parte.

Nunca é demais lembrar, também, que um objeto, dada a semantização histórica, pode vir a tornar-se marco, signo da intransigência, fruto da raciologia imperante no Brasil colonial, como se deu com os pelourinhos, muitos ainda “sobreviventes” em praças de algumas cidades (como algumas de Minas Gerais), em referência àquele *status quo*.

A semiose se traduz, assim, como um infinito processo de revelação que se estrutura mediadamente, ou seja, através de um terceiro. Esse *revelar-se* tem como mediato o signo que, ao fundar relação com algo que não ele mesmo, produz ideia geradora do resultado significado – o Interpretante. O pensamento se mostra, por conseguinte, como construção sígnica.

1.1.2. O pensamento traduzido em signos

Na semiótica de Peirce, sobressai a ideia de que “[...] seja o que for que pensemos, temos presente à consciência ou sensação, imagem, concepção ou outra representação – servindo de signo” (CP. 5.283).

Tomar o signo como determinante de uma “Mente existente ou potencial” (CP, ibidem), mediadamente determinada pelo objeto – e, porque determinante, gerador de outro signo na mente do intérprete – é o fundamento da lógica peirceana⁹. Em outra passagem de seus postulados teóricos, Peirce afirma que

[...] um signo ou ‘representâmen’ é algo que, sob certo aspecto ou de algum modo, representa alguma coisa para alguém [...] [e] cria na mente dessa pessoa um signo equivalente ou mais desenvolvido [...]. (2000, p. 273, parágrafo 290)

Tal noção de signo como determinante do surgimento de outro signo na mente do intérprete já se registrava, conforme salienta Valente (1999) em *Sobre a doutrina cristã*, de Santo Agostinho. De certo modo, antecipando o que viria a ser a essência da semiótica de extração peirceana, Agostinho concebe o signo como “[...]”

⁹ Lembre-se de que *lógica* é tomada pelo pensador como “ciência das leis necessárias do pensamento” (CP, 1.444).

uma coisa que acima e fora da impressão que causa nos sentidos faz algo diverso aparecer na mente, como consequência de si [...] (Livro 11, Capítulo I. Apud Epstein, 1997: 17).

O *algo diverso* a surgir na mente do intérprete “como consequência de si” nada mais é do que o interpretante – o efeito do signo na mente interpretadora.

No anúncio a seguir (Figura 4), lê-se, no texto verbal posicionado no canto inferior direito, que o Itaú é o *banco feito para* o interlocutor (*você*), predicado como *a estrela*.

Abra uma conta no Itaú. Aqui a estrela é você.

Uma estrela não tem tempo a perder. Por isso, no Itaú você tem tudo para facilitar o seu dia a dia.

Quando você abre uma conta no Itaú, ganha tempo para fazer as coisas de que mais gosta. Isso porque você tem sempre um caixa eletrônico do Itaú ou do Unibanco bem pertinho, onde quer que você esteja: ao lado do parque, do cinema, do shopping e de onde mais precisar. E toda essa comodidade vem acompanhada de mais de 2.600 agências e uma equipe sempre pronta para orientar você sobre crédito, poupança, investimentos, seguros ou qualquer outro produto ou serviço.

Vá até uma agência do Itaú e abra sua conta no banco feito para você.

Itaú feito para você

Figura 4 – *Época* 574

Quando você abre uma conta no Itaú, ganha tempo para fazer as coisas de que mais gosta. Isso porque você tem sempre um caixa eletrônico do Itaú ou do Unibanco bem pertinho, onde quer que você esteja: ao lado do parque, do cinema, do shopping e de onde mais precisar. E toda essa comodidade vem acompanhada de mais de 2.600 agências e uma equipe sempre pronta para orientar você sobre créditos, poupança, investimentos, seguros ou qualquer outro produto ou serviço.

Vá até uma agência do Itaú / e abra sua conta / no banco feito para você.

As estrelas, símbolos utilizados pelo banco, assinalam o conceito financeiro do cliente, identificando-o como *preferencial*, e, ainda, marcam os produtos a que têm acesso esses usuários (cheque estrela, cartão estrela, entre outros). Na propaganda, desenhos de estrelas flutuam, preenchendo a cena – estando uma delas sobre a face da mulher e duas pontas de estrelas tocando o corpo do rapaz.

Assim, eles são identificados como clientes especiais – e a mulher muito mais, haja vista a estrela que emoldura todo o seu rosto. A análise da composição visual, no entanto, permite leitura em outra direção: as cores do Itaú (azul e laranja) vestem as pessoas que integram a composição. A mulher, de modo muito mais incisivo, tem, na sua constituição plástica, elementos que identificam o produto. Entre outros, os signos *desenho em forma de estrela, cor azul e cor laranja*, fazem nascer, na mente interpretadora, interpretantes referentes às qualidades com que se impregnam as pessoas (elas podem ser interpretadas como clientes especiais ou mesmo como a extensão do produto/serviço), à medida que, na composição visual de sua plástica, entram elementos (signos) pertencentes à identidade e/ou plástica do anunciante.

A descrição do signo sob essa perspectiva se revela como o fundamento das considerações sobre cognição feitas por Peirce. Para ele, não há pensamento sem signos, entendendo-se, no caso, o signo, no vasto sentido em que Peirce o tomou, desde o verbal e o proposicional, até uma mera qualidade, passando por reações físicas e psíquicas (SANTAELLA, 2001, p. 55).

Isso significa que tudo o que se apresenta à mente, de natureza verbal ou não verbal, reativa ou qualitativa, sabe-se pensamento. É nessa medida que Peirce nomeia o pensamento como *signo-pensamento* (CP. 5.286). As ações de compreender e interpretar, desse modo, identificam-se como tradução de pensamento em pensamento:

[...] pois só podemos pensar um pensamento em outro pensamento. É porque o signo está numa relação a três termos que sua ação pode ser bilateral: de um lado, representa o que está fora dele, seu objeto, e de outro, dirige-se para alguém em cuja mente se processará sua remessa para um outro signo ou pensamento onde seu sentido se traduz. E nesse sentido, para ser interpretado tem que ser traduzido em outro signo, e assim *ad infinitum* (SANTAELLA, 1983, p. 52).

Desde que o pensamento é mediação interpretativa entre o homem e os fenômenos, conclui-se que o pensamento é processo de tradução semiótica.

1.2. As categorias fenomenológicas de Peirce

Ah, canta, canta sem razão!
O que em mim sente está pensando.
Derrama no meu coração

Fundamental é, para os estudos de fenomenologia, “abrir os olhos do espírito e olhar bem os fenômenos” (CP. 5.42). Somente a partir da observação aguçada dos *fanerons* – os fenômenos presentes ao espírito, sejam eles externos ou pertencentes ao âmbito do sonho, sejam eles ideia geral e abstrata da ciência –, só assim será possível afirmar suas características.

Desenvolver essa tarefa pressupõe três faculdades:

A primeira e principal é a qualidade rara de ver o que está diante dos olhos, como se apresenta, não substituído por alguma interpretação [...]. É esta a qualidade do artista que vê as cores aparentes da natureza como elas realmente são. [...] A segunda faculdade com que devemos armar-nos é uma discriminação resoluto que se perdura como um bulldog daquela característica que estamos estudando [...]. A terceira faculdade de que necessitamos é o poder generalizador do matemático que gera a fórmula abstrata que compreende a verdadeira essência da característica em estudo, purificada de toda mistura adventícia. (CP. 5.42)

Afirmando serem três as capacidades – a saber, *contemplativa*, *distintiva* e *generalizadora* – indispensáveis à identificação das características dos *fanerons*, Peirce desenvolve a sua tese das categorias universais, pertencentes a todo fenômeno. Para divisar suas categorias, o lógico faz minucioso estudo do modo como as coisas aparecem à consciência. Em última análise, ele se detém na maneira como os fenômenos se apresentam à mente.

Se, por um lado, sua lista de concepções se mostra simples, por outro lado, revela-se universal: porque constituindo toda e qualquer experiência, é elementar ou simples; porque necessária a todo e qualquer entendimento que se possa ter das coisas (reais ou fictícias), é geral ou universal.

Inicialmente descritas em referência ao pensamento, as categorias universais de Peirce, posteriormente, estenderam-se à natureza e foram aplicadas em diferentes campos como a física, a fisiologia e a biologia. Enfim, Peirce demonstrou que as categorias fundamentais estão presentes na natureza básica de todas as coisas, físicas ou psicológicas.

São três as categorias fenomenológicas de Peirce: *Presentness*, *Secondness* e *Thirdness* – traduzidas em *Primeiridade*, *Secundidade* e *Terceiridade*.

1.2.1. Primeiridade

O todo da consciência é composto de
qualidades de sensação, como o
espaço total é constituído de pontos e
o do tempo de instantes.
Charles S. Peirce

Se a consciência é puramente *qualidade*, está-se diante da Categoria-Primeiro. Correspondente ao acaso, à originalidade irrepetível e livre e à espontaneidade, a Primeiridade é o modo mais imediato do estar-no-mundo. “Ideia daquilo que é independente de algo mais” (CP. 5.66), a “qualidade de sentir” é a legítima representante do “presente em sua presentidade” (CP. 5.44). Está-se, assim, diante do sentimento sem reflexão, não referido a outra coisa qualquer, isento de pressuposto.

Suponha-se uma consciência em que não haja qualquer tipo de relação, que seja somente o sentido – de visão, tato, olfato, audição, gustação. Imagine-se, agora, o momento primeiro em que essa consciência trave contato com a composição a seguir, onde se vê um fundo laranja:



Figura 5 – Veja 2009

Este é o novo Terra: você deixa um pouco de você nele e leva um pouco dele com você.

O Terra mudou para mudar sempre. Está ficando mais integrado, participativo e simples de interagir. Acesse www.terra.com.br e participe dessa revolução.

O laranja intenso, em sua plenitude, tal qual se apresenta aos sentidos do observador, é autêntico representante dessa primeira categoria, do “imediate em sua imediatidade” (CP, *ibidem*).

Como se constata, a qualidade de sentir é a primeira forma de predicação das coisas experimentadas, predicação essa intrinsecamente rudimentar, vaga e imprecisa. A mera qualidade, ou *talidade* (*Suchness*), é, assim, um poder-ser (CP. 1.304) e, nesse sentido, revela-se como um quase-signo do mundo (SANTAELLA, 1983, p. 46).

1.2.2. Secundidade

É através de surpresas que a
experiência nos ensina tudo aquilo
que condescende a ensinar-nos.
Charles S. Peirce

Peirce salienta que o fenômeno da surpresa se revela esclarecedor em relação à Categoria-Segundo. Isso devido à ênfase dada a “um modo de consciência detectável na percepção” (CP. 5.52). O que se pretende dizer, com isso, é que a Secundidade diz respeito às noções de sensação e conflito. A qualidade de sentir é despertada pela excitação da experiência e, desse confronto, nasce um efeito. A essa comoção do eu para com o estímulo, a essa força reativa corresponde a secundidade.

Voltando ao exemplo da propaganda na qual o laranja intenso havia se apresentado em sua qualidade ao espectador, pode-se dizer que, quando esse laranja atinge os sentidos, excita-os de tal forma, que um efeito indiscernível lhe é subsequente (CP. 5.45). Está-se diante de “um modo de consciência detectável na percepção” (CP. 5.52) – consciência essa propiciada pela surpresa que o laranja causa. A percepção, assim sendo, diz respeito à incidência de uma ação sobre a outra.

A secundidade se identifica, portanto, como um movimento de ação e reação. Nele, sempre há algum objeto desencadeador de outro efeito – ou Segundo – que, pressupondo o Primeiro – ou seja, o mero sentir –, é anterior à mediação do pensamento articulado. Assim, também se constitui como um quase-signo.

1.2.3. Terceiridade

Simpatia, carne e sangue, aquilo que
me faz sentir os meus companheiros é
Terceiro.
Charles S. Peirce

Em uma de suas *Conferências sobre o pragmatismo (Conferência IV)*, Peirce explicita que Terceiridade, para ele, é sinônimo de “representação”: “[...] é a característica de um objeto que encarna em si – o Ser-Ente ou Mediação em sua

forma mais simples e rudimentar [...]” (CP. 5.104). A Categoria-Terceiro se traduz pela ideia do que se fez mediato entre um Segundo e um Primeiro. É nesse sentido que Peirce usa o termo *representação* – como um *Medium* do fenômeno.

Assim, o tal laranja intenso daquela propaganda, sem levar em conta o suporte e sem levar em conta a propaganda enquanto totalidade (somatório de signos), só o laranja intenso em mera e pura qualidade, independente de algo mais, é um primeiro, ao passo que esse mesmo laranja, ao imprimir à experiência um caráter factual, por estímulo a certa reação, é um segundo. Já a interpretação do laranja, integrante da composição verbo-visual da propaganda, posta na folha da revista, essa elaboração cognitiva é um terceiro. É nesse momento-terceiro que o laranja intenso pode ser entendido como um misto da cor que constitui a identidade visual do anunciante (o laranja médio do provedor Terra) e da cor da pele da pessoa negra que irrompe do fundo da composição: ao mesmo tempo que o rapaz carrega em sua composição plástica respingos do laranja do Terra, esse mesmo laranja carrega consigo a marca com que é visto identificado o negro: a cor *preta* da pele. É essa mistura que dá ao laranja a qualidade de ser mais *intenso*.

Nos processos de interação e de conhecimento de uma coisa, a consciência produz signos. É a partir da mediação sógnica que as coisas se instituem como objetos da experiência – é só se lembrar do exemplo do pelourinho. Ao perguntar o que algo *quer dizer*, o homem ativa determinado processo interpretativo e os signos se inter põem entre ele e os fenômenos. A mera qualidade é fugidia e rapidamente dá lugar à reação diante do fenômeno – que, por sua vez, instaura a interpretação: nasce, assim, a síntese intelectual.

Se o Primeiro e o Segundo têm perspectiva particular – por envolverem qualidades meras e efeitos –, o Terceiro tem, como essência, a generalidade. Diz respeito à formulação de proposições gerais, com base nas experiências frente aos objetos, das quais se extraem regularidades, noções, leis. Ao abstrair-se ideia geral de um ser, tem-se noção predicativa, que consiste em somatório do que se diz de muitos dos seres como aquele (*Generale est quod natum aptum est dici de multis*, como lembra Peirce, CP. 5.102).

O ser real, nessa medida, passa a constituir-se como aquilo que a ideia geral predicou – predicação essa imposta pela experiência tornada *hábito social* (CP. 5.102). Assim, também o *ser real* se constitui em abstração e generalidade, pois jamais é apreendido em sua totalidade e particularidade. A palavra *pelourinho* passa

a designar um objeto abstrato – o imediato –, somatório de todos os *seres* da série *pelourinho*, como *coluna de pedra* em sua particularidade – e essa designação é fruto do que a historicidade gerou.

A experiência se converte, desse modo, naquilo que “o fluxo de nossa vida nos impeliu a pensar” (SANTAELLA, 1983, p. 49-50). O mundo finda por manifestar-se, nesse sentido, como aquilo que a Mediação apresenta. Eis, na Terceiridade, a concepção de signo genuíno: um Primeiro que põe um Segundo, seu objeto, em relação a um Terceiro, seu interpretante (SANTAELLA, 2001, p. 40).

1.2.4. Primeiro, Segundo, Terceiro: em síntese, o signo

Três são os elementos constitutivos de todas as experiências e referentes às categorias universais: a Primeiridade é a categoria do sentimento ou mera qualidade de sentir; a Secundidade é o que confere à experiência o caráter de luta e conflito; e a Terceiridade é a própria síntese intelectual, a elaboração cognitiva.

Assim é que, estando o homem em um grupo social, o seu simples ato de olhar a tal propaganda, da qual salta o laranja intenso, já se sabe impregnado de signos, carregado de vir-a-ser interpretativo. Nesse raciocínio, é que se postula, neste trabalho, que a mera qualidade, livre de algo mais, pertence a esfera de veras inicial, que não chega a manifestar-se como tal; e que, também, ocorre o mesmo em relação à excitação provocada por um agente. Mera qualidade de sentir gera excitação que se externa em interpretação. A cognição, portanto, nasce como fruto dessa dialética.

Qualidade, reação e cognição, pois, as três categorias não podem ser tomadas de modo estanque, uma vez que a linha que as separa é bastante tênue. Se na primeira e na segunda categorias habitam signos não genuínos – formas quase-sígnicas –, na terceira categoria, funda-se o signo genuíno, triádico – e, porque triádico, fruto da relação entre as categorias anteriores.

A base do signo genuíno de Peirce tem como identidade, então, “uma relação triádica entre três elementos, dos quais um deve ser o fenômeno de Primeiridade, outro de Secundidade e o último de Terceiridade” (NÖTH, 1995, p. 64).

1.3. Triadicidade original do signo

O signo como tal carrega três referências: “*primeiro*, é signo para algum pensamento que o interpreta; *segundo*, é signo para algum objeto que se lhe equivale nesse pensamento; *terceiro*, é signo sob algum aspecto ou qualidade que o liga ao seu objeto” (CP. 5.283).

Está, assim, descrita, de modo preciso, a triadicidade original do signo genuíno. Pertencente à Terceiridade, é *representâmen* determinado pelo objeto – e determinante de certo efeito numa mente interpretativa, o chamado Interpretante do signo.

Entre as três entidades – signo, objeto e interpretante – se estabelece relação triádica: o objeto desperta-se pelo signo e este gera o interpretante. Essa relação foi representada em diagrama elaborado por Epstein (1997, p. 24) – a partir de esquema desenvolvido, com base na tese de Peirce, por Ogden & Richards (1976, p. 32) e bastante difundido no campo dos estudos semióticos – como se reproduz a seguir:

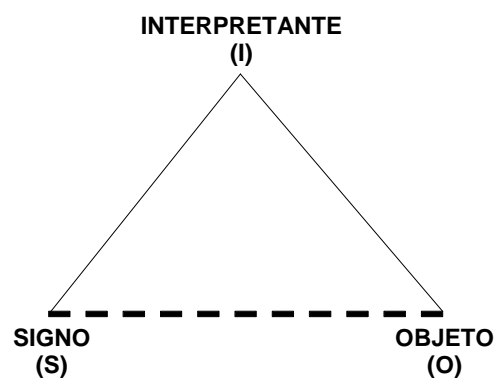


Figura 6 - Triângulo semiótico de Ogden & Richards

O fundamento do signo é, portanto, uma mediação entre o seu objeto e o seu interpretante. É pertinente, então, entender o signo como função ou correlação entre variáveis.

De forma abreviada, as noções sobre os três elementos constitutivos do complexo ser que é o signo assim se apresentam:

(a) Signo ou *representâmen*

É a propriedade, o caráter ou aspecto do signo que o torna apto a funcionar com tal.

(b) Objeto

Aquilo que está fora do signo, a que o signo reporta. É um ausente que se torna mediatemente presente graças ao signo.

(c) Interpretante

Resultado do efeito que o signo produz em certa mente interpretativa, é signo que interpreta o *representâmen* e, mediante esse processo, revela algo a respeito do objeto ausente.

Reitera-se que, por mais que o signo seja causado pelo objeto, só é possível a apreensão deste mediante aquele. Ressalta-se, ainda, que o interpretante pode ser *representâmen* de outro objeto e, nesse processo, pode produzir novo interpretante e se constituir, então, em novo signo.

Está posta a ideia da geração infinita de interpretantes, em inesgotáveis relações triádicas, muito bem representada como se segue:

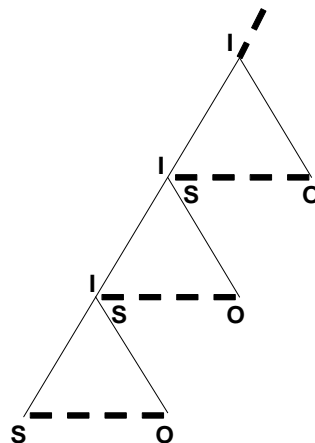


Figura 7 - Geração infinita de interpretantes
(COELHO NETTO, 2003, p. 66)

Se a semiose é a ação dos signos, claro fica que a ação própria dos signos é a de serem interpretados em outros signos. Na propaganda da marca de carros

Mitsubishi Motors (Figura 8), por exemplo, destacam-se os signos: a imagem do homem negro, sua indumentária, postura física e expressão facial; a imagem visual de parte do automóvel; a expressão verbal *off road*. Tais signos reportam aos respectivos ausentes – seus objetos *homem negro, com respectiva indumentária e expressão facial, automóvel* e esporte que pressupõe deslocar-se por locais acidentados, como o trajeto Paris-Dakar –, que se fazem presentes pela mediação sónica. A ação desses signos, na mente interpretante, faz surgirem outros signos, os interpretantes, quais sejam aqueles referentes às noções de *realeza, poder econômico, coragem e aventura* – todos eles como qualidades do produto (Mitsubishi Pajero Dakar) promovido para venda.



Figura 8 – Época 588

Para proceder à descrição mais aprofundada dos elementos constitutivos do signo, é preciso registrar que, na verdade, o signo possui dois objetos e três interpretantes. Essa pormenorização é fundamental para que se chegue à classificação dos signos.

1.3.1. O objeto são dois

A entidade pela qual o signo “está”, na verdade, são dois objetos: o dinâmico e o imediato.

(1º) Externo ao signo, o objeto dinâmico é aquilo que determina o signo e a que o signo se aplica. O referido – denotado, indicado ou sugerido – pelo signo traduz-se como aquilo com que o intérprete deve estar familiarizado. Afinal, “nenhum signo pode ser entendido [...] a não ser que o intérprete possua ‘familiaridade colateral’ com o Objeto” (CP. 8.183). Por dizer respeito a todo contexto dinâmico, particular, à realidade circundante, o objeto dinâmico é mais amplo do que o signo. O *ser negro*, em sua totalidade de ser, é o objeto dinâmico do signo *negro*, é propriamente o ser humano que a antropologia, por exemplo, propõe-se a investigar.

(2º) O objeto imediato, em contrapartida, interno ao signo, é aquilo referente ao modo como o objeto dinâmico apresenta-se, indica-se ou representa-se no signo. Diz respeito à maneira segundo a qual o signo apreende o objeto dinâmico; e é, dessa forma, o objeto através do qual o signo se relaciona com o objeto dinâmico. Por compreender o recorte que o intérprete faz ou deve fazer, no contexto, do objeto dinâmico, eis que o objeto imediato surge como especificidade, como “conhecido no signo e sendo, portanto, uma Ideia” (CP. *ibidem*).

Se o *ser negro* é conhecido, não em si como ser, mas como parcela, recorte – e conhecido como sinônimo de *mão de obra indolente*, como *atraso*, como o apreendiam vários abolicionistas à sombra das teorias advindas das *Luzes* (SANTOS, 2005) – tem-se o *ser negro* assim constituído como um objeto imediato, objeto através do qual o signo interpela a realidade – esta, no caso, o negro em sua dinamicidade. Se uma propaganda, como a do *Mitsubishi Motors* (Figura 8), apresenta uma imagem visual do negro ornada de itens que remetem à elegância e à realeza, traz à cena outro objeto imediato para o mesmo objeto dinâmico *ser negro*: agora recortado como sinônimo de sofisticação e poder¹⁰. O objeto dinâmico, como se constata, é a

¹⁰ A propaganda integrou campanha criada pela agência África, de Nizan Guanaes. Para maiores informações, ver capítulo 5, seção 5.4.2..

apreensão do *ser negro* segundo certo enquadramento, a face capturada do prisma – emanção do objeto dinâmico.

Levando em conta a existência desses dois objetos, o triângulo semiótico pode ser redesenhado, como a autora deste estudo propõe a seguir:

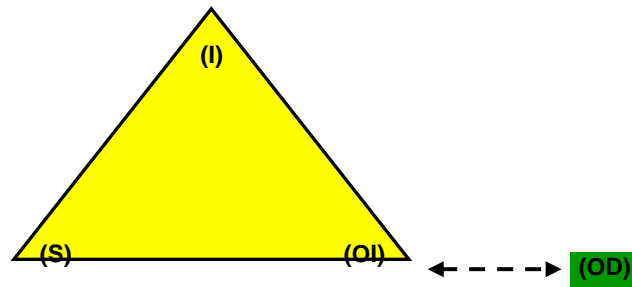


Figura 9 – Triângulo semiótico e seus dois objetos

LEGENDA
INTERPRETANTE (I)
OBJETO DINÂMICO (OD)
OBJETO IMEDIATO (OI)
SIGNO (S)

1.3.2. O interpretante são três

Se o *representâmen* é a primeira faceta do signo, e o objeto, a segunda – uma interface com aquilo a que o signo se aplica –, o interpretante é a terceira faceta, indispensável para que o signo aja como tal.

O interpretante, processo de interpretação continuamente evolutiva do signo (SANTAELLA, 2001, p. 47), apresenta-se em três níveis: *imediate, dinâmico e final*.

- (1^o) O interpretante dinâmico é o efeito que o signo efetivamente produz na mente interpretadora. Assim como o objeto dinâmico, pertence ao mundo fora do signo. É, ao mesmo tempo, singular e plural: singular, porque particular, efetivado em cada mente interpretadora; plural, porque não se esgota em um só interpretante.

O efeito produzido pode, por sua vez, ter três níveis: (1^o) emocional, quando se realiza como qualidade de sentimento; (2^o) energético, quando é

da ordem do esforço, físico ou psicológico; (3º) lógico, quando funciona como uma regra de interpretação. Como se verifica, na compreensão desses níveis, de novo, ressurgem as três categorias universais.

(2º) O interpretante imediato diz respeito àquilo que o signo está apto a produzir como efeito, é o seu potencial ainda não atualizado no signo, antes de ele encontrar uma mente interpretadora. Refere-se, pois, à “propriedade objetiva de seu fundamento, de um caráter que lhe é próprio” (SANTAELLA, 2001, p. 47).

(3º) O interpretante final se define como o último efeito que o signo produziria em certa mente interpretadora, caso a semiose fosse levada a tal ponto que se esgotassem todos os interpretantes dinâmicos. Sabendo-se que o processo evolutivo da semiose é infinito, eis que o interpretante final surge como virtualidade: nunca se efetiva.

Assim é que a imagem visual do negro posto na propaganda lida anteriormente (Figura 8) – e mesmo a propaganda como totalidade sígnica – carrega consigo potencial significativo inerente à sua natureza, ainda que não tenha encontrado interlocutor para instaurar o processo; ou seja, ele, o signo, é dotado de interpretante imediato. A partir do momento que se estabelece a interação comunicativa, isto é, que o signo visual *homem negro* – e o todo do constructo sígnico – encontra um leitor apto a interpretá-lo, tem-se o interpretante dinâmico: o leitor contempla a imagem e esta, tendo afetado a sua mente, gera uma conclusão lógica.

Aprimorando-se o triângulo semiótico, acrescentando-se-lhe mais essas informações, ele ganha novos elementos:

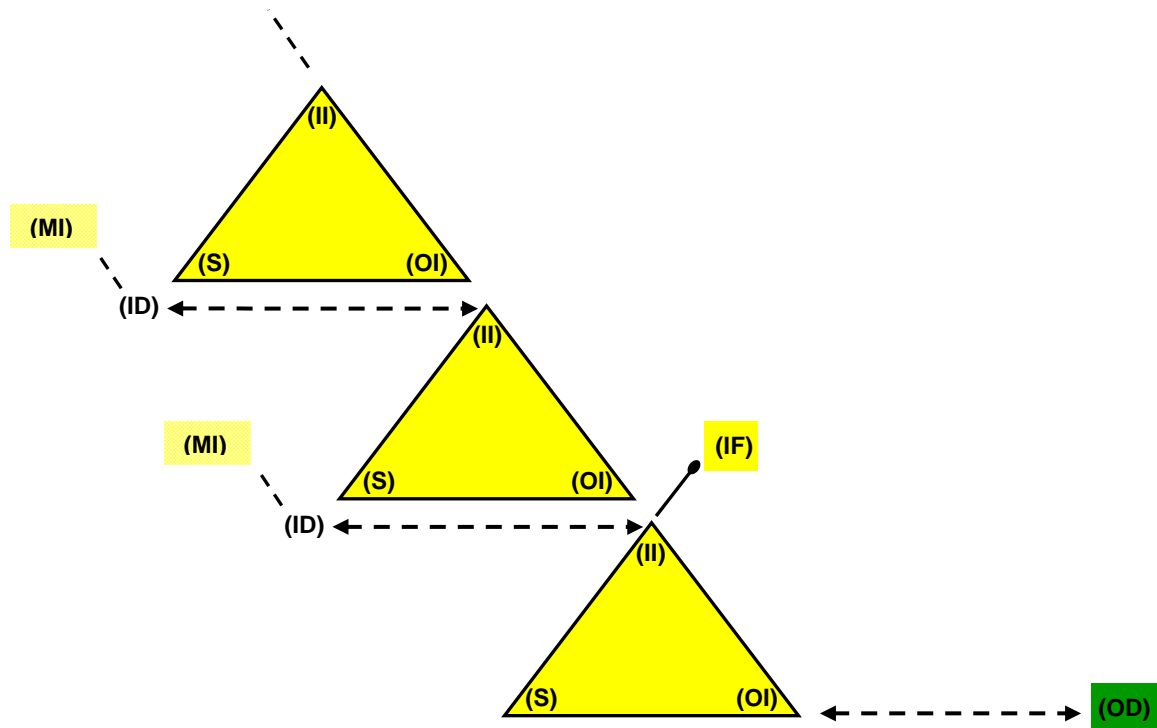


Figura 10 – A semiose e a geração infinita de interpretantes

LEGENDA

INTERPRETANTE DINÂMICO (ID)
 INTERPRETANTE FINAL (IF)
 INTERPRETANTE IMEDIATO (II)
 MENTE INTERPRETADORA (MI)
 OBJETO DINÂMICO (OD)
 OBJETO IMEDIATO (OI)
 SIGNO (S)

É a partir dessa distinção que se torna compreensível a observação de Peirce sobre o interpretante como “tudo aquilo que é explícito no signo extraído do contexto e das circunstâncias da verbalização” (CP. 5.473). O interpretante *extraído* nada mais é do que o interpretante imediato ainda não atualizado no signo.

A tal coluna de pedra situada em uma praça, ainda que não encontrada por quem quer que seja, ainda que encontrada por alguém sem qualquer repertório para compreendê-la, mesmo assim tem seu interpretante imediato, interno à natureza do objeto tomado de violência impingida em certo período histórico. Essa é a propriedade objetiva do signo para significar, advinda de seu fundamento (caráter que lhe é inerente, construído na história).

Ao encontrar um intérprete apto a realizar a interpretação, passa-se ao âmbito do interpretante dinâmico, aquele efetivado na mente do intérprete. O pelourinho

encontrado na praça pela pessoa desavisada carrega caracteres, aspectos próprios – pedras assentadas umas sobre as outras, perpendicularmente ao chão, sobre um pedestal, formando um mastro, na extremidade superior do que há ganchos de ferro – aspectos tais que se repetem em outros pelourinhos. Essas propriedades da coluna podem fazer o intérprete: (A) encantar-se com as formas da coluna – e aí se tem o *interpretante emocional*; (B) ficar curioso em relação à coisa descoberta e sua origem, o que irá instigá-lo à busca de compreensão – esforço esse que é da ordem do *interpretante energético*; e (C) produzir conclusões acerca da construção – e aí se tem o *interpretante lógico*.

Se o intérprete, no entanto, for um historiador, um sociólogo, um antropólogo, ou seja, alguém com grande familiaridade com o objeto dinâmico, decorrente de experiências prévias e de conhecimento acumulado sobre, por exemplo, o processo de escravização brasileira e seus métodos, o interpretante lógico nascerá de imediato. Uma vez internalizadas as leis referentes a um signo – e, no caso, o pelourinho, surge ao observador como signo do referido momento histórico – os interpretantes emocional e energético serão praticamente imperceptíveis.

1.4. Os signos em classes

Dada sua perspectiva pansemiótica, Peirce toma os signos e os distribui em classes, tendo por pressuposto o comportamento de cada um dos três constituintes do ser do signo, a saber, uma qualidade (luz fosca que é apreendida distraidamente, incidente sobre um objeto construído), um existente (o objeto construído propriamente) e uma lei (as palavras que representam esse objeto), em cada uma das três categorias universais.

Da relação do fundamento do signo (propriedades que o habilitam a funcionar como signo) ou *representâmen* consigo mesmo, com o seu objeto dinâmico ou com o seu interpretante – relações essas manifestadas na Primeiridade, Secundidade e Terceiridade – surgem nove tipos de signos, organizados em três grandes grupos gerais, as chamadas tricotomias.

1.4.1. As tricotomias

1.4.1.1. Primeira tricotomia: o signo em relação a seu *representâmen*

Quando se observa o signo em referência a si mesmo (no seu modo de ser, como aparece – o seu *representâmen*), o signo pode ser: (1º) qualissigno, ou seja, qualidade pura e indivisível ou sentimento vago que atua como signo (a visão da cor laranja); (2º) sinsigno, ou seja, um existente singular, concreto em qualquer mundo que existe que é um signo (uma edificação avistada); e (3º) legissigno, algo com caráter geral, de lei, apto a governar ocorrências particulares na forma de uma convenção (a macroestrutura de um texto como este, acadêmico, as normas de distribuição de conteúdos e de exposição dos mesmos, por exemplo).

1.4.1.2. Segunda tricotomia: o signo em relação a seu objeto dinâmico

Se o signo é descrito do ponto de vista das relações possíveis do seu fundamento com o seu objeto dinâmico, se o fundamento for um qualissigno, ou seja, aquilo que o objeto imediato sugere, signo capaz de representar seu objeto em vista de qualidades similares que possui, ele será um (1º) ícone (o laranja intenso como qualidade mera); se o fundamento do signo for um sinsigno, ou seja, aquilo que o objeto imediato indica, signo *existencialmente conectado*, por causalidade, a seu objeto (SANTAELLA, 2001, p. 51), ele será um (2º) índice (o laranja como cor extensiva ao portal da empresa Terra); se o fundamento do signo for um legissigno, ou seja, aquilo que o objeto imediato do signo representa, segundo convenção e, por isso, dotado de caráter geral, ele será um (3º) símbolo (o laranja intenso representando a adesão do sujeito negro aos serviços promovidos).

1.4.1.3. Terceira tricotomia: o signo em relação a seu interpretante

Ao tomar-se o fundamento do signo nas relações com os interpretantes possíveis de serem gerados, desde que o fundamento seja uma qualidade, seu objeto será sugerido e o interpretante gerado será um (1º) rema – do grego *rhêma*, *palavra*, *fala*, *objeto do discurso* –, termo, nome de classe ou nome próprio que surge como hipótese, conjectura (a qualidade de uma composição visual que lembra uma propaganda impressa); desde que o fundamento seja um sinsigno, seu objeto será indicado e o interpretante gerado será um (2º) dicente, signo de existência real que gera, como consequência de si, uma proposição (pessoa em cuja cabeça se vê um turbante ornado com joias que sugere um rei); desde que o fundamento seja um legissigno, seu objeto será representado e o interpretante gerado será um (3º) argumento, signo que, representativo e participante do discurso lógico, é mais estendido que o do nível proposicional e gera sequências de premissas e conclusões lógicas (um carro que, por estar disposto ao lado de uma pessoa trajada luxuosamente, impregna-se de sofisticação). Como se conclui, qualidades sugerem, existentes indicam e leis representam.

1.4.1.4. Sobre as tricotomias

Eis o mapeamento das três grandes e mais famosas tricotomias sígnicas estabelecidas por Peirce. Tendo em vista combinações lógicas entre esses nove tipos de signos, Peirce estabeleceu dez classes de signos:

	SIGNO	OBJETO	INTERPRETANTE
PRIMEIRIDADE	qualissigno	ícone	rema
SECUNDIDADE	sinsigno	índice	dicente
TERCEIRIDADE	legissigno	símbolo	argumento

CLASSES DE SIGNOS	
1	qualissigno ícone rema
2	sinsigno ícone rema
3	sinsigno índice rema
4	sinsigno índice dicente

5	legissigno ícone rema
6	legissigno índice rema
7	legissigno índice dicente
8	legissigno símbolo rema
9	legissigno símbolo dicente
10	legissigno símbolo argumento

Figura 11 – Quadro das classes de signos de Peirce

Posteriormente, o estudioso delineou novas tríades, levando em conta outros elementos do signo, como o objeto imediato e o interpretante imediato. Daí, surgiram mais sete tríades que, somadas às três aqui descritas, resultaram em dez tricotomias – as quais, combinadas, possibilitaram a Peirce chegar ao estabelecimento de sessenta e seis classes de signos. De teor abstrato, as tricotomias, em linhas gerais, demarcam classes que, muito raramente, são encontradas em estado puro nas linguagens concretas. É importante ter em mente que, como lembra Santaella (1983), “na produção e utilização prática dos signos, estes se apresentam amalgamados, misturados, interconectados” (p. 69).

Sobre as três tricotomias aqui estudadas, é necessário ressaltar que, de acordo com Santaella (idem) elas têm importância para: (a) permitir o reconhecimento das especificidades dos signos; e (b) propiciar a apreensão não só de cada especificidade sígnica, mas também da própria natureza de modo mais perspicaz (p. 70).

A criação de conceitos e dispositivos de questionamento e de investigação por parte da semiótica peirceana possibilita não só descrever, mas também analisar e interpretar as linguagens. Tais conceitos e dispositivos se sabem, dessa forma, como fundamentos para que se desenvolvam pesquisas nos mais variados campos do conhecimento, como as artes visuais, a literatura, a música, a arquitetura, a dança e a propaganda.

No âmbito dessas e de outras linguagens, a semiótica de Peirce tem papel decisivo

[...] nas atividades de leitura e de inteligibilidade dos mais diversos processos e produtos de linguagens: um poema, um teorema, uma peça musical, um objeto utilitário, uma praça pública, um rito, um discurso político, uma peça de teatro, um filme, um programa de televisão, um ponto de luz, uma nota musical prolongada, o silêncio. (SANTAELLA, 1983, p. 70-71)

1.4.2. O signo na relação com o seu objeto dinâmico

Das três tricotomias, a que se apresenta – e é tida por Peirce – como a de maior relevância é a segunda. Isso se justifica, como ressalta Nöth (1995), porque a segunda tricotomia, ao tratar das relações entre o signo e o seu objeto dinâmico, remete às relações entre o intérprete e o seu ambiente semiótico, observando os efeitos dos signos sobre o intérprete nas situações de comunicação (idem, p. 89). Posto isso, passa-se, a seguir, à apreciação especial dessa segunda tricotomia.

1.4.2.1. O ícone

Ícone: do grego *eikôn*, *ónos*, *imagem*, *simulacro*, *semelhança* (HOUAISS, s.u.). Antes que a etimologia possa sugerir uma descrição reducionista do signo icônico, é preciso lembrar que ela faz saltar uma propriedade da imagem: a qualidade de sua aparência.

O que define o ícone, em linhas gerais, é a sua identidade qualitativa. Na relação com o seu objeto, o ícone nasce como signo em que as qualidades se apresentam e se dão à contemplação.

Conforme salienta Santaella (1983),

[...] se algo aparece como pura qualidade, este algo é primeiro. É claro que uma qualidade não pode aparecer e, portanto, não pode funcionar como signo sem estar encarnada em algum objeto (p. 63).

Na propaganda do portal Terra (Figura 8), o fundo laranja é tão forte e pleno, que parece saltar para o primeiro plano e ocupar o papel de “protagonista” da composição. Tem-se a qualidade funcionando como signo – e isso se deve ao fato de ela se dirigir para alguém e, na mente desse alguém, produzir “alguma coisa como sentimento vago e indivisível” (SANTAELLA, idem). Seu objeto, portanto, é, exatamente, esse *sentimento vago*, “visto que sua qualidade, na sua pureza de

qualidade, não representa nenhum objeto. Ao contrário, ela está aberta e apta para criar um objeto possível” (id. *ibid.*). Se qualidades não representam, mas, antes, apresentam-se, o ícone, na verdade, é um quase-signo, “algo que se dá à contemplação” e que, pois, tem, como objeto, uma “mera possibilidade” (id. *ibid.*).

Sendo, na relação com seu objeto, mera qualidade, o objeto do ícone é simples possibilidade: “do efeito de impressão que ele está apto a produzir ao excitar nosso sentido” (SANTAELLA, 1983, p. 64). Exatamente por não representarem coisa alguma, a não ser qualidades, formas e sentimentos (visuais, sonoros, táteis), os ícones têm alto poder de sugestão (*idem*). Nessa medida, qualquer qualidade pode ser substituta de qualquer coisa que a ela se assemelhe, o que justifica a proliferação de ícones e o fato de eles serem capazes de produzir, na mente do intérprete, as mais inusitadas relações de comparação.

Na propaganda da INFRAERO (Figura 12), a disposição dos elementos que constituem a ilustração posta no centro da página (bancos e pessoas, com as respectivas bagagens) pode muito bem resultar em um contorno que lembre a imagem visual de uma ave ou de uma aeronave (note-se que o texto verbal faz referência à preocupação da empresa com uma *política ambiental* e que a ilustração tem, ao fundo, uma área verde). Essa pode ser uma relação de comparação inusitada para alguns, mas que, nem por isso, descarta-se como possibilidade. O ícone puro, portanto, não chega a realizar-se como signo, mas sim como uma possibilidade de *vir-a-ser-signo*, como um quase-signo.



Figura 12 – Época 579

Dentro do universo do ícone, no entanto, há uma modalidade de signo que se define por traduzir relação de semelhança com o seu objeto. Trata-se do hipoícone, signo que se estabelece por correspondência relacional com o seu objeto, ou seja, por carregar, em si, traço comum com o objeto e estabelecer, com este, certa similitude. Ocorrendo no nível do parecer, sua forma sensível é “compósito sintagmático de linhas, traços e cores” (SIMÕES, 2003, p. 42), modelado de tal modo, que contém qualidades que também participam do ser do objeto. Trata-se do que, em sentido lato, costuma-se nomear como ícone.

Vejam-se seus subtipos:

- (1º) Se ele guarda relação com o objeto pelo fato de a qualidade de sua aparência ser semelhante à qualidade da aparência do objeto que a imagem representa (SANTAELLA, 1983, p. 65), está-se diante da imagem, um

hipoícone de primeiro nível, materializado em desenhos e pinturas figurativas, por exemplo – signo de Primeiridade.

(2º) Se o hipoícone traduz as relações entre as partes de seu objeto, valendo-se, para isso, de relações análogas em suas próprias partes, tem-se um hipoícone de segundo nível, caracterizado em diagramas, plantas baixas e maquetes – e, sendo, assim, por expressar relações diádicas entre as suas partes, um signo de Secundidade.

(3º) Se o signo nasce da justaposição entre dois ou mais signos, de tal modo que o significado convencional dos mesmos é posto em interseção, tem-se um hipoícone de terceiro nível, como é a metáfora, que faz nascerem relações de semelhança entre ideias expressas por esses dois signos. Nesse nível, do paralelismo entre dois elementos surge um terceiro – o que significa que o hipoícone desse nível é da ordem da Terceiridade.

Segundo Décio Pignatari (1980), no caso do hipoícone do tipo metáfora verbal, todas as formas fogem às relações hierárquicas e classificatórias, já que se “rompe a hipotaxe, a lógica, o conceito, o sintagma” e, por conseguinte, o automatismo verbal. Assim, “o ícone invade o corpo verbal, baratinando-o em som e música, fala e cor, tempo e espaço e impedindo-o de discursar e de afirmar o que quer que seja fora de si mesmo” (p. 12-13). Em outras palavras, imprime-se ao verbal o caráter de arte.

Vejam-se as propagandas a seguir, em que há a exploração de signos icônicos.

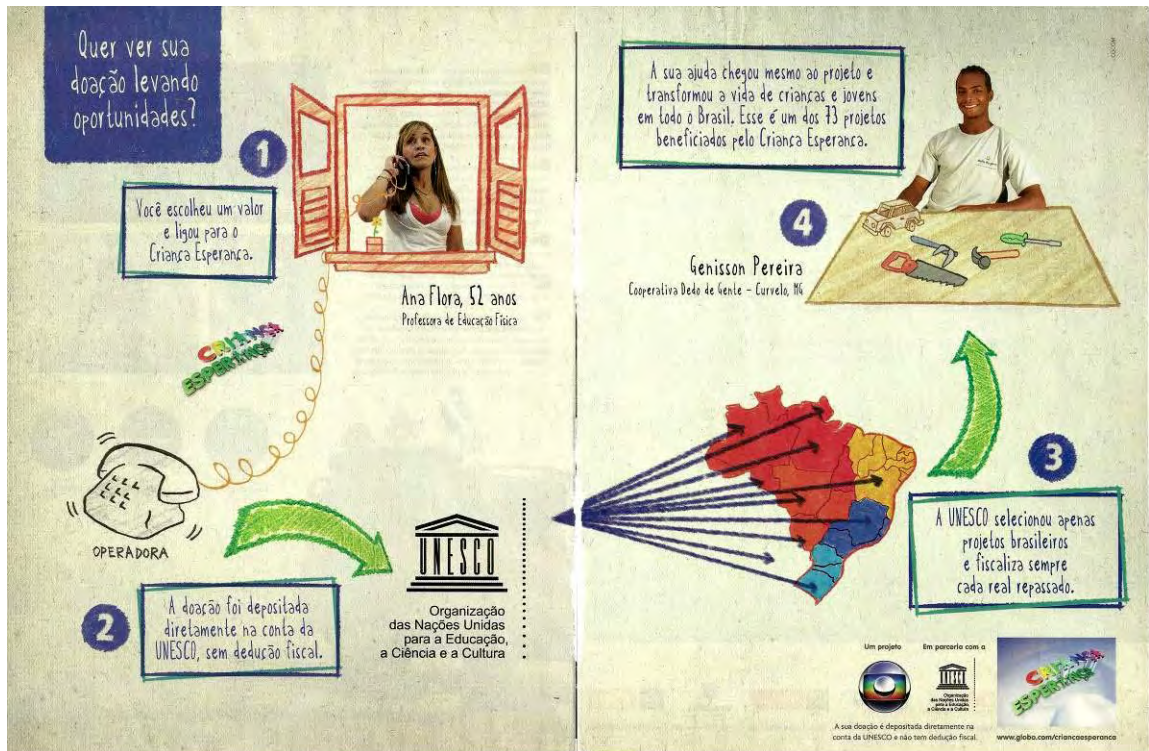


Figura 13 – Época 584

A peça acima, que integrou a campanha Criança Esperança/2009 (Rede Globo de Televisão), contém hipoícones que se assemelham, pela qualidade de sua aparência, à qualidade da aparência de seus objetos, como as fotografias das pessoas e os desenhos da janela, do telefone e da mesa de ferramentas. Além desses, há outros hipoícones, que traduzem relações análogas entre as partes do signo e do objeto, como o desenho do mapa do Brasil, que imita o contorno provável do espaço geográfico que constitui o país e como o esquema elaborado (em que, na constituição, entram os hipoícones já referidos) para expressar, visualmente, o processo de doação/recepção do benefício.

Na próxima propaganda (Figura 14), da indústria Braskem (que produz resinas termoplásticas), a imagem dos objetos plásticos que compõem a ilustração (balde, barraca, banqueta e os três recipientes sobre a mesma) aparece superposta por uma rede de cadeias químicas – na verdade, uma qualidade da constituição desses elementos. Assim, esse tecido de cadeias químicas surge como hipoícone das referidas imagens.

A Braskem não fabrica sonhos. Mas fabrica a matéria-prima com a qual os sonhos são feitos.

Exportação para mais de **60** países

Petroquímica brasileira

entre as 3 maiores das Américas

Lidera América Latina

PRODUÇÃO DE MAIS DE **11.000.000** DE TONELADAS POR ANO

O MAIOR E MAIS MODERNO CENTRO DE TECNOLOGIA E INOVAÇÃO DA PETROQUÍMICA NA AMÉRICA LATINA

169 PESQUISADORES

MAIS DE **240** PATENTES

RESINAS TERMOPLÁSTICAS POLIÉTERO, POLIPROPILENO, PNC, PETROQUÍMICOS BÁSICOS

18 unidades industriais em 4 estados

Braskem
O mundo, as pessoas e a Braskem

Figura 14 – Época 593

Na peça do projeto *Aprendiz Legal* (Figura 15), exploram-se as relações diádicas entre partes: observe-se que o contorno do vão visto na imagem da parede equivale ao contorno da imagem do rapaz que fala ao telefone. Vale ressaltar que, se o objeto do signo *vão* é a fotografia do rapaz, esta também é hipóicone, dessa vez, do objeto dinâmico *pessoa jovem do sexo masculino*.

Na propaganda do programa *Ação Fome Zero* (Figura 16), observa-se uma justaposição no nível verbal. Às ideias de *eficiência na gestão da merenda escolar* e de *construção de cidadania* correspondem os itens “(A) Cuidar da merenda” e “(B) alimentar a cidadania”; e, do paralelismo estabelecido, é gerada uma metáfora: “Cuidar da merenda é alimentar a cidadania”. Um hipóicone de Terceiridade, portanto.

Para encerrar a exemplificação de hipóicones, tem-se a propaganda da rede de lanchonetes McDonald’s (Figura 17), em que os balões (que, por sua forma, na linguagem dos quadrinhos, representam o pensamento das personagens) emolduram conteúdos que, também justapostos, desencadeiam uma analogia, no nível visual, entre as qualidades nutricionais de um misto de frutas e as do lanche anunciado.



Figura 15 – Época 600



Figura 16 – Época 572



Figura 17 – Época 578

1.4.2.2. O índice

O índice é a espécie de signo que nasce em virtude de ser diretamente afetado pelo objeto. Existente concreto e real, ele se define pela conexão de fato que apresenta “com o todo do conjunto de que é parte” (SANTAELLA, 1983, p. 66). Sua relação com o seu objeto é a de contiguidade, visto que é espécie de extensão do seu objeto.

Na verdade, tudo que existe é um índice ou pode funcionar como tal, bastando, para isso, que se identifique conexão extensiva ao objeto, de que o índice participa. Assim, tudo que guarda relação factual com o objeto e encontra mente interpretadora que verifique as conexões é índice.

Tendo por identidade apontar para o seu objeto, do qual é parte, o índice estabelece relações diádicas entre *representâmen* e objeto – tendo, tais relações, sobretudo, “o caráter de causalidade, espacialidade e temporalidade” (NÖTH, 1995, p. 82). Eis, portanto, um signo que participa da categoria de Secundidade.

No nível verbal, nomes próprios, por serem extensivos a certo indivíduo particular, são signos indiciais. Também o são os pronomes, os artigos e as preposições, por tratar-se de elementos a cumprir papel dêitico ou a estabelecer relações entre partes textuais. Conforme denomina Santaella (1983), são *palavras-seta*, já que *apontam para tempos e lugares*, com o objetivo de fornecer referências aos enunciados (p. 68).

Outra realização indicial é a metonímia, figura que nasce da contiguidade entre dois elementos, de modo que traços do significado de um deles prolongam-se ao de outro.

Os índices, dessa forma, pertencem ao domínio da experiência e da realidade empírica e cumprem a função de assinalar algo como existente *aqui e agora* (WALTER-BENSE, 2000, p. 16-17) – lembrando-se, sempre, de que essa *existência* pode dar-se nos mais variados planos, como o real ou o ficcional, por exemplo.

Claro está que os índices são impregnados de qualissignos. No entanto, ao contrário dos ícones, não funcionam como signos por suas qualidades, mas sim por seu caráter físico-existencial, por apontar para o seu objeto, de que participa.

Veja-se o exemplo a seguir, uma propaganda do Governo do Estado do Ceará, em que se divulgam as ações referentes à promoção da segurança pública:



Figura 18 – Época 595

No texto, identificam-se índices no nível da linguagem verbal, entre os quais se destacam: (A) o substantivo próprio “Ceará”, extensivo ao estado cujas ações são promovidas na propaganda; (B) o pronome demonstrativo “este”, elemento, a um só tempo, dêitico – por apontar para a situação (*estado mais seguro*) ilustrada na composição – e coesivo, com papel catafórico no enunciado: “Este é o novo Ceará: mais crescimento, mais oportunidade e mais segurança.”.

No nível não verbal, as relações indiciais se manifestam à medida que a noção de segurança (representada na fotografia, em que prevalecem elementos da natureza, em meio à luz do por do Sol) é uma extensão da ação policial (representada pela imagem do carro e dos agentes da ronda).

Já na peça assinada pelo Grupo Santander Brasil (Figura 19), mãos de crianças – que pintam um cartaz em que se lê o signo “juntos” – são remissivas aos indivíduos que participam da ação social anunciada pela instituição (clientes, funcionários, fornecedores), que destina verba aos Fundos Municipais dos Direitos da Criança e do Adolescente (como informa o texto verbal). Metonímias, as mãos

revelam algo sobre os objetos dinâmicos a que são contíguas: trata-se dos assistentes e eles são, exclusivamente, brancos (note-se que os negros estão entre os assistidos, nas imagens que representam fotografias, no canto inferior esquerdo).



Figura 19 – Época 601

1.4.2.3. O símbolo

O símbolo, segundo Peirce (CP. 5.73), é *representâmen* cuja função é preenchida sem guardar qualquer similaridade, analogia ou ligação factual com o seu objeto. Nada há, no símbolo, de qualidades ou vinculações com o objeto. Esse é, portanto, o tipo de signo que se relaciona com o seu objeto por ser portador de lei, fruto de convenção ou pacto coletivo.

Ao contrário do ícone e do índice, que têm a propriedade da particularidade, o símbolo é o tipo de signo cujo objeto é um geral. Conforme salienta Walter-Bense (2000), os símbolos podem ser concebidos “como variáveis que abarcam uma multidão de objetos, de tal modo que cada objeto singular concreto é um elemento dessa multidão de objetos” (p. 19).

Em suma, o objeto de um símbolo é uma abstração, somatório de todos os objetos particulares que formam aquela série. Do mesmo modo, na produção de interpretantes, o que nasce são também ideias gerais. Reportando-se a objeto geral e a conceito abstrato, tal tipo de signo só é símbolo por ser interpretado como *representâmen* (CP, *ibidem*).

Os dois textos que seguem trabalham noções gerais e, portanto, manipulam signos simbólicos. Na propaganda da Petrobras (Figura 20), em que se promove o gás Liquegás, as imagens das quatro pessoas que compõem a ilustração simbolizam o somatório de todos os trabalhadores, que, segundo o texto verbal do anúncio, são sinônimo de *qualidade, confiança e simpatia* – ou *o melhor da Petrobras*. Deduz-se que a empresa pretende, com o arranjo multirracial, construir, também, um símbolo de diversidade (embora essa noção não esteja manifesta através do verbal).

Na propaganda (Figura 21) do Fundo Amazônia (BNDES/Governo Federal), apresentam-se, em diversos quadros, imagens de símbolos da Amazônia: o rio Amazonas, o açaí, a onça pintada, a árvore (sob a metonímia de uma casca de árvore) e a vitória-régia. Em meio a esses símbolos naturais, veem-se a imagem de pessoas em embarcação – indivíduos esses que simbolizam as populações locais – e a de mãos que seguram e mostram um punhado do produto do trabalho (colheita do açaí), armazenado nas sacas, postas em segundo plano. Observe-se que os signos referidos se apresentam, a um só tempo, como: (A) ícones (ou, precisamente, hipoícones), dada a semelhança com os objetos; (B) índices (mãos e punhado de açaí), por remeterem a seus objetos; e (C) símbolos, por sua força de generalização (rio, animal, vegetais, pessoas, fruto representam *todos* aqueles que *ganham* com o Fundo Amazônia).



Figura 20 – Veja 2138

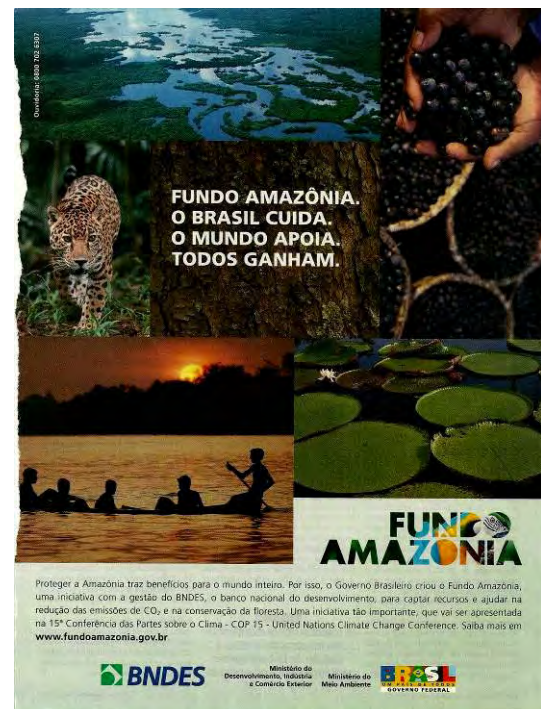


Figura 21 – Época 603

Quando você pede o gás da Liquegás, o melhor da Petrobras também vem junto.

Toda vez que você pede o gás da Liquegás para a sua casa, comércio ou indústria, está recebendo a qualidade Petrobras junto. É o mesmo padrão de confiança que você já conhece nos produtos e serviços da marca Petrobras em todo o Brasil, com a mesma simpatia no atendimento e rapidez na entrega. Liquegás é da Petrobras.

Proteger a Amazônia traz benefícios para o mundo inteiro. Por isso, o Governo Brasileiro criou o Fundo Amazônia, uma iniciativa com a gestão do BNDES, o Banco Nacional do desenvolvimento, para captar recursos e ajudar na redução de emissões de CO2 e na conservação da floresta. Uma iniciativa que vai ser apresentada na 15ª Conferência das Partes sobre o Clima – COP 15 – United Nations Climate Change Conference. Saiba mais em www.fundoamazonia.gov.br

Habitam o símbolo, como se constata, noções – hábito, regra, lei, memória – da categoria da Terceiridade. À medida que tal signo faz surgir como interpretante outro tipo geral – que, para ser interpretado, solicita outro signo –, o símbolo é signo triádico genuíno e expressa a semiose – guardadas as limitações ideológicas, ou seja, das representações de mundo impostas pela historicidade – em sua plenitude e infinitude.

No nível do verbal, a palavra é símbolo por excelência. Signo de lei e geral, ela está por um objeto abstrato, que agrega todos os objetos particulares nomeados. Peirce salienta que “a palavra vive na mente daqueles que a empregam” (CP, 2.230) e em suas memórias está sempre presente. Assim, uma palavra como *negro* tem como referente uma ideia geral a respeito dos seres que designa – ideia essa

construída historicamente e guardada na memória. É nessa linha de raciocínio que Peirce afirma que “as palavras provocam mesmo efeitos físicos” (CP. 5.106). Levando em conta tratar-se de símbolos, eis que a ação das palavras é puramente lógica e não especificamente sobre a matéria.

Símbolo verbal: aspectos indiciais e icônicos

O símbolo verbal – entidade triádica – e, pois, signo genuinamente de Terceiridade, exatamente por tal característica, participa não só de sua categoria, mas também da Secundidade e da Primeiridade.

Pura abstração, o símbolo deve carregar consigo caracteres indiciais, para que se proceda à ancoragem nas singularidades e particularidades dos objetos e situações do mundo. Assim, há palavras com potencial indexical: é o caso dos signos linguísticos com papel dêitico. São esses elementos os que fincam as ideias em referências espaço-temporalmente especificadas.

Mas não são apenas os caracteres indiciais os que o símbolo traz embutidos: há, ainda, os icônicos. Signos da generalidade, os símbolos devem estabelecer correspondências relacionais na estrutura interna das frases. Os diagramas sintáticos, bem como a ordem das palavras e a justaposição analógica entre as mesmas são ingredientes da natureza do ícone – ou, mais precisamente, do hípoícone – que promovem a compreensão textual. Também as onomatopeias são signos icônicos, dada a sua aparência fônico-visual assemelhar-se à aparência do seu objeto: a camada fônica com que estabelecem correspondência relacional.

A iconicidade, denominada por Nöth (1995) como “similaridade entre relações abstratas e homologias estruturais” (p. 80) – e, em especial a iconicidade no plano verbal, teoria desenvolvida por Simões (2009) –, interesse no âmbito das investigações sobre cognição, será focalizada em capítulo posterior (cf. capítulo 3).

2. SIGNO: MATERIALIDADE DO MUNDO SEMIÓTICO

Tudo o que existe na experiência humana deve sua existência à ação dos signos – mediatos através dos quais os objetos dinâmicos são apreendidos e dão origem à ilimitada semiose.

Ora, ao apreender os objetos dinâmicos, o signo o faz segundo certo prisma. Nunca um objeto dinâmico é capturado na sua totalidade, tal que o é, fora do signo, mas tão somente como recorte, especificidade. Isso significa que, ao tomar o objeto dinâmico, o signo o converte rapidamente em objeto imediato – a faceta, parcela de realidade que passa a valer pela realidade mesma.

Afetado pelo objeto imediato, o signo produz interpretantes que, para além da inerente propriedade objetiva do signo – ou seja, do seu potencial significativo imediato – manifestam-se como efeito efetivamente produzido na mente interpretativa.

A dedução não é difícil: se o interpretante dinâmico surge como fruto da relação do *representâmen* com o seu objeto imediato, ou seja, com a parcela de realidade, eis que o próprio interpretante também se apresenta como fração. Assim, a regra geral de representação que é o interpretante dinâmico, essa *ideia-fruto-de-generalização*, é resultado de uma apreensão parcial da realidade.

O debate faz emergir, implacavelmente, a noção de *ideologia*. Entendida aqui como concepção de mundo – e, por conseguinte, forma legítima de pensar esse mundo – de certa comunidade social num dado momento histórico, a ideologia foi descrita, de forma pioneira, por Destutt de Tracy (1754-1836), que, em seu *Elements de Ideologies* (1810), usou o termo para designar a atividade científica cuja proposta seria a de analisar a faculdade de pensar (CHAUÍ, 1980).

Se observada como concepção de mundo, a ideologia manifesta-se como essencialmente simbólica e, acompanhando as considerações de Althusser (1974), identifica-se com a abstração e a generalização. Para o filósofo, a ideologia “representa a relação imaginária de indivíduos com suas reais condições de existência” (p. 12). Em dada sociedade, produzem-se formas simbólicas de representação, a partir das quais se fazem as relações com a realidade concreta. Essas relações com o real, mediadas e determinadas pelo simbólico, criam a ilusão

de um real que consiste na “deformação imaginária das condições de existência reais do homem” (idem, p. 80).

Dado que a constituição da realidade é simbólica e que comporta certa interpretação (RICOEUR, 1977), a *deformação* surge como inerência à ideologia. O modernista Mário de Andrade (1893-1945) traz inegável contribuição a esse debate, com seu poema *Garoa do meu São Paulo*, integrante de sua *Lira paulistana* (escrita em 1924).

Garoa do meu São Paulo

Garoa do meu São Paulo,
- Timbre triste de martírios -
Um negro vem vindo, é branco!
Só bem perto fica negro,
Passa e torna a ficar branco.

Meu São Paulo da garoa,
- Londres das neblinas finas -
Um pobre vem vindo, é rico!
Só bem perto fica pobre,
Passa e torna a ficar rico.

Garoa do meu São Paulo,
- Costureira de malditos -
Vem um rico, vem um branco,
São sempre brancos e ricos...

Garoa, sai dos meus olhos!

No poema, Andrade tematiza o quanto a tentativa de apreensão da essência da realidade concreta é árdua e praticamente impossível. Há uma garoa – *chuva miúda e contínua à semelhança de nevoeiro* – que o impede de enxergar as condições de existência reais do homem, do outro posto além da cortina turva. Ainda que *bem perto* haja a possibilidade de ver o outro em sua essência, ele *passa e torna* a apresentar-se como instituíra a nebulosidade.

A garoa, nessa perspectiva de leitura, metaforiza o sistema lógico e coerente de representações que é a ideologia, o qual só permite ao sujeito enxergar a realidade como é por ele, sistema, apresentada – pelo apagamento das diferenças e dos contrastes: nessa sociedade nebulosa, só há brancos e ricos. Ainda assim, esse

eu poético, mediante argumentos postos nas expressões apositivas (correspondentes ao segundo verso da primeira e terceira estrofes), posiciona-se criticamente frente à obstrução da visão da essência que constitui o outro (a garoa é *timbre triste de martírios e costureira de malditos*) e clama para que a garoa saia de seus olhos e, assim, ele possa captar o outro em sua identidade.

A ideologia, porquanto seja

[...] sistema lógico e coerente de representações (ideias e valores) e de normas ou regras (de conduta) que indicam e prescrevem aos membros da sociedade o que devem pensar e como devem pensar, o que devem valorizar, o que devem sentir, o que devem fazer e como devem fazer [...] (CHAUÍ, 1980, p. 113),

ao materializar-se nas ações concretas e individuais, emerge como modeladora dessas ações individuais e das práticas sociais (coletivas). Os indivíduos concretos, interpelados pela ideologia, por sua vez, tornam-se sujeitos: crentes em serem a origem exclusiva dos sentidos, eles deixam vazar toda a abstração simbólica construída historicamente, no curso das relações sociais. É através da ideologia, portanto, que o homem pensa e age – ainda que não traga esse sistema lógico e coerente de representações de mundo consciente.

Isso não significa que a ideologia não possa ser produzida intencionalmente. A propaganda, por exemplo, faz recorte da realidade, selecionando elementos e os articulando de forma tal a omitir, atenuar ou criar dados e aspectos. Se, por um lado, o produtor do texto é tomado pela ideologia, que lhe molda as operações mentais e respectiva materialização nos textos, por outro lado, esse sujeito, ele mesmo, produz ideologia, que se traduz no recorte do modo de *pensar-ver-agir* sobre o mundo, do grupo social de que participa. Se ele reflete uma realidade apreendida mediatamente, ele também refrata outra realidade – que pode ser nova, mas que é, certamente, nascida daquela.

Na propaganda da série “40 propostas que o Brasil não pode esquecer”, assinada e publicada pela revista *Veja* (Figura 22), explicita-se a posição contrária, da editoria da revista, em relação ao Governo Federal, caracterizado como *leniente e falho por não vigiar o cumprimento das exigências* feitas aos beneficiários do programa Bolsa Família. O Governo é, além disso, acusado de, com os programas assistencialistas, não *ensinar a pescar*, ou seja, não promover a autonomia.

Num jogo intertextual, a imagem de um bloco de notas, com as críticas e as cobranças feitas pela revista (posto na primeira página da composição), estabelece duelo verbal com um cartaz integrante da propaganda do Governo Federal (posto na segunda página) – no cartaz, onde há pessoas negras na posição de assistidas, lê-se o que seria uma das exigências para os beneficiários: *atualizar o cadastro*.

É interessante notar que o produtor do texto, ao selecionar signos para integrar a composição, ativa e reitera noções historicamente construídas: quem cuida diretamente da família é a mulher (*manter o filho na escola*) e quem recebe o benefício é a pessoa negra. A imagem visual da fila de pessoas convocadas para o tal cadastro, no diálogo com os demais signos da composição, é exatamente o que desencadeia essa interpretação. A revista, nessa medida, deixa vaziar a ideologia segundo a qual as noções de *raça* e de *pobreza* se associam ao negro – e acaba, mesmo, por ratificar a composição visual do cartaz do Governo Federal – em que os negros também são os pobres e beneficiários do programa.



Figura 22 – Veja 2124

Na propaganda da POUPEX (Figura 23) – Associação de Poupança e Empréstimo –, exalta-se o *orgulho em servir*, inerente, segundo o texto, ao soldado do Exército brasileiro. Ao mesmo tempo que se homenageia esse soldado, inclusive

com imagem visual alusiva à ação no Haiti (terceiro quadro, no centro da segunda página), constrói-se, metonimicamente, a identidade racial do Exército do Brasil: os dois soldados cuja imagem visual é nítida e, ainda, o posto no canto inferior esquerdo, ao lado da referência ao Dia do Soldado e do endereço do portal da instituição, são brancos.

A linguagem se manifesta, desse modo, como instância significativa em que a ideologia se materializa. Afinal, a ideologia é, por si mesma, inerente ao signo: apreensão da realidade no que ela mostra de parcial (o objeto imediato), o signo por um lado leva à produtividade de sentido(s), mas, por outro lado pode desencadear a manipulação na construção da referência (BRANDÃO, 2002). Assim, a linguagem, como lugar ideológico, traduzirá os silêncios, os apagamentos, bem como os dizeres, as explicitações necessárias à manutenção desse sistema lógico e coerente de representações.



Figura 23 – Época 588

Esse movimento reflexivo se harmoniza com as reflexões teóricas do russo Mikhail Bakhtin (1895-1975) que, ao discorrer sobre ideologia e signo, no primeiro capítulo de seu *Marxismo e filosofia da linguagem* (publicado em 1929), afirma que

tudo o que compõe ou participa de uma realidade e que “reflete e refrata outra realidade que lhe é exterior” (2002, p. 31), constitui produto ideológico.

A consideração bakhtiniana se afina com a descrição peirceana de signo: ideológico é tudo o que está por algo – o objeto dinâmico – que compõe uma realidade, refletindo-a na forma de objeto imediato e refratando-a como outra realidade, como interpretante dinâmico – signo que passa a valer pela realidade mesma. Assim, afirma-se que tudo o que é ideológico é sógnico – e que não há ideologia sem signos, porque, afinal, o signo é a própria ideologia.

Sendo a ideologia essencialmente sógnica, todo produto ideológico tem caráter semiótico, desde os textos (nas suas mais diversas codificações) até as ações dos agentes sociais, passando pela organização do espaço social em que esses se inserem ou do qual são parte (SANTAELLA, 1996).

Assim é que um objeto concreto como um produto de consumo é fundamentalmente sógnico. Um item tecnológico como o aparelho de telefonia móvel pode ir muito além de denotar utilidade; pode significar sofisticação, socialização e sociabilidade, por exemplo. A posse de um desses objetos, numa sociedade em que isso seja valorizado, aparenta impregnar o possuidor de prestígio. Tais aparelhos deixam de ser objetos utilitários, para se converterem em signos simbólicos.

É o que se verifica quando se lê um texto como a propaganda assinada pela rede de lojas de departamentos C&A (Figura 24) ou como a assinada pela empresa de telefonia Vivo (Figura 25). Mais do que serviços, os aparelhos oferecem estilos de vida: (A) de sentir-se em sintonia com a moda (*na vitrine*); (B) de sentir-se reconhecido pelo grupo e com a perspectiva de conquistas futuras, inclusive amorosas (*chegue junto; love, what you do*).

TÁ NA VITRINE,
TÁ NA MÃO.
CELULAR É NA C&A.






Sony Ericsson F305
Desbloqueado
Jogos 3D c/ sensor de movimento
Câmera de 2.0 MP
MP3 player com 1 GB
À VISTA R\$ 499,00
10x R\$ 49,90 s/ juros



Sony Ericsson W205 Walkman™
Desbloqueado
MP3 Player Walkman™ c/ 2 GB
Rádio FM
Câmera de 1.3 MP
À VISTA R\$ 379,00
10x R\$ 37,90 s/ juros

 **Sony Ericsson** Programa meramente ilustrativo. O logotipo e o símbolo Walkman™ são marcas registradas da Sony Corporation. Vísua apenas para a propagação de publicidade. Consulte a disponibilidade de entrega no loja. Os preços podem ser alterados sem aviso prévio. Consulte as condições de pagamento disponíveis nas lojas C&A.

Figura 24 – Época 592




Chegue junto.

vivo

Conheça o novo smartphone BlackBerry Curve 8520. Como não amar estar junto? Estar junto é para piadas internas, segredos, paqueras por BlackBerry® Messenger e para fazer aquelas coisas que vocês vão lembrar da próxima vez que se encontrarem. Agora, mesmo que você não possa estar na mesma sala ou fuso horário que os seus amigos, você pode estar junto com torpedos, Facebook®, Twitter®, BlackBerry Messenger ou MySpace®.

E é por isso que desenvolvemos o novo BlackBerry® Curve™ com tanto amor. Só porque vocês não estão juntos, isso não quer dizer que vocês não possam ficar juntos. Então, saia daí e vá conhecer esse novo smartphone numa loja da VIVO e de outras operadoras.

L:VE what you do.™

BlackBerry
blackberry.com/br

© 2008 Research In Motion. Lince e marca registrada de vivo. BlackBerry, RIM, Research In Motion, SureType, SureType™ e outras marcas, nomes e logotipos relacionados são propriedade de Research In Motion. Lince e marca registrada de vivo. Outros nomes de C&A são marcas de C&A. Todas as outras marcas são propriedade de seus respectivos donos. Imagens simuladas.

Figura 25 – Época 600

Até mesmo o mundo dos fenômenos naturais ou o habitado pelas coisas não experimentadas é atravessado por signos, já que é mediante signos que ganham vida no mundo dos homens. Ainda que as coisas que tenham ascendido à categoria de objetos não sejam, de início, ideológicas, elas são “faladas pela dinâmica das funções sígnicas” (ECO, 1991, p. 62) e o seu ser sabe-se na medida do que os signos permitem que deles se saiba.

A interseção entre a fenomenologia peirceana e a teoria bakhtiniana faz nascer novo triângulo semiótico, a partir dos apresentados no capítulo anterior, como proposta da autora deste estudo:

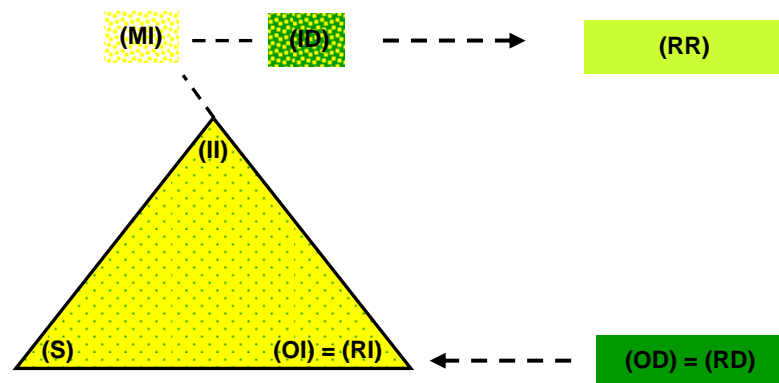


Figura 26 – A refração de realidades,
fruto da semiose

LEGENDA	
INTERPRETANTE DINÂMICO	(ID)
INTERPRETANTE IMEDIATO	(II)
MENTE INTERPRETADORA	(MI)
OBJETO DINÂMICO	(OD)
OBJETO IMEDIATO	(OI)
REALIDADE DINÂMICA	(RD)
REALIDADE IMEDIATA	(RI)
REALIDADE REFRACTADA	(RR)
SIGNO	(S)

O signo (S), ao reportar-se a algo que lhe é exterior, a realidade dinâmica (OD=RD), opera a apreensão de uma de suas facetas, a realidade imediata (OI=RI). Embora potencialmente apto a gerar um interpretante imediato (II), gera, de fato, um interpretante dinâmico (ID), que é fruto da óptica da mente interpretativa (MI), tendo em vista um objeto que é fração de realidade, o objeto imediato (OI). Como consequência, o interpretante dinâmico (ID) refrata nova realidade (RR), nascida da mediação entre o signo (S) e o recorte de realidade (OI=RI). Dessa forma, a nova

realidade constituída só carregará consigo a realidade dinâmica (OD=RD) como parcela (RI).

Ao tratar-se de ideologia, não se pode esquecer, portanto, de sua inerência semiótica. Assim se justifica a afirmação de Bakhtin (2002) sobre ser o domínio do signo intrinsecamente ideológico.

2.1. Signo, compreensão, consciência

*Somos, como sujeitos, o que a forma
do mundo produzida pelos signos nos
permite ser.
Umberto Eco*

Ao discorrer sobre o signo em seu *Semiótica e filosofia da linguagem* (1991), Umberto Eco explicita que *a forma do mundo*, produzida pelos signos, é o que enforma tudo o que tem existência: desde os objetos até os seres, incluindo-se, aí, o homem. Nessa medida, o signo delinea, também, a concepção do homem acerca do mundo – enfim, a consciência humana.

Assim é que a consciência humana, nas palavras de Bakhtin (2002), não pode ser tomada como algo individual, como sinônimo de feixe de reações psicofisiológicas fortuitas – o que era defendido pelo positivismo psicologista – e nem mesmo como algo situado acima da existência – tal qual postulava o idealismo –, mas sim como algo impregnado de conteúdo ideológico – fruto de semiose. A ideologia, então, não pode ser descrita como subordinada a uma suposta consciência individual existente, como *fato de consciência* (idem), de que os signos seriam meros meios de realização.

Diferente disso, a consciência é o saber construído em companhia, em sociedade. Essa noção se explicita nos elementos constitutivos da palavra, tomada diacronicamente: “consciência” é item lexical formado pela anteposição do afixo latino *con-* – originário da preposição *cum*, cujo significado é o de *companhia, sociedade, junção no tempo e no espaço* – à base também latina *cien(c/t)* – cujo significado fundamental é o de *saber, ter conhecimento, compreender* (HOUAISS, s.u. s.u.). A breve incursão morfológica ratifica ser a consciência o somatório dos

interpretantes gerados na semiose, que se institui como lei e memória – e, portanto, integrante da categoria de Terceiridade.

Se os interpretantes emergem como signos de Terceiridade e como lei, então a compreensão se revela, antes de mais nada, como um processo de geração contínua de signos – ideológicos. Tal qual Peirce, Bakhtin (2002) lembra que

[...] compreender um signo consiste em aproximar o signo apreendido de outros signos já conhecidos; em outros termos, a compreensão é uma resposta a um signo por meio de signos. E essa cadeia [...], deslocando-se de signo em signo para um novo signo, é única e contínua [...]. (p. 34)

É patente que, se a mente interpretativa reporta a outros signos, a consciência surge na interação entre os intérpretes – e, assim, sabe-se eminentemente social. É inaceitável, por isso, a noção subjetiva e abstrata de consciência, destituída de qualquer ancoragem na realidade – ou seja, de algo particular que, supostamente, dê origem à ideologia.

Segundo Bakhtin (2002), caso se prive a consciência de seu conteúdo semiótico e ideológico, nada restará. Para ele, “a imagem, a palavra, o gesto significante [...]” sabem-se o *único abrigo* da consciência – que, exatamente por isso, é, nas palavras do estudioso, “um inquilino do edifício social dos signos ideológicos” (p. 36). É nessa medida que sua concepção se afina com a de Nietzsche que, em *Obras incompletas*, afirma que “a consciência não faz parte propriamente da existência individual do homem, mas antes daquilo que nele é da natureza de comunidade [...]” (1983, p. 217).

Se o interpretante é lei e esta é fruto da relação *representâmen* & objeto imediato, cumpre lembrar que tanto *representâmen* quanto objeto e interpretante se atrelam às condições do grupo social em que se dá a relação. O que se quer dizer é que o modo de abordagem do objeto dinâmico finda por revelar e, a um só tempo, refratar valores sociais.

A moda, por exemplo, linguagem que é, traduzirá, mediante temas e formas de veiculá-los, “o horizonte social de uma época e de um grupo social determinado” (BAKHTIN, 2002, p. 44). Lembrando-se do modo como os negros têm arrumado seus cabelos nos diferentes momentos históricos, pode-se dizer que os penteados *Black* dos anos 1960 e 1970 – surgidos junto com o movimento *Black Power* – evidenciam atitude política de afirmação etnicorracial. Exatamente porque

linguagem, a moda, em contrapartida, poderá manifestar ruptura e transgressão e, assim, determinar mudanças nas estruturas instituídas.

O estudo dos signos – tanto os verbais como os não verbais – torna-se essencial para compreender-se a realidade e os processos históricos de transformação dos grupos sociais. Se os signos são matéria ideológica, estudá-los é estudar o próprio homem. A semiótica, para além de ciência cujo objeto de ocupação é a ação sígnica, revela-se em ciência da constituição histórica do sujeito – “aquilo que os constantes processos de ressegmentação do conteúdo permitem que ele seja” (ECO, 1991, p. 62).

2.2. O signo simbólico: sentidos, significados, memória

Os signos simbólicos, como ressalta Peirce, são portadores de lei – fruto de convenção. São aqueles cuja semiose pressupõe um objeto que é um geral (pois consiste no somatório de todos os objetos particulares da série) e implica a produção de interpretantes – que são, igualmente, gerais. Um conceito abstrato, portanto, está para um objeto também abstrato – pelo qual está o signo.

Essa descrição remete à noção de *imanência*: para muitos intérpretes, a cor branca, por si mesma, carrega consigo a noção de *paz*. Assim também se dá, por exemplo, com a própria palavra *paz*, remissiva à noção abstrata de *concordia*, *tranquilidade*. Os significados, nessa perspectiva, estariam, inseparavelmente, implicados na *natureza* do ser que é o signo.

Reportando-se à teoria peirceana dos interpretantes, lá se encontra a ideia de signo dotado de potencial significativo mesmo antes de encontrar um intérprete, o que corresponde a seu interpretante imediato, um caráter a ele inerente, que se atualiza em interpretante dinâmico à medida que o signo encontre mente interpretativa. A noção de imanência – ou de “significado explícito no signo em si mesmo” (DEELY, 1990) –, portanto, está manifesta na concepção do estudioso.

Esse potencial inerente ao signo, no entanto, deve ser observado dentro do todo da fenomenologia de Peirce, na perspectiva de signo como função da qual participam, além do *representâmen* e do interpretante, o objeto. O que será essa propriedade do signo trazer consigo um significado imanente, dentro da lógica

peirceana, cujo princípio é a geração de signos a partir da ação sígnica? Faz-se necessário investigar, então, como nasce esse significado que se apresenta aos usuários de uma língua como inerente ao signo, ou seja, como se estabelece essa propriedade objetiva que é o caráter do signo. Tomem-se, para isso, os símbolos do âmbito do verbal e se pense em que medida os tantos significados arrolados nos dicionários gerais para as palavras constitutivas do léxico se põem como *imanência*.

2.2.1. Dos sentidos aos significados

A distinção entre as concepções de *significado* e de *sentido* surge como fundamental para a discussão. É Michel Pêcheux, em *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio* (1997), quem traz inegável contribuição a esse debate ao ser categórico na afirmação de que não existe o suposto e, assim referido por ele, *sentido literal ou imanente*, senão a ilusão de literalidade por parte dos sujeitos. Para o autor, os significados não estão nos signos em si mesmos; antes, constroem-se na relação com a exterioridade, ou seja, nascem no processo sócio-histórico e dele emergem – nascem, portanto, como sentidos sociais.

Retome-se a reflexão anteriormente feita, neste trabalho, sobre o conceito de *objeto*. Pense-se, então, nos indivíduos que, no seu movimento por saber o que algo *quer dizer*, são remetidos ao processo de interpretação. Ao encontrarem as respostas para suas indagações, eis que brotam sentidos.

Pêcheux (1997) ressalta que os sentidos se convertem em imanências – significados – quando deles se apaga a sua materialidade: é nesse momento que o caráter de evidência os recobre. O processo semiótico – ideológico – delinea sentidos a partir de dois movimentos: o de memória e o de esquecimento. Os sentidos – todos povoados de signos – chegam aos indivíduos pela memória construída historicamente, ou seja, pelo *já-dito*, que torna possível todo dizer, a que retoma e do qual emerge sob a forma de *pré-construído* – de significado imanente (ORLANDI, 2001). A memória – ou *memória discursiva* –, então, diz respeito ao saber acumulado, construído historicamente, e se mostra como a propriedade constitutiva dos significados e dos sujeitos (BRANDÃO, 2002).

Os signos postos em ação pelos sujeitos carregam consigo significados cunhados nas práticas sociais, apagados como práticas, mas presentes na memória como imanências. Ao deparar com um signo, o indivíduo o remete ao objeto e produz um interpretante. Esses movimentos semióticos são definidos pela memória, que faz com que se apreendam os objetos sob certa faceta e que se estabeleçam determinadas relações, das quais brotam novos signos. O *significar previamente* diz respeito ao conjunto de formulações feitas e esquecidas, apagadas, que atravessam e modelam as linguagens humanas.

Nos dicionários gerais, estão arrolados significados que nada mais são do que a documentação lexicográfica das perspectivas segundo as quais os objetos da experiência foram tomados, para a produção sígnica de interpretantes. Consultando-se o verbete *negro* em dois dicionários gerais, tem-se bom exemplo para a discussão. Veja-se o recorte.

negro Datação sXIII cf. FichIVPM. Acepções ■ substantivo masculino 1 a cor do piche; preto ■ adjetivo e substantivo masculino 2 diz-se de ou indivíduo de etnia negra ■ adjetivo 3 que apresenta a a cor negra 4 diz-se dessa cor [...] **Etimologia** lat. *niger, gra, grum* 'negro, que tem a pele escura; sombrio, escuro, tenebroso'; ver *nigr-*; sXIII é a data para o adj. 'que apresenta a cor negra', e sXV é a data para o subst. 'a cor do piche'. **Sinônimos** ver sinonímia de *malvado* e *sujo* [...].

nigr- Acepções ■ elemento de composição antepositivo, do lat. *niger, nigra, nigrum* 'negro, preto' (p.opos. a *albus* e *candidus* - ver albi- e candid-) e, no sentido moral, 'fúnebre, que evoca uma idéia de morte ou de desgraça' [...]; obscuridade, escuridão, trevas', [...] (HOUAISS, s.u.) (grifos da autora)

Em Houaiss, a palavra *negro* tem seu significado vinculado, quer como substantivo, quer como adjetivo, à ideia de *cor* (*cor do piche; preto*) e à etnia (*negra*). A noção de *cor da pele (escura)* é apresentada no percurso etimológico, estudo que registra como significados para a base latina as ideias de *sombrio, escuro, tenebroso* e que orienta, para maiores esclarecimentos, que se consulte o verbete *nigr-*. Ao fazer-se a consulta, constata-se que o tal elemento de composição carrega o significado daquilo que se liga a *negro* e a *preto* e daquilo que, *no sentido moral*, remete à noção de *morte (fúnebre, morte, desgraça)*, além de associar-se ao que é *obscuro (obscuridade, escuridão, trevas)*.

O signo *negro*, ainda nesse dicionário, é arrolado como sinônimo de *malvado* e de *sujo*. Nova incursão, agora por tais verbetes, faz-se necessária:

malvado Datação sXV cf. FichIVPM Acepções ■ substantivo masculino 1 aquele cuja índole é perversa, que pratica ou é capaz de praticar crueldades; mau, perverso ■ substantivo masculino 2 o diabo [...] ■ adjetivo que tem índole perversa ou que é praticado com desrespeito de violência ou crueldade [...]. **Sinônimos** Como adj.s.m.: acerbo, agressor, algoz, arruá, aruá, assassino, atroz, bandido, bárbaro, cabeleira, carníface, carrasco, celerado, criminoso, cru, cruel, cruento, cruél, cruo, desalmado, desamoroso, desapiedado, despiedado, despiedoso, desumano, diro, duro, escalfúrnio, esfolacaras, facinora, facinoroso, fera, ferino, fero, feroz, flagicioso, frio, homicida, imane, imano, imisericordioso, imite, impiedoso, ímpio, implacável, inclemente, infando, inflexível, iníquo, insensível, inumano, lobal, maldadoso, maldito, maldoso, malebra, maléfico, maleva, malevão, malevo, malevolente, malévolo, malfazejo, malfeitor, malicioso, maligno, malino, mal-intencionado, matador, mau, molesto, mordaz, nefando, nefário, negro, perverso, peste, pravo, réprobo, ruim, sangrento, sanguinário, sangüinário, sanguíneo, sanguinolento, sanguinoso, sanguissedento, selvagem, sevo, sicário, tiésteo, tigre, tigrino, tirânico, tirano, truculento, ventana, ventena, viperino; como subst.: herodes; ver tb. sinonímia de diabo.

sujo. Datação sXIV cf. FichIVPM Acepções ■ adjetivo 1 que não é ou não está limpo; cheio ou coberto de sujeira; porco, imundo, emporcalhado [...] 2 vestido com roupas manchadas, sebatas, emporcalhadas 3 Derivação: sentido figurado. moralmente condenável; desonesto [...]. **Sinônimos** Como adj.: amundiçado, bodoso, cacosso, cenagoso, cenoso, churdo, churro, cochino, conspurcado, desasseado, emboitado, emborralhado, embostelado, emporcalhado, encardido, encarvoado, enfarruscado, enodado, enxovalhado, esporco, esquálido, farrusco, imundo, javardo, ludro, maculado, manchado, marrano, mascarrado, negro, poluído, porcalhão, porco, sebento, sórdido, surrento, tabernal, torpe, tramposo; como s.m.: ver sinonímia de diabo; ver tb. sinonímia de canalha. (HOUAISS, s.u.)

Se *negro* é listado como sinônimo de *malvado* e de *sujo*, lá também estão palavras como *bandido*, *cruel*, *desalmado*, *desumano*, *ímpio*, *maldito*, *malicioso* e *selvagem*, bem como *amundiçado*, *embostelado*, *encardido*, *encarvoado*, *maculado*, *poluído*, *sórdido* e *torpe*, respectivamente. Curioso é registrar que, tanto *malvado*, quanto *sujo* apresentam o vocábulo *diabo* como possibilidade significativa.

Em Aurélio, a palavra alvo dessa discussão também é posta em relação à cor (*preta*; *preto*) e à raça (*negra*) – quando o vocábulo *preto* é usado como sinonímia para designar o indivíduo negro:

Negro. Do latim Nigro. Adjetivo 1. De cor preta. 2. Diz-se dessa cor; preto [...]. 3. Diz-se do indivíduo da raça negra; preto. 4. Preto. 5. Sujo, encardido, preto: A criança está com as mãos negras. [...] 7. Muito triste; lúgubre [...] 8. Melancólico, funesto, lutuoso [...] 9. Maldito, sinistro [...] 10. Perverso, nefando [...] 12. Por ext. Escravo. [...]. (AURÉLIO, s.u.) (grifo da autora)

Paralelo a isso, listam-se vários adjetivos, senão os mesmos, de igual carga *semântica* à dos registrados por Houaiss, como *sujo*, *encardido*, *lúgubre*, *funesto*, *maldito*, *perverso*. Vale notar que é somente em Aurélio que aparece a palavra *escravo* na descrição do vocábulo *negro*.

Em síntese, pode-se dizer que os dicionários, embora busquem primar pela objetividade em suas descrições, findam por manifestar boa dose de subjetividade ao pôr nos verbetes referências a *sentido moral* e ao valer-se, predominantemente, de adjetivos que vão para além de traço fenotípico, daquilo que apresenta determinada cor (como eles dizem, *negra, preta*) de pele. Não será essa carga de subjetividade a expressão da subjetividade da própria sociedade? O que terá feito com que o dicionário Houaiss não registrasse o significado *escravo* para o termo *negro*, se esse era um uso corrente no período escravista da História do Brasil?

A multiplicidade de acepções para o item evidencia que um mesmo signo pode evocar um mesmo objeto dinâmico sob prismas diferentes, do que resulta a relação direta com objetos imediatos distintos. Os significados de *negro* como o *que tem a pele escura* como *sombrio, escuro, tenebroso* e como *fúnebre*, postos em sinonímia com *malvado* e *sujo*, por exemplo, vão corresponder à específica abordagem desse signo, na relação com o objeto, pelos sujeitos em interação, nos variados momentos históricos. Isso equivale a dizer que os significados, no mundo social, são produtos da mente interpretativa de um intérprete em movimento, o homem, que gera sentidos simbólicos e faz emergirem concepções (SIMÕES, 2003, p. 17).

Os significados, anteriores ao trabalho do dicionarista, são registrados por este como o que estaria explícito no signo em si mesmo, desprezando-se contexto(s) e circunstância(s) de produção, porque deles se esqueceu a sua materialidade. É no apagamento da consciência de que os sentidos brotam quando, onde e tendo em vista o modo como os signos são postos em ação pelos sujeitos que nasce a ilusão do sentido literal, como designa Pêcheux (idem) – e, pois, de significados como explícitos nos signos em si mesmos.

É pelo apagamento da materialidade dos sentidos que estes se cristalizam e passam à condição de significados explícitos nos signos *em si mesmos*. O signo ganha aparência de algo transparente, e o significado aparece como evidência, como se no signo sempre houvesse residido. Dessa forma, todas as noções associadas à palavra *negro*, dados os termos utilizados para descrevê-la, como se viu, parecem coladas a esse item e anterior ao uso.

Caso expressivo para o que se discute aqui é o que envolve a música *O Mestre-Sala dos Mares* (1975), de João Bosco e Aldir Blanc, composta em

homenagem ao líder da Revolta da Chibata¹¹ (1910), João Cândido, conhecido como o *Almirante Negro* que, após a vitória do movimento dos marujos da Marinha de Guerra do Brasil (movimento esse que durou cinco dias, em novembro de 1910), foi perseguido e preso em calabouço subterrâneo na Ilha das Cobras (RJ) – onde viu morrerem asfixiados, na noite do Natal de 1910, dezesseis dos dezessete companheiros enclausurados com ele (o local havia sido lavado previamente com água e cal e não tinha ventilação adequada para dissipar os resíduos deixados).

Tendo passado a sofrer de transtornos mentais decorrentes daquela noite de horror, foi internado no hospital dos Alienados (RJ) e, depois de certo tempo, solto e expulso da Marinha. Negro, ex-presidiário, pobre e com o estigma de estada em manicômio, não conseguiu emprego sequer e passou a viver na indigência, como vendedor de peixes, à beira do Cais do Porto, até a morte (dezembro de 1969).



Figura 27 – Primeira página do Jornal *Correio da Manhã*, publicação de novembro de 1910.

A canção, antes intitulada *O Almirante Negro*, foi alvo de inúmeros vetos por parte da Divisão de Censura de Diversões Públicas (DCDP, da Polícia Federal), órgão em vigor no governo militar de então, tendo sido o primeiro corte, exatamente, em relação ao título original da composição. Em entrevista ao portal

¹¹ Os marinheiros pleiteavam, além do aumento dos soldos e da melhoria da qualidade da alimentação a eles oferecida, sobretudo o fim dos castigos físicos a que eram submetidos como norma do Código Disciplinar: chibatadas e “bolos”, aplicados à frente da tropa. O Decreto nº 3, de 16/11/1889, havia extinguido os castigos corporais na armada, mas, um ano depois, o Marechal Deodoro da Fonseca tornou a legalizá-los. (MUNANGA e GOMES, 2004, p. 108-110).

*censuramusical.com*¹², Aldir Blanc lembra que o conteúdo textual, a princípio, não chegou a ser lido, dado o incômodo provocado pelo título:

A primeira vez que a música bateu na censura com esse título, foi imediatamente censurada, não chegaram nem a ler o conteúdo da letra, cortaram a associação entre almirante e negro. Então, a gente trocou só o título e manteve o conteúdo, era um truque que os compositores utilizavam e muitas vezes funcionava.

Título trocado, a música retornou à DCDP e, novamente, não foi liberada: agora, o conteúdo havia sido lido. A saída encontrada pelos autores foi a substituição de itens lexicais:

[...] tivemos uma ideia louca, dar um toque surreal no samba e trocamos algumas palavras como “sangue” e começamos a botar “glória à farofa”, “às baleias”, e assim a música foi liberada e a Elis Regina e o João Bosco gravaram.

Veja a diferença entre a letra original do samba e a versão editada, sob “orientação” da DCDP – versão em que várias referências ao universo militar (insubordinado) foram eliminadas e/ou diluídas, dada sua combinação com outros termos. Não seria cabível, para o poder instituído na época, exaltar-se um levante em que um *marinheiro* houvesse tido o poder de *navegar*, nas *águas da Guanabara*, reivindicando que os negros da Marinha Mercante do Brasil não mais fossem alvo das *chibatas* e fazendo ver, de modo claro, que aquele era sentimento coletivo, *de toda tripulação*:

O Mestre-Sala dos Mares (O Almirante Negro)¹³

Há muito tempo
 Nas águas da Guanabara
 O Dragão do Mar reapareceu,
 Na figura de um bravo **feiticeiro (marinheiro)**
 A quem a história não esqueceu.
 Conhecido como o **Navegante Negro (o Almirante Negro)**
 Tinha a dignidade de um mestre sala,
 E ao **acenar** pelo mar (**navegar**)
Na alegria das regatas (Com seu bloco de fragatas)
 Foi saudado no porto
 Pelas mocinhas francesas,
 Jovens polacas e por batalhões de mulatas!
 Rubras cascatas
 Jorravam das costas dos **santos (negros)**
Entre cantos e chibatas (Pelas pontas das)

¹² Portal criado por alunos da Faculdade de Jornalismo da Universidade Mackensie, de São Paulo.

¹³ Os grifos (da autora da tese) correspondem às passagens alteradas e/ou inseridas (caso dos versos 19-20) pelos compositores, como recurso para a liberação da música, então vetada pela DCDP. O título, bem como os demais termos da letra original, anteriores aos vetos, encontram-se entre parênteses.

Inundando o coração
Do pessoal do porão (De toda tripulação)
 Que a exemplo do **feiticeiro gritava, então (marinheiro) (gritava: não!)**
Glória aos piratas, às mulatas, às sereias
Glória à farofa, à cachaça, às baleias
 Glória a todas as lutas inglórias
 Que através da nossa história
 Não esquecemos jamais!
 Salve o **Navegante Negro (Almirante Negro)**
 Que tem por monumento
 As pedras pisadas do Cais

Blanc, na entrevista, ressalta que o grande impasse em relação ao conteúdo textual, no entanto, foi a referência positiva ao negro João Cândido, marujo que, juntamente com outros, tomou o comando do seu *bloco de fragatas* e, por isso, passou a ser *conhecido como o Almirante Negro*:

No caso de “O Mestre-Sala dos Mares”, com essa música tive uma experiência triste. Uma vez um policial me disse: “Vocês estão errando. Estão trocando coisas e não estão descobrindo que a causa sistemática da censura na música não é chibata, sangue. É que vocês estão fazendo apologia do negro, aí a gente tá cortando”. Eu lembro que saí daquele lugar em estado de choque. Nunca tinha visto uma manifestação oficial do Estado, racismo institucional e fiquei muito chocado.

Não é demais ressaltar que o *navegante negro*, que se fez o *Almirante* saudado pela canção, acabou esquecido pela História oficial e apenas teve *por monumento as pedras pisadas do cais* em que terminou os seus dias, como vendedor de peixes. Curioso é que tais referências não tenham sido alvo de cortes da DCDP – talvez pela ocorrência, na passagem, de signos que, intencionalmente, foram postos para despistar os leitores menos atentos (note-se que *salve* pode ser lido como paralelo a *glória*; se o *navegante negro* é glorificado, também o são os *piratas, as mulatas, as sereias, a farofa, a cachaça e as baleias*).

Pensando-se, agora, sobre a cabeça e os cabelos como signos simbólicos, vale trazer à cena algumas considerações de Raul Lody, feitas em *Cabelos de Axé* (2004). O antropólogo, ao refletir sobre o papel dos penteados, nos povos africanos e em grupos de afrodescendentes, evidencia que os cabelos, com sua estética, traduzem identidade *étnica e social*, bem como *padrões de beleza*, em dada época histórica, além de manifestarem conceitos *ligados à memória e à religião*. Muito mais do que meros modos de prender, torcer, trançar e ornar fios, os penteados se apresentam como verdadeiros signos simbólicos.

Percorrendo a história da humanidade, suas concepções e comportamentos, Lody lembra que, ainda em hieróglifos egípcios, a cabeça significava o céu, dado o

seu desenho circular. Nela eram postas perucas e peças feitas de ouro, além de outros materiais, como pedras preciosas, de modo a marcar noções de beleza e hierarquia social. Aprofundando suas reflexões, Lody enfatiza que, já em Platão, a cabeça era abordada como a imagem do mundo (p. 14-15).

Entendida como imagem especular do céu e do mundo, a cabeça teria nascido, portanto, como signo icônico – de fato, um hipoícone – e, por ter-se impregnado de conceitos históricos, teria passado à categoria de símbolo. Como salienta o antropólogo, “até hoje a cabeça representa o lugar mais sagrado do corpo em todos os povos e culturas do mundo” (ibidem).

Assim é que os cabelos, por extensão, findam impregnados de valores sociais. Nas pinturas das cavernas, por exemplo, há registros de que tipos, texturas, cores e modos de arrumar os cabelos identificavam gêneros e papéis sociais. Na Idade Média, os cabelos longos distinguiram homens livres de escravos – esses eram obrigados a usar cabelos curtos.

Os cabelos crespos, especificamente, integram as características fenotípicas que, historicamente, distinguem negros de brancos – e se constituem, pois, em marcas identitárias. Numa sociedade em que o item lexical *negro* carrega tantos traços semânticos negativos, o cabelo próprio dos negros – uma marca da diferença – impregna-se, como decorrência ideológica, de carga igualmente depreciativa.

Veja-se o que dizem os dicionários gerais, no verbete *crespo*:

crespo adj. (s.XIV cf. IVP) 1 que apresenta superfície áspera; lanoso, rugoso (pano c.) 2 que apresenta textura ondulada, como que em ondas ou anéis; frisado (cabelo c.) (alface c.) 3 por ext. agitado, encapelado (diz-se esp. de água de mar, rio etc.) [...] 4 por ext. escabroso, pedregoso [...] 5 por ana. eriçado, repleto, apinhado [...] 6 por ana. irado, ameaçador; perigoso [...] 7 por ana. grosseiro, rude [...] 8 fig. desprovido de fluidez; difícil, rebuscado [...] 9 fig. indecente, indecoroso; escabroso [...] 10 Portugal. infrm. atrevido; irritado [...] 11 Portugal. que tem a ponta saliente, arrebitada (diz-se de nariz) [...] **Etimologia** lat. *crispus, a, um* 'crespo, ondulado, retorcido, granuloso'; ver *cresp-*; f.hist. sXV *crispo* **Sinônimos** anelado, arrugado, cachado, cacheado, calamistrado, caracolado, crépido, encacheado, encaracolado, encarapinhado, encoscorado, frisado, grencho, ondeado, pixaim, ratinado; ver tb. sinonímia de *arrepinado*, *enrugado* e *revolto* **Antônimos** alisado, liso; macio; como adj.: alisado, desanelado, desencaracolado, desencarapinhado, desencoscorado, desenrespado, desfrisado, liso, plano; ver tb. antonímia de *arrepinado*, *enrugado* e *revolto* [...] (HOUAISS, s.u.)

crespo [Do lat. *crispu.*] Adj. 1. De superfície áspera; rugoso, áspero. 2. Riçado, anelado, eriçado, encrespado: *cabelo crespo*. 3. Agitado, encapelado: *superfície crespa das águas*. 4. Escabroso (1), pedregoso, áspero. 5. Escabroso (3), indecente, indecoroso [...] (AURÉLIO, s.u.)

Se o adjetivo *crespo*, por analogia e figuradamente, é associado às noções traduzidas pelas palavras *erizado*, *encrespado*, *repleto*, *ameaçador*, *rude*, *áspero*, além de ser posto em sinonímia com *cacheado*, *caracolado*, *pixaim*, *arrepiado* e *revolto* e, ainda mais, em antonímia com *liso* e *macio*, isso corresponde ao modo como cabelos crespos são avaliados, como *ruins*, em oposição aos cabelos lisos, fenotipicamente associados aos brancos, que são tomados como *cabelos bons*.

Corrêa (2006) tece considerações sobre a abordagem do cabelo, feita na propaganda. Ela mostra que é frequente o uso da imagem visual de cabelos naturalmente crespos e crescidos, quando se deseja imprimir ao produto noções de rebeldia, ousadia e inovação – o que é recorrente nas propagandas comerciais de produtos do mundo tecnológico. Veja-se, na peça a seguir (Figura 28), como se faz a relação entre o *volume* do cabelo crespo e o *volume* do serviço anunciado.



Figura 28 – Época 600

Utiliza-se a imagem de uma jovem negra com seus cabelos crespos para, de fato, aludir à Cielo como *a maior rede, a maior empresa, com mais de 1.600.000 estabelecimentos, que interliga o país de norte a sul*, cujos serviços são *diferenciados* e, assim, uma vez contratados, imprimem, ao consumidor, *magnitude*.

Correa (idem) revela, ainda, que, se o negro posto na propaganda representa o papel de um executivo, eis que seu cabelo é mostrado raspado – uma forma, portanto, de apagar a marca fenotípica, talvez não compatível, segundo o olhar social, com a função desempenhada. É o que se constata na propaganda a seguir (Figura 29).



Para viajar com mais conforto, você paga um preço. E na Azul é barato, bem barato.

Compre sua passagem com sete dias de antecedência e economize muito mais.

A partir de 6x sem juros de	A partir de 6x sem juros de	A partir de 6x sem juros de
R\$ 14,84	R\$ 24,84	R\$ 33,17
Total: R\$ 88,00	Total: R\$ 149,00	Total: R\$ 199,00
De São Paulo (companias para o Rio (Sempre Simples))	De São Paulo (companias para Maceió/Aracaju)	De Belo Horizonte para Salvador

Tarifas válidas por trecho, para viagens de ida e volta, para compras de 7/11 a 15/11/2009 e voos realizados entre 14/11 e 15/12/2009. Tarifas sujeitas a disponibilidade de assentos e regras tarifárias.
Voo diário para Natal a partir de 17/12/2009.

Tudo novo. Tudo Azul.

Azul
Linhas Aéreas Brasileiras

Figura 29 – Época 599

Em outras esferas da mídia, também se encontram bons exemplos para o que se discute. Veja-se o texto escrito para uma matéria exibida pelo *Jornal Hoje* (programa levado ao ar, de segunda-feira a sábado, pela TV Globo). A matéria tinha por propósito levar, à espectadora (público alvo previsto), informações sobre como lidar com cabelos rebeldes:

Truques ajudam a valorizar os cabelos rebeldes

Lidar com cabelos crespos pode ser um **dilema** para a maioria. Para cabeleireiro, mulher com cabelo cacheado não deve usar pente.

Lidar diariamente com cabelos crespos e ondulados é um **dilema** que **inferniza** a maioria das mulheres no Brasil. Atendendo a mensagens de

telespectadores, o Jornal Hoje mostra alguns **truques** para valorizar os cabelos **rebeldes**.

A cabeleireira Marina dos Santos e a supervisora de Recursos Humanos Simone Lima têm em comum os cabelos crespos e a **guerra** diária para **domar** as madeixas.

“Eu alisava. Numa época até caiu mesmo meu cabelo. Fiquei careca. Passava o ferro quente e ia na umidade. Aí voltava tudo”, contou Simone.

Esse é um **dilema** comum entre as brasileiras. Sete em cada dez têm cabelos com cachos, ondulados ou bem crespos. Para a maioria delas, **enfrentar** o espelho se torna um **problema** diário, mas que **tem solução**. Não é difícil **assumir** os cachos e ficar satisfeita com a imagem.

“Ela tem partes mais lisas e partes mais enroladas. Ao hidratar o cabelo, a gente vai retrair um pouco. A partir daí a gente **vai definir** os cachos”, disse o cabeleireiro Bruno Barros.

A nutrição é feita com cremes à base de extrato de gérmen de trigo, vitamina B-5 e lanolina.

Em casa, uma dica é misturar meio copo de água mineral morna, meio abacate e uma colher de sopa de óleo de amêndoa. Deixar no cabelo por meia hora e enxaguar com água morna. Depois, use secador. Mas não exagere. É só para tirar o excesso de umidade. O pente está proibido.

“Hoje em dia, as grandes técnicas pra cabelo cacheado é [sic] toda baseada em pentear só com os dedos”, avisou o cabeleireiro.

Por último, use um creme sem enxágue que **amansa** os fios arrepiados e **ajuda a definir** os cachos.

Simone foi convencida a **libertar** os fios encaracolados. “Agora, o que faltava nela era um corte”, falou o cabeleireiro.

O toque final é um spray ativador de cachos. Depois de tanto alisamento, os cachos estão de volta. (*Jornal Hoje*)¹⁴

Bastante interessante é a seleção lexical que constitui o texto do Jornal Hoje. Cabelos cacheados, ondulados e crespos constituem um **dilema** (item usado três vezes), um **problema** que **inferniza sete em cada dez mulheres: o espelho se torna um enfrentamento** e, nessa **guerra**, as mulheres precisam de artifícios (**truques**) para **domar as madeixas** ou **amansar os fios arrepiados**. Repare-se que os cabelos crespos precisam ser **definidos (a solução)**, para que sejam **libertos e assumidos**.

Por mais que o texto tenha a preocupação de não aconselhar o alisamento dos fios – pretende instruir a **valorizar** esse tipo de cabelo – ao associá-los àquilo que tem por característica a **rebeldia** e que precisa ser **domado** e **amansado**, acaba por deixar vaziar o significado construído historicamente de cabelo crespo como sendo o cabelo **ruim**, em oposição implícita ao cabelo liso, como sendo o **bom**. Trata-se de uma classificação hierarquizante, que confere superioridade a quem possui os ditos cabelos **lisos**, marca fenotípica de brancos. Simbolicamente, isso é parte de processo de desvalorização do que é relacionado e característico de negros.

¹⁴ Material publicado no portal G1, em 21/03/09, obtido em <http://g1.globo.com/Noticias/Brasil/0,,MUL1052826-5598,00.html>, acesso em julho de 2009.

Evidencia-se, portanto, o quanto a palavra, signo ideológico que é, tem sua materialidade apagada. Assim, sentidos esquecidos como matéria surgem como lei, e sendo abstração geral, reportam aos seus objetos como evidências, impregnando-os de valores – que passam a valer pelos objetos mesmos.

Logo, os significados, que se dicionarizam, constroem-se a partir de sentidos (os *já-ditos*) e possibilitam o nascimento de outros sentidos e significados, que irão dicionarizar-se, num infinito processo semiótico. Sentido é a materialidade do processo de ação sígnica; e significado é a latência à espera de (re)tornar-se sentido.

2.3. Linguagem: entre o espelho e o redesenho

Os sentidos não se originam nos indivíduos; em contrapartida, as linguagens afetam os homens de modo singular. Não fora assim, a humanidade seria massa de seres indistintos, homogêneos. A identidade nasce da relação do eu com o outro, mediada pelos signos – e, portanto, sabe-se semiótica. O indivíduo, nesse movimento, identifica-se a partir do que diz, de como diz e de onde se pronuncia. Assim, filia-se a certos significados e refuta outros, faz brotarem novos sentidos sociais e se estrutura como sujeito social. (PÊCHEUX, 1997).

Não há sentido sem repetição, mas também não o há sem o diferente, conforme lembra Orlandi (2001), sem a produção de uma “mexida na rede de filiações de sentidos” (p. 36). No uso da linguagem, retomam-se sentidos já existentes, que nelas se mantêm; isso, no entanto, está sujeito ao equívoco e à falha, à ruptura e ao deslocamento de constantes. É desse jogo entre o já-dito e o por dizer, entre o parafrástico e o inovador, que se constitui a linguagem. Daí decorre a ideia de que linguagem, sujeitos e sentidos nunca estão acabados, prontos. Num processo contínuo, produzem-se e/ou se reelaboram novos sentidos a partir de significados já sabidos (PÊCHEUX, 1997; ORLANDI, 2001).

O que se pretende evidenciar aqui é o papel semiótico da linguagem: se, por um lado, apreende a realidade como parcela – o que faz com que a realidade só se saiba tal como é dita – e, assim, reflete a realidade, por outro lado, tem o potencial

de redesenhar tal realidade, desconstruindo concepções historicamente instituídas, devido à intensa produção de interpretantes.

O que define a linguagem é que ela faz sentido. O *fazer sentido* dá-se, não só como *efeito de sentidos já-ditos e esquecidos* – e, por isso, tornados significados ideológicos, aparentemente significados em si mesmos –, mas também como decorrência da possibilidade do por dizer. Os sentidos nascem, portanto, do duelo entre a tradição e a ruptura, entre o mesmo e o diferente (ORLANDI, 2001). Já os significados surgem de sentidos – que, esquecidos pelos sujeitos, são tomados isoladamente – e possibilitam o nascimento de outros sentidos, segundo o lugar ocupado pelos sujeitos da ativação dos signos; afinal, esse lugar é constitutivo do que os sujeitos dizem.

3. TEXTO: A SEMIÓTICA COMO MARCA

Com a base no termo latino *tēxtus, -us* (*narrativa, exposição*) e, portanto, com o significado construído a partir do verbo *tēxo, is, xui, xtum, ěre* (*tecer, entrançar*) (HOUAISS, s.u.), a palavra *texto* se traduz como processo e produto da ação de tecer. Tecido que é, constrói-se pelo entrelaçar organizado de signos – não verbais e/ou verbais –, cuja articulação é fruto de planejamento com fins ao preenchimento de função comunicativa reconhecível e reconhecida (KOCH, 2000).

Porquanto seja processo, o texto deve ser entendido como “relação entre produção, recepção e interpretação” (idem, p. 20), relação essa em que se inserem o sujeito-autor e o sujeito-leitor com sua historicidade: o primeiro, tecendo a trama com signos eleitos para a construção de sentido(s); o segundo, identificando na rede sógnica seu potencial significativo – e, por conseguinte, gerando interpretações.

Tendo em vista o sentido amplo com que se concebe *texto* – e *signo* – neste trabalho, defende-se que qualquer entrançamento sógnico dotado de conteúdo significativo gerado em qualquer substância (SIMÕES, 2003) é texto. Assim é que, desse tecido, podem participar o sonoro, o visual, o verbal (SANTAELLA, 2001). E se, na abordagem peirceana, o mundo pode ser tomado como composto exclusivamente de signos, também o mundo – rede sógnica – pode ser entendido como grande texto a abrigar outros tantos e variados textos.

3.1. Texto: transmutação sógnica

Os textos brotam de um processo de tradução da realidade – tradução essa que constitui o objeto imediato – em imagens mentais e destas em signos. Signos que diferem dos objetos, as imagens mentais representam parcelas da realidade capturadas segundo determinada óptica: assim, são construídas a partir de estímulos (reais ou imaginados), mas não são os próprios objetos que as estimularam. O texto se revela, nessa medida, como tradução de imagens em signos outros, de modo tal, que constitui uma cadeia semiótica, de “transmutação de signo em signo” (PLAZA, 1987, p. 18).

Se a cadeia semiótica traz como inerência o processo de tradução sígnica contínua, isso se dá não só no momento da produção, mas também no da recepção textual. No ato de construção de um texto, “o pensamento, que já é signo, tem de ser traduzido numa expressão concreta e material de linguagem que permita a interação comunicativa” (idem, p. 18-19). Esta expressão material, no instante de leitura, rebrota em novos signos; e a recepção textual constitui-se, desse modo, em reconstrução, porque o texto é estímulo que provoca a formação de imagens na mente do sujeito-leitor, as quais são novamente traduzidas em signos.

O signo, como já se observou, tem qualidades e características materiais próprias. Acompanhando o pensamento peirceano, se o texto é uma construção sígnica – e, por extensão, ele mesmo um grande signo – também ele tem qualidades e características inerentes à sua matéria e distintas da realidade que o provocou. Tende, por isso, a dois movimentos: um é o da comunicação, da saída de si mesmo para a exterioridade; o outro, o da volta sobre si mesmo ou da autopreservação (idem, p. 22).

Ao acentuar a sua concretude, o texto-signo, sob a dominância, não só mais do simbólico, mas também do icônico, em vez de reportar-se ao que está fora dele, evoca a sua materialidade. Assim, pode-se dizer texto-ícone e, como tal, objeto sensível, sensorial, com dimensão plástica, que provoca a criação de imagens mentais (SIMÕES, 2003a). E, exatamente por ser ícone, o texto-signo produz, na mente do sujeito-leitor, “sentimentos de analogia com algo” (PLAZA, 1987, p. 24).

O texto – que é possibilidade frente àquele pensamento que o desencadeou – tem, pois, a capacidade de (re)construir o objeto e nele se constituir, objeto semiótico, a partir de suas qualidades concretas, materiais, como signo. Dessa maneira, em vez de ser signo para representar um objeto fora de si mesmo, é signo que se apresenta a ele próprio como objeto – que, pela semiose, faz nascer(em) novo(s) tecido(s) sígnico(s) e, portanto, novo(s) objeto(s) semiótico(s), a partir de suas qualidades. Como ressalta Plaza (ibidem), a qualidade material do texto – que se refere à seleção e à combinação sígnica – não só revela o modo como o signo manifesta o seu objeto, mas também determina a qualidade de pensamento que ele está apto a gerar.

Nesse prisma, o texto pode ser definido como um objeto visual desenhado com elementos sensíveis físicos, ou seja, com ícones. Traços, cores, formas, grafismos, texturas e palavras se articulam e constroem a plástica do *objeto-*

semiótico-texto. Pode-se afirmar, por conseguinte, que o texto é um signo visual dotado de plasticidade (SIMÕES & DUTRA, 2002), tal como o são todos os signos que o compõem.

Entender os signos formadores do tecido textual como itens plásticos é vê-los como pistas potenciais através das quais se forma a trama e mediante o que se inaugura o processo de interpretação. O texto, como objeto visual, contém um conjunto de traços, marcas, que orientam a sua descodificação. Todos os elementos constitutivos de sua malha, pois, são itens a partir dos quais se desenham também as leituras. Assim como o texto resulta da articulação de elementos cuja plástica ou organização de formas explicita certo recorte do objeto, também as leituras do texto dizem respeito aos modos diversos com que se percebem e se registram as impressões deixadas por um ícone. Essa diversidade corresponde, de igual modo, à maneira com que o sujeito-leitor é atravessado pelo texto-mundo, pela história, pelo conhecimento de mundo e pela experiência.

3.1.1. Leitura: o *retecer* do tecido

Dado que os indivíduos em interação, em sua historicidade, constroem sentidos – que, desse modo, nascem de confrontos de relações sócio-historicamente fundadas – em um movimento de resgate e de transformação de significados previamente delineados (ORLANDI, 1993, p. 103), ao ler, esses sujeitos participam do processo sócio-histórico de produção de sentidos – e de significados; os leitores, dessa forma, não são meros decodificadores ou receptores de informações prontas e definitivas; ao contrário disso, são sujeitos-agentes. Se o fundamento da produção de sentidos está no processo de interpretação, *ler* é participar dos processos de produção de sentido(s) e *leitura* é pura semiose.

Da mesma forma que os sentidos se constituem na instância do historicamente construído e esquecido, a leitura é elaborada a partir da exterioridade do legível, ou seja, é fundada pelo domínio do saber pré-construído, do pré-existente à situação comunicativa (idem, p. 106). O sujeito-leitor, no entanto, não é um mero repetidor do já-dito: ele intervém no repetível. Se, nos processos de interpretação, há recorrência a formulações cristalizadas, também há a elaboração de formulações

novas, advindas da linearização do saber, após seleção e combinação de signos. Diz-se, por isso, que a leitura consiste, como salienta Orlandi (1993), em cruzamento do *paradigmático* – os vários saberes, dizeres – como o *sintagmático* – o que é resultante de ordenação e organização singulares dos elementos do paradigmático.

É na interseção entre o já-dito e o por dizer, ou entre o já-lido e o por ler que se estabelece o sujeito-leitor: ao mesmo tempo em que se mostra interpelado pelos signos e seus significados aparentemente imanentes, explicita-se como dotado da responsabilidade de delinear formulações. É o que ressalta Orlandi (idem), ao afirmar que

[...] o legível é exterior (preexistente) ao sujeito-leitor, ao mesmo tempo que, no momento da leitura, coloca-se como contemporâneo a ele. É no interior dessa contradição entre o preexistente e a contemporaneidade que se produz a leitura com seu(s) sujeito(s) e seu(s) sentido(s). (p. 112)

Memória e esquecimento, se modelares para o dizer, também o são para o ler. Tradição e ruptura atuam, igualmente, na interpretação e na construção de sentidos durante o processo de leitura; afinal, “contradição, reprodução, transformação, memória, esquecimento, o mesmo e o diferente jogam todo o tempo na produção de [...] uma leitura” (idem, p. 110)

Se, nos textos, depositam-se marcas sensíveis – *âncoras textuais* (SIMÕES, 1997) – que manifestam o(s) projeto(s) de texto do sujeito-escritor e traçam o(s) caminho(s) de leitura, cabe ao sujeito-leitor apreendê-los e percorrer tal trilha traçada pelos signos em sua potencialidade icônica.

3.2. Texto, imagem: texto-imagem

O texto, matéria plástica, porquanto seja processo, deixa-se ver como tradução de imagens em imagens. Dada a insistência nessa concepção, faz-se necessário traçar o entendimento do conceito de *imagem* nesta pesquisa, para, em seguida, mostrar que a imagem é um texto e que todo texto – mesmo aquele exclusivamente verbal – é, por sua vez, uma imagem.

O entendimento do conceito de imagem divide-se em dois domínios. O primeiro é o das imagens visuais: desenhos, gravuras, pinturas, fotografias, imagens

cinematográficas, televisivas, entre outras. O segundo é o do imaterial, das imagens mentais: visões, fantasias, imaginações (SANTAELLA & NÖTH, 2001).

Os dois domínios se inter-relacionam na sua gênese: as imagens visuais surgem a partir das imagens mentais de quem as produz; as imagens mentais têm alguma origem no mundo dos objetos físicos. Assim, o que une os dois domínios é o conceito de signo: pense-se que a imagem visual não é o objeto pelo qual ela está, senão, mais precisamente, o signo ou o veículo sógnico peirceano, ao passo que a imagem mental é o interpretante sógnico.

Nesta seção, será feita uma breve explanação acerca do conceito de *imagem* – e, dentro desse universo, será posta a palavra, não mais como apenas palavra, mas como palavra-imagem.

3.2.1. A imagem como matéria

Imago, imaginis: representação de forma ou aspecto de ser real ou ficcional, concreto ou abstrato, material ou mental; imagem virtual; impressão sensorial... O termo “imagem”, embora utilizado (HOUAISS, *s.u.*) com significados distintos e sem vínculo aparente, carrega componente semântico que permite a interseção entre as várias acepções. A imagem, ainda que nem sempre “remeta ao visível, toma alguns traços emprestados do visual” (JOLY, 2003, p. 13) – traços esses tomados emprestados por um sujeito, esteja ele na posição de produtor ou de leitor da mensagem.

A imagem se constitui em síntese de vários elementos visuais ocorrentes em simultaneidade. Assim, o que se chama de imagem carrega consigo o princípio da heterogeneidade, porque articula o que se poderia intitular, inicialmente, de diferentes categorias de signos: os signos icônicos propriamente ditos – ou, de modo restrito, hipóícones –, os signos plásticos (a que já se fez referência em capítulo anterior) e também os signos linguísticos. Desse caráter de síntese, emerge a sua força: afinal, pode exibir os diferentes e vários elementos da sua estrutura em relação uns com os outros. Devido a essa identidade sintática, o interlocutor capta, de certa exibição, primeiramente, a totalidade; só depois apreende as partes componentes.

Observe-se a propaganda que se segue:

Quando o Grupo Pão de Açúcar cresce, cresce também a vontade de servir aos clientes, à comunidade e ao planeta. E isso não é de hoje. Há 17 anos, quando ainda não se falava em sustentabilidade, o Grupo Pão de Açúcar já investia em programas de responsabilidade socioambiental. Veja um pouco do que fizemos em 2009

- Formação profissionalizante para jovens
- 35 mil participantes na Maratona Pão de Açúcar
- 561 mil livros arrecadados
- 4.500 participantes na Campanha de Vacinação
- 323 mil agasalhos arrecadados
- Formação e investimento em atletas
- 20% do lixo reciclável da cidade de São Paulo recolhido pelo Pão de Açúcar
- Programas de incentivo à alimentação saudável
- Mais de 1 milhão de sacolas retornáveis vendidas
- Mais de 7 mil toneladas recolhidas pelas Estações de Reciclagem do Grupo
- Pesquisa Científica Oteco com 40 mil participantes
- 77 mil beiriquinhos arrecadados

Sabe mais no www.grupopadecucar.com.br

Grupo Pão de Açúcar

Pão de Açúcar extra O B Semolina e Pão de Mel Forno Yara

Figura 30 – Veja 2145

Ao deparar com o texto, o leitor apreende, em um primeiro momento, a ilustração em que crianças negras sustentam o globo terrestre, cuja imagem está ladeada por feixes de signos verbais. Centralizada, a ilustração tem os elementos constitutivos distribuídos de modo tal, que finda por conduzir o olhar do leitor, de imediato, para a imagem visual do Globo e das mãos das crianças, posicionada no centro óptico da página (área que, situada um pouco acima do centro geométrico, e ponto que a vista humana tende a focalizar de imediato, e, por isso mesma, considerada nobre, conforme salientam Vestergaard e Schøeder, 2000). A imagem das crianças, por sua vez, fora dessa área focal, é percebida, provavelmente, em segundo momento.

Tal organização dos signos no papel pode fazer com que o leitor não tenha a sua atenção voltada para os signos verbais. Esses, no entanto, em diálogo com os não verbais, revelam algo que a ilustração, por si só, não traduz: as crianças

metaforizam a vontade da empresa “de servir aos clientes, à comunidade e ao planeta”, dentro da proposta de sustentabilidade anunciada (não é à toa que as crianças sustentam o Globo) e, por outro lado, os indivíduos assistidos pelos programas implantados pela empresa que assina a propaganda. Como se constata, o texto é elaborado de modo a que o leitor o visualize como unidade sígnica verbo-visual. Só num segundo estágio de leitura é que são observadas as partes constitutivas dessa composição.

O que se postula sobre a imagem visual pode aplicar-se à palavra tomada como imagem: primeiramente, tem-se a totalidade gráfica e acústica; só posteriormente saltam do vocábulo suas partes constitutivas – morfemas, letras e fonemas. O mesmo vale para um enunciado: após ser enlaçado como totalidade, é fragmentado em sintagmas até que se chegue a suas unidades mínimas.

Assim como a produção e a compreensão de sentidos e de significados acontecem na história, isso também se dá com as imagens visuais – que sempre carregam uma história. Neiva Jr. (2002) afirma que “nosso presente nunca está sozinho e que os fantasmas do passado acompanham a nossa ignorância” (p. 7). Sua reflexão é remissiva às noções de memória e de esquecimento – estruturadoras dos sentidos e dos sujeitos (PÊCHEUX, 1997). É no passado e no esquecimento desse passado, desse já-experimentado, já-visto, já-dito e já-lido, que se constrói a produção e a compreensão das imagens. Elaborar, captar e interpretar certa imagem decorre do (pré-) conhecimento e de seu subsequente apagamento. Assim, pode-se dizer que produção/reconhecimento/leitura de uma imagem é resultado de um *juízo* (NEIVA JR, 2002, p. 26), de uma apreensão particular de específico dado da realidade, *juízo* esse, que reside nessa esfera de memória e esquecimento.

O fundamento para entender-se o que é uma imagem é a analogia: a imagem é algo que se assemelha a outra coisa. Dessa forma, ela é percebida como signo analógico. Ou seja: mais do que semelhança, o que existe é uma familiaridade com o objeto, já que a imagem guarda propriedades do objeto. Isso significa que, quando se usa a palavra *semelhança*, está-se tratando não de cópia do objeto físico ou imaginário, mas de propriedade que o representâmen do signo (veículo sígnico) tem, por guardar característica(s) desse objeto – e, frise-se: isso é guardado em sua própria plástica sígnica. Assim, seu corpo de signo mantém, mais precisamente, analogia com o corpo do objeto. E essa analogia é dada por graus: podem-se

guardar vários traços do objeto experimentado – e aí a aproximação entre o signo e o objeto será maior, podendo chegar ao nível da imitação –, ou pode-se ter apenas o que se chamaria de *sema* fundamental do objeto conhecido (o que permite o seu reconhecimento).

Assim como a construção de uma imagem visual revela processo de escolhas perceptivas e de reconhecimento (JOLY, 2003), que precedem e presidem uma interpretação, também a leitura da imagem visual obedece ao mesmo processo. Ou seja: o que se designa como analogia ou semelhança corresponde mais precisamente a uma analogia perceptiva e não a uma semelhança entre a imagem e o seu objeto. Claro deve estar que, muitas vezes, a analogia surge da convenção; e é esse princípio que assegura que se construam ou reconheçam imagens de entes fantásticos, imaginários – objetos não existentes no mundo físico sensível.

Mas não é só a semelhança que constitui uma imagem enquanto tal. A imagem é a disposição de formas, linhas, volumes, no espaço do papel ou em qualquer outro suporte. Tais disposição e apresentação são a aparência dada em sua plasticidade – analógica, por guardar qualidades que também são as do objeto. A imagem se sabe, por conseguinte, no máximo, como uma hipótese do real, pura aparência, manifestação de um olhar que configura os objetos não como são, mas como aparentam sê-lo – ou seja, manifestação do objeto imediato peirceano, integrante do ser do signo. Isso cria uma ilusão para o intérprete, que passa a confundir a imagem com o próprio objeto. Ou seja, “a imagem oferece-se como a ilusão da certeza quando em leitura” (SIMÕES, 2003, p. 42).

Se a percepção do mundo depende de processo seletivo e relacional (NEIVA JR, 2002), isso significa que a imagem nunca será uma cópia do mundo. Será, no máximo, uma transposição desse mundo. Não se pode esquecer de que entre o mundo e a percepção há os cones de luz, as deformações que fazem da imagem coisa autônoma (id. *ibid.*). Em outras palavras, as variações de luz e sombra, os pontos de vista de observação permitem uma imagem que evoque um recorte do mundo (o objeto imediato), nunca o mundo em si mesmo (o objeto dinâmico); até porque, se só se sabe como parcela (objeto imediato), o mundo *em si mesmo* finda por ser pura abstração ou mera especulação. Se se tomar uma fotografia como exemplo, será possível constatar que ela nunca é um registro fidedigno do real: usam-se determinados tipos de lente, recorre-se a certas aberturas do diafragma da câmera, expõe-se a película à luz em tempos variados; e isso tudo define a imagem

final. Tem-se, então, uma aparência do real, uma *hiper-realidade* (idem, p. 73), já que se simula como presença o que se sabe como ausência.

Assim, pode-se dizer que o mundo se manifesta em imagens: se o mundo é percebido a partir da sua tradução em sólidos, cores, luzes e sombras, por exemplo, pode-se concluir que ele mesmo é imagem do que dele se diz. Nesse sentido, então, a imagem pode valer pelo próprio mundo, já que passa a ser ela que o evoca e manifesta. E não se esqueça: se a imagem *evoca e manifesta* o mundo, faz isso de um determinado ponto de vista de observação. Então, ao *desenhar* os objetos, esses passam a existir segundo a manifestação imagética.

Algo mais deve ser dito, ainda: quando se está diante de imagens como a fotografia, o vídeo, o filme, nunca se pode deixar de ter em mente que essas imagens nascem como índices, porque extensões das ondas emitidas pelos objetos a que se referem. Além disso, se elas são construídas ou percebidas devido a, pelo menos, um mínimo de convenção, de generalização, elas também carregam caráter simbólico. Enfim, reforça-se a constatação de que os signos não são puros e de que as linguagens são, exatamente por isso, mistas.

Dentro da perspectiva semiótica, as imagens devem ser abordadas, considerando-se o modo de produção de interpretações (JOLY, 2003). E, nesse sentido, devem ser vistas em sua função epistêmica, de produção de conhecimento: se o mundo e os seus objetos são dados como imagens, delas se produzem interpretantes: assim é que a imagem, como linguagem, ativa significados produzidos historicamente – matérias das quais se apagou a materialidade –, põe os mesmos em ação, delinea perspectivas e reelabora noções – ou, tão somente, ratifica-as. Estudar as imagens é, pois, adentrar pelo mundo dos signos em geral, dos ícones, em especial – e da geração de sentidos que se irão converter em significados (Simões, 2003).

3.2.2. Palavra, palavra-imagem

Partindo das reflexões feitas sobre o texto e sua inerência icônica, é pertinente que se proceda a uma breve digressão acerca dos atributos imagéticos que a palavra carrega consigo.

A tradição teórica logocêntrica defende, como comentam Santaella e Nöth (2001), que a interpretação da imagem não pode prescindir da linguagem verbal, já que a interpretação da imagem se origina necessariamente pela mediação da palavra. Somando-se a isso, essa mesma voz argumenta que à imagem falta uma *metassemiótica*, ou seja, que não há como a imagem fazer reflexão sobre imagens e, mesmo, teorizar sobre imagens (JOLY, 2003; NEIVA JR, 2002). A imagem se apresentaria, assim, em relação de subordinação frente aos signos verbais.

Ainda que a imagem careça de uma metassemiótica, parece que a separação entre o código visual e o verbal não é tão definitiva assim: isso porque a linguagem verbal ela mesma não pode desenvolver-se sem imagens. Se se reportar à ideia de que as palavras são signos simbólicos e que os símbolos são “a celebração de um contrato ou convenção”, como a própria etimologia¹⁵ revela (Santaella e Nöth, 2001: 63) – ou seja, são signos cuja relação com os objetos é efetuada através de mediação, de associações conceituais que permitem que os símbolos sejam interpretados como algo que se refere àqueles objetos –, será possível concluir que as palavras requisitam imagens mentais, para que tenham a potência de significar. Assim, a própria teoria¹⁶ – tradicionalmente e por excelência verbal –, não pode dispensar as imagens, inerentes, por si mesmas, aos processos de interpretação.

Pense-se, ainda, na descrição saussuriana do signo linguístico como dotado de imagem acústica (Saussure, 1977) e associe-se a isso a camada gráfica, o composto de letras ou imagem visual – do somatório dessas faces resulta o signo linguístico como corpo físico ou o veículo sígnico saussureano. Conclui-se, com base nos argumentos acima, que a linguagem verbal não pode prescindir de imagens, ao passo que as imagens solicitarão a linguagem verbal em determinadas circunstâncias – no caso de uma explanação reflexiva, por exemplo. Ou seja: a linguagem verbal se apresenta permeada por imagens, sejam elas mentais ou, no sentido físico, visuais ou acústicas.

Dessa forma, evidencia-se que a palavra carrega consigo a peculiaridade de ícone, além de ela própria evocar os ícones, para que se atualize o hábito, a lei, e se

¹⁵ Etimologicamente, “símbolo”, do latim *ymbòlum*, í “sinal, marca distintiva, insígnia” é adaptação do grego *súmbolon*, ou “sinal, signo de reconhecimento”. Na origem, a palavra nomeava “um objeto partido em dois, em que dois hospedeiros conservavam cada um uma metade, transmitida a seus filhos; essas duas partes comparadas serviam para fazer reconhecer os portadores e para comprovar as relações da hospitalidade contraída anteriormente, [...]”. (HOUAISS, *su*.)

¹⁶ A própria palavra “teoria” carrega consigo o caráter de “ação de observar, examinar” (do grego *theoría*, *as*) (HOUAISS, *sv*).

produzam significações. Além disso, ela apresenta a plasticidade como algo intrínseco ao seu ser. Cumpre lembrar, ainda, que as palavras precisam dos índices, para que possam ligar o pensamento à(s) experiência(s), para que o seu papel referencial esteja assegurado. Isso permite ratificar a tese de que a palavra é, a um só tempo, signo simbólico, icônico e indicial (SANTAELLA, 2001).

Se “o estar-no-mundo (...) é mediado por uma rede intrincada e plural de linguagens” (SANTAELLA, 1983, p. 10), mundo esse em que se inscrevem linguagens múltiplas, não há por que tratar de modo distinto os conceitos de *imagem* – no sentido de imagem física – e de *palavra* pondo tais vocábulos em polos díspares. Não há, ainda, sentido em privilegiar essa ou aquela linguagem. No atual estágio em que se chegou, no mundo – o que se vem acentuando desde o século passado –, pode-se afirmar, junto com Santaella e Nöth (2001), que o *código hegemônico* não se encontra nem na imagem, nem na palavra (escrita ou falada), mas “nas suas interfaces, sobreposições e intercursos” (p. 69). Dizer, então, que os textos verbais são desenhados por palavras – e ressalte-se que essa expressão é parafraseada da definição de Haroldo de Campos acerca do conceito de poema, tomado, pelo estudioso, como *objeto de palavras* (SIMÕES, 2002, p.1) – pressupõe afirmar que as palavras são focalizadas como signos em sua completude, que estão por um objeto da experiência (cuja apreensão é apenas parcela), que têm carga imagética e que desencadeiam a produção de interpretantes.

Assim, também os textos verbais e os verbo-visuais podem ser observados como imagens, como ícones, cujo tecido, composição sígnica (seleção e combinação lexical, pontuação, textura, utilização do espaço do papel, diagramação), constitui pista para a produção de leituras. Está-se, portanto, diante de formas que geram interpretações. Para o processamento de leitura(s) dos textos exclusivamente verbais, pode-se, então, partir do estudo lexicográfico, observando-se as palavras (e suas combinações) como marcas oferecidas pelos produtores de textos. Do mesmo modo, podem-se tecer caminhos de leitura tomando-se os textos verbo-visuais e exclusivamente visuais como unidades semióticas desenhadas com os signos eleitos pelos produtores.

Se, por um lado, palavras e respectivas combinações podem ser alvo de estudos léxico-semânticos e discursivos, por outro lado, também podem sê-lo de estudos semióticos. Unidades e combinações léxicas podem ser observadas segundo a apuração de semas fundamentais comuns, para o estabelecimento de

campos semânticos e para a ativação de caminhos de leitura. Podem, ainda, ser analisadas tendo em vista se constituírem, de fato, procedimentos simbolizadores e avaliadores do universo (AZEREDO, 2000) e desempenharem, portanto, papel discursivo – afinal, é também mediante as escolhas lexicais que os indivíduos se posicionam frente aos objetos do mundo e os reconstróem pela linguagem – revelando-se, assim, sujeitos atravessados por sua historicidade e filiados, portanto, à determinada ideologia. E as palavras podem, além disso, ser vistas segundo suas funções icônicas (porque imagens – portanto, expressivas), indiciais (porque sugestões – portanto, impressivas) e simbólicas (porque inscritas na rede de convenções). Enfim, o “léxico textual, tomado como objeto semiótico dotado de potencial icônico ou indicial” (SIMÕES, 2002a, p. 1) configura-se como rica estratégia de processamento de leitura(s).

Se a imagem deve ser observada pela ótica de sua função de produção de interpretantes – e de conhecimentos –, se a palavra e os textos, sejam eles verbais ou visuais, sejam eles mistos – são tomados, na sua totalidade, como imagens, então a palavra e os demais elementos semióticos constitutivos das linguagens devem ser tratados como aqueles que signos que desenham perspectivas acerca do mundo. É fundamental, dessa maneira, estudá-los como geradores de interpretações – e, nessa medida, como delineadores e/ou ratificadores de noções.

3.2.3. A iconicidade na linguagem verbal

A palavra é signo simbólico. Como signo, tem a propriedade semiótica de evocar imagens mentais em certa mente interpretadora que o apreenda; como símbolo, as imagens que lhe são decorrentes vêm impregnadas de conceitos historicamente construídos – e, assim carregam potencial significativo, o que diz respeito ao interpretante imediato do signo simbólico.

Já se abordou, neste trabalho, que os símbolos – signos de Terceiridade – trazem, embutidos, caracteres icônicos e indiciais (SANTAELLA, 1983). Assim, a ordem das palavras, o padrão da estrutura frasal e o diagrama sintático participam do caráter icônico, ao passo que as referências temporais e situacionais dizem

respeito ao caráter indicial – caracteres esses fundamentais à compreensão do texto.

Ciente da notável aplicabilidade da lógica de Charles Sanders Peirce no âmbito dos estudos da comunicação, Nöth (1995), com a proposta de aprofundar os conhecimentos das categorias descritas pelo filósofo, sai em busca da investigação do papel da iconicidade na linguagem verbal (entendendo-se aí aspectos fônicos e gráficos), dentro dos processos de semiose. Em suas considerações, Nöth lembra que, ainda em 1653, o gramático John Wallis, em sua *Gramatica Linguae Anglicae*, postulava que a ordem das palavras repetiria a ordem do mundo. Embora as reflexões posteriores no âmbito das ciências da linguagem verbal tenham demonstrado que as línguas não são modelos icônicos fiéis do mundo, Nöth salienta que o esboço da noção de uma iconicidade básica na linguagem já estaria feito, na obra daquele estudioso.

Em seu percurso analítico, Nöth observa duas modalidades de iconicidade na linguagem verbal: a exofórica e a endofórica. No primeiro tipo de iconicidade – que diz respeito a um representâmen linguístico que possui correlato visual e/ou fônico na esfera não linguística – entram:

- (a) As onomatopéias, por participarem das qualidades acústicas do objeto a que se referem;
- (b) As expressões escritas como “decote em V”, “decote em U” e “curva em S”, com claro potencial imagético para a representação de estruturas visuais;
- (c) A diagramação, com letras e palavras aludindo a objetos dinâmicos;
- (d) A poesia concreta e sua virtualidade analógica em relação ao mundo;
- (e) Diagramas com a função de refletir estruturas cognitivas.

No segundo tipo de iconicidade, a endofórica – que diz respeito às referências de partes do texto a outras partes do próprio texto –, incluem-se:

- (a) Formas de reiteração de unidades equivalentes, como as repetições de itens lexicais e/ou de sequências linguísticas, os paralelismos, as rimas, as aliterações, entre outras;
- (b) Diagramas das relações estruturais, como a estruturação tipográfica de qualquer livro, com suas subdivisões em capítulos, parágrafos e sequências menores (até as marcadas pela pontuação e pelo espaçamento);

- (c) Diagramas temporais, em que a ordem das proposições apresenta correspondência com os eventos representados no texto;
- (d) Diagramas espaciais, em que a ordem da enunciação corresponde à ordem em que os espaços representados reportam a certo ponto-referência;
- (e) Diagramas conceituais, os quais refletem as relações de causalidade, sequencialidade ou hierarquia do mundo conceitual;
- (f) Diagramas cuja estrutura refere-se a todas as demais formas pertencentes ao mesmo paradigma, dentro da língua.

Na propaganda da Sadia (Figura 31), manifesta-se a iconicidade no nível da linguagem verbal.



Figura 31 – Época 588

Constitui a iconicidade exofórica a imagem da letra “S”, que reporta aos produtos (os embutidos, no caso, à salsicha) e, por extensão, à própria marca Sadia. Trata-se, então, de um hipócone de um dos produtos produzidos, por guardar, por semelhança, a qualidade desse objeto dinâmico (forma e cor da salsicha), que passa à categoria dos índices, por metonimicamente, sugerir a marca.

Integram a iconicidade endofórica:

- (A) A aliteração do fonema /s/ (recurso estilístico de remissão constante ao nome da empresa), em *crianças, sempre, só, sossega, salsicha, succulenta*, e em *Sadia*;
- (B) O paralelismo sintático, em *é família, é plural*;
- (C) A ativação de rimas internas em *barulhenta e succulenta*.

3.2.3.1. A Teoria da Iconicidade Verbal de Simões

É Simões (2009) quem traz inegável contribuição aos estudos de iconicidade no âmbito do verbal, dado o caráter de ineditismo de sua teoria. Partindo da premissa de que os signos em geral – e o verbal, em particular – são a materialização acústica e/ou visual de certa imagem mental que os gerou e que, por isso, são dotados de força icônica, a autora, ao tomar o texto, dentro da perspectiva da semiótica fenomenológica de Peirce, como constructo sógnico e como objeto perceptível aos sentidos – objeto esse “que se faz fenômeno e toca a mente do observador” (idem, p. 99), entende que a seleção e a combinação desses signos promove a construção da trama textual, que nasce como hipoícone do processo cognitivo que o originou.

Vendo necessária a criação de base teórica que observe o signo verbal em sua materialidade – visual e/ou sonora –, Simões concebe o texto como tecido preñado de marcas sógnicas a partir do que se podem inferir os projetos comunicativos subjacentes. Entendido como imagem, o texto, em sua teoria, manifestação auto-suficiente que é, comunica mensagem (2009, 2003, 1994). Como imagem visual, documental dos “mecanismos utilizados na organização verbal-material do raciocínio” (idem, p. 73), o texto, por conseguinte, aciona, através de sua camada sógnica, esquemas mentais que promovem a interpretação. Claro deve estar que, se os signos verbais se sabem impregnados de conceitos, emergentes da cultura em que se inscrevem, eles, os signos, serão determinantes para o estabelecimento dos caminhos de construção de significados pelo leitor.

Assim, instigada por provar “até que ponto a Semiótica lógico-filosófica do autor de *Collected Papers* poderia contribuir para um melhor entendimento do significado linguístico” (idem, p. 66), Simões (2009) apresenta a sua Teoria da

Iconicidade Verbal como caminho para “subsidiar o entendimento da semiose textual e das consequências semióticas derivadas da intenção entre sujeito e texto, sob as interferências do contexto de produção” (2009, p. 60).

Se a iconicidade é referente à propriedade de a “matéria adquirir formas sensíveis, por efeito de uma força exterior” (idem, p. 76), o texto será tão icônico quanto venha a conter elementos, em sua trama, que, por um lado, reportem aos projetos de texto e, por outro lado, explicitem-se como signos-referência nas mentes interpretadoras (idem, p. 74). As palavras – marcações linguístico-icônicas – revelam-se ao leitor como elementos mapeadores do texto e, assim, fundadores da leitura (p. 79).

De modo a evidenciar os elementos estruturantes da sua teoria, Simões lista sete premissas:

1. O signo verbal é uma imagem (sonora ou visual);
2. A seleção e a combinação produzem a iconicidade textual no nível diagramático;
3. O projeto comunicativo funda-se na verossimilhança e visa à eficácia textual;
4. O texto deve também ser analisado em seus atributos plásticos;
5. A eficiência do projeto de dizer é a comunicação de uma mensagem verdadeira ou falaciosa;
6. Há íntima relação entre a iconicidade da imagem textual e a cognição; e
7. As imagens textuais ativam imagens mentais (espaços cognitivos) que deflagram raciocínios. (p. 74-75)

Assim, Simões descreve a iconicidade verbal em cinco tipos ou níveis – inter-relacionados. Vejam-se os mesmos, em linhas gerais:

(1º) Iconicidade diagramática

Dizendo respeito ao projeto físico (visual e/ou sonoro) do texto verbal, a iconicidade diagramática concerne à combinação sígnica para a estruturação de sintagmas. Construindo a similaridade entre o objeto imediato e o signo, de modo estrutural ou relacional, manifesta-se, na oralidade, através da entonação e da acentuação e, na escrita, mediante não apenas a distribuição de signos na folha de

papel – o que diz respeito, pois, ao design –, mas, ainda, a seleção para a combinação sígnica (aspectos paradigmático e sintagmático).

Assim, por exemplo, a disposição diagonal dos signos verbais no tecido textual, de cima para baixo e da esquerda para a direita, típica dos textos imagético-visuais ocidentais, é recorrente nos textos exclusivamente verbais. No caso, a diagramação não pode ser desconsiderada como pista para a produção de leitura(s).

(2º) Iconicidade lexical

Simões postula que a seleção lexical revela ideias e conduz o interlocutor-leitor à interpretação. A iconicidade lexical reporta, portanto, à capacidade de os signos com que é tecido o texto gerarem imagens, na mente do interpretador, equivalentes àquelas nascidas na mente do produtor do texto. É, assim, proporcional ao manejo do produtor com os signos linguísticos disponíveis no acervo lexical. Ou seja, tanto mais eficiente será a leitura quanto mais adequada for a seleção de itens do léxico para o(s) projeto(s) de texto.

O vocabulário ativado no texto pode constituir pistas icônicas (fundadas na similaridade, de fundo analógico) e indiciais (fundadas na contiguidade; assim, consecutivas e indutoras).

(3º) Iconicidade isotópica

Decorrente da diagramática e da lexical, a iconicidade isotópica diz respeito ao rastreamento de palavras e expressões que, porque icônicas, apresentam-se ao leitor como objetos, despertam os sentidos e são sustentadores de eixos temáticos. Seleção e combinação lexicais, pois, agem como trilhas para a apreensão de temas. Os elementos sígnicos a nortear e sustentar as isotopias são as âncoras textuais ou palavras-chave.

(4º) Alta ou baixa iconicidade

Aos projetos comunicativos – que consistem em apresentação e defesa de tese – subjazem intenções: (a) para o convencimento e, mais ainda, (b) para a persuasão (no caso da propaganda, por exemplo). Segundo a seleção e o arranjo de signos efetuados pelo produtor, a trama textual pode manifestar alta ou baixa iconicidade.

A alta iconicidade explicita-se quando são postas, no texto, pistas estratégicas, que visem a orientar os caminhos de leitura. Isso pode dar-se tanto para a constituição da eficácia (situação em que o leitor é conduzido, pelos elementos da trama, a sentidos previstos, concernentes aos projetos de texto, tendo em vista o compromisso necessário com a veracidade) ou da falácia (situação em que o leitor é driblado pelos signos, de modo a crer ser o sentido final compatível com certa verdade, embora não o seja). Na alta iconicidade, portanto, não há a exigência da veracidade, mas sim da verossimilhança – para que o leitor proceda à semiose adequada, tendo em vista os projetos traçados, segundo a intenção do produtor para dado tipo de texto, em específica situação comunicativa.

A baixa iconicidade se explicita quando o texto, opaco, não oferece pistas suficientes para o leitor proceder à leitura. Isso pode estar no projeto de texto do produtor, no caso de textos em que haja a função poética da linguagem literária ativada, ou pode não estar no projeto inicial, quando a baixa iconicidade será resultado do mau uso do código linguístico.

(5º) Eleição de signos orientadores ou desorientadores

Os signos selecionados ativam mecanismos que podem ampliar ou restringir a cooperação entre os parceiros da interlocução. Isso significa que, no momento da elaboração textual, o produtor, que se biparte em autor e leitor hipotético, leva em conta um específico projeto de texto. Procede, assim, à seleção e à combinação sógnicas para dar conta de sua intenção comunicativa.

Iconicidade diagramática e lexical podem, segundo o(s) projeto(s), orientar ou desorientar a leitura: no primeiro caso, haverá a formulação de percursos, a fim de propiciar a univocidade semântica; no segundo, os caminhos desenhados tenderão a fazer com que o leitor sintá-se desorientado em seu caminho, em meio a ambiguidades, plurivocidades e conotações. A desorientação pode dizer respeito ao propósito do produtor em manipular o leitor, de modo a fazer com que este passe a agir segundo sua intenção.

Veja-se um pouco da aplicação da Teoria da Iconicidade Verbal. Primeiramente, em uma letra de música (tomada, por ora, como texto verbal), de Marcelo Yuka, Seu Jorge e Ulisses Cappelletti; depois, em duas propagandas impressas (texto misto).

A carne

a carne mais barata do mercado é a carne negra
que vai de graça pro presídio e para debaixo do plástico
e vai de graça pro subemprego e pros hospitais psiquiátricos

a carne mais barata do mercado é a carne negra
que fez e faz história
segurando esse país no braço (meu irmão)
o gado aqui não se sente revoltado
porque o revólver já está engatilhado
e o vingador é lento
mas muito bem intencionado

e esse país vai deixando todo mundo preto
e o cabelo esticado
mas mesmo assim ainda guarda o direito
de algum antepassado da cor

brigar, sutilmente, por respeito
brigar, bravamente, por respeito
brigar por justiça e por respeito
de algum antepassado da cor brigar

Rica em exemplos de iconicidade lexical, a letra da música traz um apanhado de itens que tecem o texto e produzem, na mente do interlocutor, imagens equivalentes àquelas integrantes do(s) projeto(s) de texto(s). Por um lado, há itens (A) que promovem o desenho da *carne negra* como produto ou subproduto, metonímia do ser passivo, objeto da ação de uma sociedade excludente e racista. Por outro lado, há itens (C) que efetivam o desenho da carne negra como também metonímia, mas de ser agente, que luta pela validação de seus direitos. Efetuando a passagem de uma das abordagens da carne negra para a outra, estão signos (B) que reportam à ação negra na construção da história do país.

(A)

CARNE NEGRA = OBJETO		
IDENTIDADE	ESPAÇOS / LUGARES SOCIAIS DESTINADOS	APAGAMENTO DA IDENTIDADE
- A MAIS BARATA - DE GRAÇA - GADO	- PRESÍDIO - DEBAIXO DO PLÁSTICO - SUBEMPREGO - HOSPITAIS PSIQUIÁTRICOS	- TODO MUNDO PRETO - CABELO ESTICADO

(B)

CARNE NEGRA = AGENTE HISTÓRICO	
IDENTIDADE	AÇÃO
- ANTEPASSADO DA COR - BRAÇO	- FEZ / FAZ HISTÓRIA - FEZ / FAZ PAÍS

(C)

CARNE NEGRA = SUJEITO DA SUA HISTÓRIA		
IDENTIDADE	AÇÃO	FINALIDADE DA AÇÃO
- VINGADOR - LENTO - BEM INTENCIONADO	- BRIGAR (REVÓLVER ENGATILHADO)	- RESPEITO - JUSTIÇA

No nível diagramático, é interessante notar como se dispõem os itens lexicais: dos que associam a carne às noções de produto e de passividade, até aqueles que efetivam a construção da ideia de sujeito agente. Essa disposição sígnica orienta o leitor a percorrer o texto, de modo a não ficar estagnado na suposta noção de exclusão e de anulação apresentada no início do texto (talvez como a *verdade social* construída sobre o ser negro, o ser *incapaz* de agir por si mesmo). O próprio paralelismo sintático, identificado na última estrofe, com a reiteração dos itens *brigar* e *por respeito*, visa a ratificar a construção do sentido de um indivíduo com potencial para efetuar mudanças. No nível isotópico, os signos constituem as âncoras textuais que desenharam trilha para a revelação de um tema, o da *resistência* dessa carne negra, outrora caracterizada como *barata*.

Pensando-se no tipo de texto – um poema-canção – e no quão ele se realiza como unidade à medida que letra, melodia e interpretação são tomadas para análise, pode-se afirmar que o texto ganha força significativa na veemente gravação de Elza Soares, que se pode ouvir em seu disco *Do cóccix até o pescoço* (2002).



Figura 32 – Capa e contracapa do CD *Do cóccix até o pescoço* (2002), de Elza Soares

Com sua ímpar voz grave e rouca, Elza não só entoa, como “grita” o verso inicial, alongando fonemas tônicos das palavras *carne, barata, mercado, negra* (bem como as notas musicais referentes aos mesmos). Ao proferir o verbo *brigar*, com que se encerra o texto, ela dá ênfase às vibrantes (o que, de certo modo, é uma marca de seu estilo de cantar). Assim, destaca signos fundamentais (as âncoras textuais) para a construção de isotopia referente à denúncia da desqualificação do ser negro e da tomada de posição de luta.

Em certa medida, a interpretação de Elza Soares explicita sua própria trajetória de mulher negra, filha de lavadeira e de pai operário, nascida em subúrbio do Rio de Janeiro (Água Santa) – trajetória essa em que acumulou perdas (maridos, filhos, espaço profissional) e ao longo da qual experimentou, ela mesma, o racismo.

Em entrevista¹⁷ concedida ao programa *Roda Viva* (levado ao ar pela TV Cultura, 02/09/2002), Elza Soares faz referência ao começo da sua carreira (início dos anos 1960), conta que conheceu Silvinha Teles (na ocasião, estrela da Bossa Nova) e Aloísio de Oliveira (reconhecido produtor musical da época) e diz que essas foram as pessoas que a levaram para a Odeon, onde gravou o seu primeiro disco (*Se acaso você chegasse*). Comenta que, na verdade, eles dois já haviam tentado apresentá-la para outra gravadora, a RCA Victor, mas que ela fora rejeitada, mesmo sem ter suas qualidades artísticas avaliadas, por ser uma menina negra:

Me levaram [Silvinha Teles e Aloísio de Oliveira] para a Odeon e nessa noite ela tinha levado Aloísio de Oliveira [reconhecido produtor musical da época do surgimento da bossa nova]. [...] antes já tinham dito na gravadora RCA Victor da minha existência. Só que eles não queriam porque eu era negra. Disseram: “Que cor a menina tem?” “É negra.” “Então, a gente não quer.”. O Darcy Louro que me contou essa história. Ele era o divulgador na época... [...] (TV CULTURA, 2002)

Ao ser indagada, por um telespectador, sobre o tratamento dado ao negro pela mídia atual, ela afirma haver desequilíbrio no exercício do lazer (no âmbito cultural) e de algumas funções: em seus *shows*, diz sentir falta da presença do negro na constituição das plateias, por exemplo. Ao fazer referência à música “A Carne”, enfatiza que a gravou pelo fato de a obra ser a manifestação da sua identidade (*tinha a minha cara*) e que a sua interpretação é resultado da preocupação que tem de explicitar determinada palavra (*aquela palavra*):

¹⁷ A transcrição da entrevista e o vídeo referente ao programa estão disponíveis, na íntegra, no portal da TV Cultura: <http://www.tvcultura.com.br/rodaviva/programa/pgm0811> .

Elza Soares: Essa música do Marcelo Yuka [baterista da banda O Rappa] e Seu Jorge [nome artístico de Jorge Mário da Silva, cantor, compositor e ator brasileiro], eu tenho paixão pelo Marcelo Yuka, tenho paixão pelo Rappa, tenho paixão por essa gente que faz boa música e, quando vi "A carne", não quis gravar como se fosse um protesto do negro, não, gravei "A Carne" porque tinha minha cara. Eu ainda procuro nas primeiras cadeiras sempre de qualquer lugar um negro sentado e eu não vejo, então... [...]

Washington Olivetto: Elza, uma coisa. Bem possivelmente quando você começou cantar, a música pra você era mais a melodia do que a letra.

Elza Soares: Não, a letra, a letra.

Washington Olivetto: Era a letra já? No seu discurso você era: interpretar aquela palavra.

Elza Soares: Aquela palavra, eu já me sentia dentro daquilo ali. Você vê hoje o modelo, você vê hoje, para ser modelo, para ser um ator, acho que não é hoje. É muito difícil você ver um negro sentado ou negro fazendo um trabalho assim. A gente sabe, eu não estou aqui, eu não quero ser Tiradentes, não quero ter a corda no pescoço, está entendendo, por uma luta. Mas eu acho que tem que dar mais atenção para negritude. (id. ibid.)

Imbuída do objetivo de trazer à cena a importância da negritude, Elza, de fato, reelabora a composição, impregnando-a de todos os signos que teceram/tecem seu texto-vida. Desse modo, a artista não só recupera o projeto de texto dos produtores, como o redesenha.

Veja-se, para encerrar este capítulo, um pouco da aplicação da Teoria da Iconicidade Verbal em duas propagandas impressas – textos mistos com que se demonstrará a expansão da Teoria da Iconicidade Verbal para além das fronteiras do verbal. A primeira é assinada pela empresa Caterpillar e a segunda, pela Weber Quartzolit. Como as propagandas têm composição verbo-visual semelhante, as mesmas serão analisadas em paralelo.

Observando a iconicidade léxico-visual, constata-se que integram a construção sígnica a ilustração de um grupo de pessoas (que representam os trabalhadores que atuam nas empresas) e a de elementos ligados à identidade da indústria (máquinas, elementos do parque industrial). O grupo, posicionado em primeiro plano, agrega pessoas numa composição em que se faz referência à diversidade: de gênero; de raça; e de atividade funcional (o que se infere pela indumentária). Pretende-se, portanto, construir a noção de empresas em que as relações profissionais são pautadas na parceria (pela ativação do signo *grupo de pessoas*), que se identifica pela diversidade (pela ativação do signo *imagem visual homem, imagem visual mulher, imagem visual negro*) e que valoriza todos os trabalhadores (signo *posição em primeiro plano*), independentemente da função que desempenhem (pela ativação do signo *vestuário*). Busca-se, com isso, que o interlocutor conclua que, de fato, trata-se das *melhores empresas para se trabalhar*

(as propagandas se referem a concursos promovidos, em 2009, pela revista *Época* e pela *Você Exame*, respectivamente).

No entanto, quando se observa mais atentamente a disposição desses signos no diagrama dos textos, bem como certa relação entre os mesmos, conclui-se algo diferente. Em primeiro lugar, verifica-se que, no centro óptico de ambas as composições estão, não as pessoas, mas as máquinas e imagem do parque industrial. Em segundo lugar, constata-se que, na relação entre o tamanho das imagens dispostas em primeiro e em segundo plano, as postas atrás são exatamente as que apresentam grandes dimensões (o que contraria as noções de perspectiva) – o que deixa as pessoas em tamanho diminuto, embora em primeiro plano (o que se percebe de modo bem mais explícito na peça da Caterpillar, na qual os “braços” das máquinas parecem *proteger* os trabalhadores). Vale, ainda, destacar algo, em referência à ideia de diversidade: se, nas composições, busca-se equilíbrio quanto ao gênero (na peça da Caterpillar, há três homens e duas mulheres e, na da Weber Quartzolit, há equilíbrio), o mesmo não se pode dizer quanto à diversidade de raça, pois as duas composições trazem apenas uma pessoa negra cada.

Se uma primeira leitura poderia conduzir à inferência da isotopia ligada ao cuidado e à atenção destinados, pelas empresas, aos seus trabalhadores, depois de análise criteriosa, é possível constatar que os textos, dotados de alta iconicidade, arquitetam a falácia para despistar o leitor do sentido essencial: quem ocupa a posição de protagonista são as empresas.



Figura 33 – Época 588



Figura 34 – Veja 2130

Assim, mais icônico será o texto que contenha signos a partir dos quais se possam formular interpretações. Isso não vai dizer respeito às condições de verdade ou falsidade das assertivas, mas sim ao potencial de verossimilhança das mesmas. Como salienta Simões (2009),

[...] a iconicidade é uma qualidade de natureza plástico-imagética que pode orientar o olhar do leitor para uma tomada do texto como um desenho constituído por um traçado complexo em que podem misturar-se às letras das palavras e enunciados, formas, cores, posições, figuras [...] (p. 101).