

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGUÍSTICA

JOSÉ DAVID CAMPOS FERNANDES

**Processos linguísticos no cartaz de guerra:
semiótica e gramática do *design* visual**

JOÃO PESSOA

2009

JOSÉ DAVID CAMPOS FERNANDES

Processos linguísticos no cartaz de guerra: semiótica e gramática do *design* visual

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Linguísticos da Universidade Federal da Paraíba como requisito parcial à obtenção do grau de Doutor em Linguística.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Ana Cristina de Sousa Aldrigue

JOÃO PESSOA

2009

F363p Fernandes, José David Campos.
 Processos linguísticos no cartaz de guerra: semiótica e gramática do
 design visual/ José David Campos Fernandes. – João Pessoa, 2009.
 158p.
 Orientadora: Ana Cristina de Sousa Aldrigue
 Tese(Doutorado) – UFPB - CCHLA

 1.Semiótica. 2. Gramática. 3. Linguística.

UFPb/BC

CDU: 801.54(043)

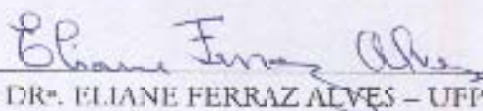
JOSÉ DAVID CAMPOS FERNANDES

Processos linguísticos no cartaz de guerra: semiótica e gramática do *design* visual

Tese apresentada como requisito parcial para obtenção do título de
Doutor em Linguística, do Programa de Pós-Graduação em
Linguística – PROLING –, da Universidade Federal da Paraíba –
UFPB.



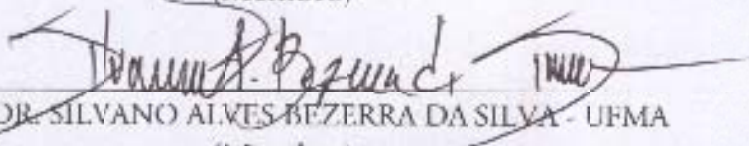
PROF.^a. DR.^a. ANA CRISTINA DE SOUSA ALDRIGUE - UFPB
(Orientadora)



PROF.^a. DR.^a. ELIANE FERRAZ ALVES – UFPB
(Membro)

PROF. DR.^a. EVANGELINA MARIA BRITO DE FARIA - UFPB
(Membro)

PROF.^a. DR.^a. LEILANE RAMOS DA SILVA - UES
(Membro)



PROF. DR. SILVANO ALVES BEZERRA DA SILVA - UFMA
(Membro)

Agradecimentos

Aos colegas do PROLING,
que, em reuniões várias para discutir a Linguística,
agregaram valor ao conhecimento,
ampliaram fronteiras
e nos honraram a convivência.

Aos colegas do Decom,
Pólo Multimídia e Editora,

A Martha e Cleide,
pela tradução, e a
Karla, pela adequação do texto
às normas da ABNT.

Ao José Luiz, pelo incansável apoio,
pela amizade e por continuar tocando
a fábrica de livros.

À professora Dra. Fátima Almeida,
por todos estímulos.

Às professoras Dra. Eliane Ferraz,
Dra. Leilane Ramos
e ao professor Dr. Silvano Bezerra,
pelas várias sugestões
que enriqueceram este trabalho.

À professora Ana Cristina Aldrigue,
pela possibilidade do vôo
e pelo norte do trabalho.

Resumo

Imagens produzem e reproduzem relações sociais, comunicam fatos, divulgam eventos e interagem com seus leitores com uma força semelhante à de um texto formado por palavras. Como gênero eminentemente imagético, o cartaz, além de uma compreensão, também requer em sua textura um processo de persuasão, construído por um produtor para conquistar seu leitor. Nele, uma cadeia de elementos verbais e não-verbais dispostos na sua superfície de papel é permeada por estratégias que, na maioria das vezes, passam despercebidas pelo leitor comum. Ancorado nessa perspectiva, este estudo buscou verificar como as representações dos elementos não -verbais neste gênero estão estruturadas de modo a influenciar o olhar, a leitura e a apreensão das mensagens nele impressas. O *corpus*, recolhido em sites eletrônicos especializados, constituiu-se de um cartaz produzido pelo governo britânico, para recrutamento de soldados durante a primeira guerra mundial, e aqueles com os quais ele mantém diálogo, veiculados após sua publicação. Metodologicamente, entrelaçaram-se: i) os estudos desenvolvidos por Charles Sanders Peirce (1974), notadamente, as diferentes categorias e leis próprias de organização dos signos; ii) a abordagem funcionalista da gramática do design visual proposta por Kress e van Leeuwen (2000), para quem há, nos textos imagéticos, uma *metafunção representacional* (descreve os participantes em uma ação), uma *interacional* (descreve as relações sociointeracionais construídas pela imagem) e uma outra *composicional* (que combina seus elementos); iii) a perspectiva bakhtiniana do signo, tomado em seu aspecto ideológico. A análise confirmou a hipótese de que o código visual, assim como a linguagem verbal, possui formas próprias de representação, na medida em que constrói relações interacionais e constitui relações de significado a partir de sua arquitetura. Nesse sentido, diz-se que o cartaz de guerra é um manancial semiótico cuja atualidade precisa ser explorada, posto que sua engenharia responde a um arsenal de múltiplas possibilidades apresentadas pelo avanço tecnológico da informação e da comunicação – razão de ocupar os mais variados espaços no mundo –, mas pouco tem despertado o interesse da pesquisa linguística. Em última instância, a investigação realizada trouxe à tona como os referidos cartazes foram usados por diversos líderes, de países distintos, como ferramenta para "venderem" a ideia da guerra para a população. Pode-se afirmar, então, que os cartazes estudados estabelecem um contato físico do texto com o leitor-observador, que executa a atividade crítica de desvelamento em relação ao que lê, na busca da apreensão de significados e horizontes pré-calculados pelo produtor desses gêneros impressos.

PALAVRAS-CHAVE: SEMIÓTICA – GRAMÁTICA DO *DESIGN* VISUAL – CARTAZ DE GUERRA

Abstract

Images produce and reproduce social relations, communicate facts, disclose events and interact with their readers with a force similar to a text made up of words. How eminently imagery gender, the poster, as well as an understanding also requires in its texture a process of persuasion, built by a producer to win your reader. In it, a chain of verbal and non-verbal elements arranged in a paper surface is permeated by strategies that most often go unnoticed by the average reader. Anchored in this perspective, this study aimed to verify the representations of non-verbal elements in this genre are structured in order to influence the look, the reading and the seizure of the messages printed on it. The corpus collected in specialized electronic ments, consisted of a poster produced by the British government, to recruit soldiers during the First World War, and those with whom it maintains dialogue conveyed after its publication. Methodologically, entwined: i) the studies developed by Charles Sanders Peirce (1974), in particular, the different categories and own laws organization of signs; ii) the functionalist approach to grammar of visual design proposed by Kress and van Leeuwen (2000), for whom there is in imagistic texts, a representational metafunction (describes the participants in an action), an interactional (sociointeracionais describes the relationships built by the image) and other compositional (who combines its entirety); iii) Bakhtin's perspective of the sign, taken in its ideological aspect. The analysis confirmed the hypothesis that the visual code, as well as verbal language has its own forms of representation, in that builds relationships and interactional is meaningful relationships from their architecture. In this sense, it is said that the war poster is a semiotic whose wealth today needs to be explored, since its engineering responds to an arsenal of multiple possibilities presented by technological advancement of information and communication - due to occupy various spaces in world - but little has attracted the interest of linguistic research. Ultimately, the investigation brought to light how these posters were used by several leaders of different countries, as a tool to "sell" the idea of war for the population. It can be said then that the posters studied establish a text physical contact with the reader-observer, who performs the critical activity of disclosure in relation to reading, in search of seizure of precalculated meanings and horizons by the producer of these printed genres.

KEY WORDS: SEMIOTICS – GRAMMAR OF VISUAL DESIGNS - POSTERS

Sumário

INTRODUÇÃO	13
CAPÍTULO 1 - PEIRCE E O PRAGMATISMO AMERICANO	24
1.1. A PERSPECTIVA DE PEIRCE.....	27
1.1.1. A teoria dos signos	29
1.1.2. Concepções duais e concepções triádicas dos signos	33
1.1.3. As propriedades pragmáticas do signo	41
1.1.3.1. Referência de objeto.....	43
1.1.3.2. Referência de meio	44
1.1.3.3. Referência de interpretante	45
1.1.4. As dez classes principais de signos segundo Peirce.....	48
CAPÍTULO II – TEXTO IMAGÉTICO, IMAGINÁRIO E SIGNIFICAÇÃO.....	55
2.1. A DITADURA DA RETINA.....	55
2.2. IMAGEM, IMAGINÁRIO	57
2.3. A IMAGEM É UM TEXTO.....	59
2.4. AINDA O TEXTO	64
CAPÍTULO III – ENTRE O LINGÜÍSTICO E O ICONOGRÁFICO: TENSÃO E INTENÇÃO NO CARTAZ DE GUERRA	70
3.1. O RECOMEÇO DO CARTAZ.....	70
3.2. SIGNO E IDEOLOGIA.....	77
3.3. IDEOLOGIA E ESTÉTICA.....	82
CAPÍTULO IV – UMA GRAMÁTICA VISUAL NOS CARTAZES DE GUERRA	85
4.1. A GRAMÁTICA DO <i>DESIGN</i> VISUAL.....	86
4.2. PRIMEIRO OLHAR: METAFUNÇÃO REPRESENTACIONAL	89
4.2.1. Representações narrativas.....	90
4.2.2. Representações conceituais	97
4.3. SEGUNDO OLHAR: METAFUNÇÃO INTERATIVA.....	102
4.3.1. O Contato	102
4.3.2. Distância social.....	
4.3.3. A Perspectiva.....	108
4.3.4. O Ângulo frontal.....	108
4.3.5. O Ângulo oblíquo.....	109
4.3.6. O Ângulo vertical.....	110

4.3.7. A Modalidade	112
4.4. TERCEIRO OLHAR: METAFUNÇÃO COMPOSICIONAL	114
4.4.1. O valor de informação	115
4.4.2. Saliência	118
4.4.3. Estruturação.....	119
CAPÍTULO V – CARTAZES DE GUERRA: APLICAÇÃO E ANÁLISE	123
5.1. A FERRAMENTA DE GUERRA	123
5.2. A FORMAS DE REPRESENTAÇÃO DO CARTAZ: SEMIÓTICA PEIRCEANA	124
5.2.1. As tricotomias.....	128
5.3. A ANÁLISE GRAMÁTICA VISUAL	130
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	145
REFERÊNCIAS	150

Lista de figuras

Figura 1	Concepção dual de Saussure	34
Figura 2	Triângulo semiótico de Ogden-Richards (1972)	35
Figura 3	Triângulo semiótico com termos de Peirce	36
Figura 4	Função dos correlatos	50
Figura 5	Papier a cigarettes, Chéret, 1896	73
Figura 6	Veglione de Gala, l'Opera, Chéret, 1896	73
Figura 7	L'Amant des Danseuses, Chéret, 1896	74
Figura 8	Bal du Moulin Rouge, Chéret, 1896	74
Figura 9	“Pai, o que você fez durante a Grande Guerra?”	75
Figura 10	A gramática visual	89
Figura 11	Estrutura básica da gramática do design visual	92
Figura 12	Ator – Estrutura não transacional	93
Figura 13	Ator – Meta – Estrutura transacional	93
Figura 14	Interatores – bidirecional – Estrutura transacional	94
Figura 15	Reator – Transacional	95
Figura 16	Reator – Não-transacional	95
Figura 17	Reator – Processo transacional	96
Figura 18	O participante animado é o dizente.	96
Figura 19	Quando o processo é mental, o sujeito que pensa é o experienciador	97
Figura 20	Classificacional	98
Figura 21	Classificacional	98
Figura 22	Processo analítico estruturado	99
Figura 23	Processo analítico desestruturado	100
Figura 24	Processo simbólico - atributivo	101
Figura 25	Processo simbólico - sugestivo	101
Figura 26	Contato – demanda	103
Figura 27	Contato – demanda	104
Figura 28	Contato – demanda	104
Figura 29	Contato – oferta	105
Figura 30	Contato – oferta	105
Figura 31	Contato – oferta	106
Figura 32	Distância de proximidade - intimidade	107
Figura 33	Distância media	107
Figura 34	Distância – longa	108
Figura 35	Ângulo frontal - envolvimento	109
Figura 36	Ângulo oblíquo - alheamento	109
Figura 37	Câmara no nível de olhar do observador	110
Figura 38	Câmara alta	110
Figura 39	Câmara alta	111
Figura 40	Câmara baixa	111
Figura 41	Câmara baixa	111
Figura 42	Utilização da cor - saturação	1
Figura 43	Contextualização - perspectiva	113
Figura 44	Iluminação – grande luminosidade	113
Figura 45	Brilho	114
Figura 46	O dado e o novo	116

Figura 47	Valor de informação - ideal x real	117
Figura 48	Valor de informação – centro x margem	117
Figura 49	Saliência	118
Figura 50	Saliência	119
Figura 51	Estruturação fraca - Conexão	120
Figura 52	Estruturação fraca – Conexão	120
Figura 53	Estruturação forte - Desconexão	121
Figura 54a	Publicação original na revista London Opinion	126
Figura 54b	Recorte da ilustração	126
Figura 55	Cartaz de Leete, Lord Kitchener	127
Figura 56	Processo reacional	132
Figura 57	Top(acima)=ideal – Bottom(abaixo) = real	134
Figura 58	O tríptico vertical	135
Figura 59	Inglaterra	142
Figura 60	Estados Unidos	142
Figura 61	França	143
Figura 62	Itália	143

Lista de Quadros

Quadro 1	Relações signo x objeto x usuário (Morris)	39
Quadro 2	Quadro de referência dos signos	47
Quadro 3	Função dos correlatos	50
Quadro 4	Classificação dos signos	51
Quadro 5	As dez classes tricotômicas de Peirce	52
Quadro 6	As metafunções	88
Quadro 7	Estrutura básica da gramática do design visual	122
Quadro 8	Resumo das metafunções	137

Introdução

“UM SIGNO É UMA COISA QUE, ALÉM DA ESPÉCIE INGERIDA PELOS SENTIDOS, FAZ VIR AO PENSAMENTO, POR SI MESMA, QUALQUER OUTRA COISA.”

SANTO AGOSTINHO

“AS PALAVRAS E A LINGUAGEM, ESCRITAS OU FALADAS, NÃO PARECEM EXECUTAR FUNÇÃO ALGUMA EM MEU PENSAMENTO. AS ENTIDADES PSÍQUICAS QUE SERVEM DE ELEMENTOS A MEU PENSAMENTO SÃO CERTOS SIGNOS, OU IMAGENS MAIS OU MENOS CLARAS, QUE PODEM SER REPRODUZIDAS E COMBINADAS À VONTADE”.

ALBERT EINSTEIN

Esta tese se insere nos estudos relativos à imagem e sua pretensão é pôr às claras as relações que entre si estabelecem os efeitos estéticos e a ideologia, através dos jogos visuais de um cartaz produzido pelo governo britânico durante a Primeira Guerra Mundial. Passemos a expor as peculiaridades de nosso objeto de estudo, para, em seguida, apresentarmos a problemática que orienta a investigação, bem como os encaminhamentos adotados.

No jogo textual, produzido pelas imagens de um cartaz, a intenção comunicativa se manifesta através de três elementos: i) a manipulação de formas referentes às intenções de um produtor, a que chamamos de autor; ii) a colocação em cena de um produto complexo, mas coerente, que constitui o texto; e, por fim, iii) sua recepção ativa por um destinatário, a que chamamos de leitor.

Sabemos que o diálogo direto entre leitor e autor é impossível. O autor é um sujeito ausente, separado do leitor no espaço e no tempo através

de um suporte, que é o cartaz, que contém o texto. Além disso, o universo de leitores para o qual o cartaz se dirige é flutuante, uma vez que sua afixação no ambiente faz com que ele esteja acessível a diversos indivíduos.

A composição do cartaz nos apresenta, em sua identidade e especificidade interna, a inteligência operativa do autor, suas recolhas e escolhas sógnicas, seus modos de fazer referência ao universo da experiência humana, suas intenções e seus vínculos de natureza ideológica; ao mesmo tempo, o autor prefigura, em seu texto, um tipo de leitor, uma possibilidade interpretativa, um certo *topos* mental capaz de ler e interpretar aquela específica manifestação sógnica.

Constrói-se, então, uma curiosa dinâmica do cartaz impresso no papel, porque estabelece um contato físico do texto com o leitor, canal que torna possível a relação significativa e que materializa um processo de leitura. Mas existe outra dimensão, imediatamente associada à construção de sentidos, que exige atenção especial: os efeitos estéticos que gera. A produção de sentidos e a reação estética que daí desponta estão imbricados num quadro social e histórico específicos. No nosso caso, o cartaz de guerra, produto da ação planejada de comunicação de Estado, encontra no estético um de seus mais importantes e efervescentes, suportes comunicativos.

O propósito de qualquer leitura, realizada por esse leitor, é a apreensão de significados, mediatizados pelo discurso imagético, em que estão expostos certas margens estabelecidas pelo produtor de seu texto. O autor impregna seu discurso imagético não apenas de elementos que produzam sentido, mas também de cargas de intensidade¹, capazes de movimentar emocionalmente o seu leitor. O leitor, que executa o ato de compreensão e interpretação – atividade crítica de desvelamento – age diante do texto, vive a

¹ A relação pode ser caracterizada como análoga aos estudos sobre níveis ou graus de intensidade aplicados aos atos ilocucionários desenvolvidos por Vanderveken, bem como a muitos dos trabalhos desenvolvidos sob o viés da Semântica Argumentativa.

“experiência traumática” que movimenta a sua sensibilidade. E isso, pressupõe-se, irá transformá-lo, modificar seu *páthos* e sua percepção.

Possuindo estrutura constituída por dois códigos, o cartaz vive da interação dinâmica entre o visual e o linguístico, entre a imagem e a palavra. Roland Barthes (1984, p. 33) advoga que a palavra desempenha papel repressivo diante da fluidez dos sentidos extraíveis da imagem. Em outras palavras, para o autor, toda imagem é polissêmica e por isso desencadeia uma série flutuante de significados, frente ao qual o leitor pode escolher entre um ou vários significados. A presença do texto junto à imagem confrange os sentidos, “de modo a combater o terror dos signos incertos” (op. cit., p. 32), ancorando a significação, pelo concurso da nomenclatura.

Se é certo, como cremos, que a palavra frustra a expansão desenfreada de sentidos da imagem, é igualmente correto considerar que a imagem também transcende a carga de significados da palavra. A constituição da imagem mostra que, mesmo com a presença do texto verbal, há uma organização de seus elementos constituintes que levam o leitor a experimentar significações e emoções, que não aquelas unicamente visualizáveis através da palavra. Neste sentido, é possível se considerar que haja níveis de articulação específicos da imagem com a palavra, e da imagem com outras imagens no mesmo construto textual, de onde se pode extrair a lógica que atravessa a sua organização intrínseca, e que, graças a ela, permite chegar aos seus efeitos significacionais e estéticos. A imagem tem, então, uma sintaxe própria, capaz de fazer emergir valoração emocional e adequação de sentidos particulares.

Empregado, geralmente, para referenciar processos de encadeamento em fenômenos linguísticos, o termo sintaxe vem do grego *śyntaxis*, pelo latim tardio *syntaxe*, e referencia a parte da gramática que estuda a disposição das palavras na frase e a das frases no discurso, bem como a relação lógica das frases entre si (FERREIRA, 2004). Se existe uma sintaxe que rege o discurso verbal, conforme estabelece a gramática da língua, admite-

se também uma sintaxe da linguagem visual, logo, também uma gramática. No sentido geral do termo, sintaxe é o modo pelo qual os elementos se combinam, se organizam e se interligam para constituir uma estrutura. Portanto, iremos utilizá-lo, neste estudo, para expor e caracterizar os planos de articulação da imagem (da imagem com o texto, e da imagem com outras imagens no mesmo discurso) com unidades portadoras de significado.

Resta, neste ponto, ter em vista que há uma específica organização do cartaz, e que solicita ao investigador considerar a dupla articulação entre texto e imagem e entre imagem e imagem. Indicadas tais diferenças, detenhamo-nos sobre o material empírico que constitui o *corpus* desta tese, e sobre o qual aplicaremos o instrumental de análise, que é o cartaz de guerra.

O cartaz foi utilizado pela primeira vez, e em escala até então nunca vista, como arma psicológica e eficiente mecanismo de manipulação de massas, entre as duas guerras mundiais. Os dirigentes de diversas nações utilizaram-no como veículo de eficiente contato com as massas, visando o esforço que caberia aos países nas longas e sangrentas contendas.

Na Inglaterra, até 1916, o recrutamento militar era voluntário, e tornou-se um dos principais objetivos da propaganda oficial. Os ingleses investiram, predominantemente, sobre as organizações de assistência e os empréstimos de guerra, o apelo à utilização racional dos recursos e ao levantamento da moral do exército e das populações civis. Na França, onde o recrutamento era obrigatório, não se produziram muitos cartazes para este fim.

Nos Estados Unidos – onde vigorou, a partir de maio de 1917, o recrutamento obrigatório –, a Primeira Guerra Mundial proporcionou as condições favoráveis ao *boom* do cartaz contemporâneo: havia forte corrente que se posicionava contra a participação no conflito e, por outro lado, estavam em jogo grandes interesses econômicos americanos relacionados ao

fornecimento de bens e serviços e à concessão de empréstimos, principalmente aos países da «entente cordiale»², realizados desde o início da guerra. A comunicação de Estado explorava nos cartazes os empréstimos de guerra, o esforço de produção, a utilização racional dos recursos, as atividades das organizações de assistência e o recrutamento.

O cartaz, portanto, tem forte impacto nesse cenário tenso, marcado pelo embate bélico entre diversas nações. Vinculado ao seu tempo e a uma sociedade, o cartaz é um produto que dialoga com a história e a cultura, não apenas com as grandes linhas ideológicas, mas também com as próprias modalidades argumentativas vigentes, com as formas e processos vinculados ao *saber dizer*. Desta forma, os cartazes refletem as tendências no desenvolvimento do *design* gráfico, apresentam as revoluções na linguagem que se sucedem e espelham os contextos em que foram produzidos, deixando transparecer um panorama das atividades econômicas, sociais, culturais e políticas. Nesse cenário de guerra, o cartaz é um produto da comunicação planejada de alta performance e de grande impacto social.

Nesse sentido, a imagem é um texto: para a semiótica, não é apenas do exterior que a imagem é investida de configurações estruturais linguísticas (papel da legenda que acompanha as imagens impressas ou dos diálogos e dos comentários no cinema e na televisão), mas também do interior e em sua própria visualidade, que são inteligíveis porque suas estruturas são parcialmente não-visuais. Mas a imagem é um texto em sentido mais amplo: ela não existe sem os jogos da figura e do discurso. Ela só existe pelo que nela se lê. A imagem não é outra coisa senão a leitura que dela se faz. Isso porque não é o reflexo de um objeto, mas a imagem do trabalho de produção da imagem, campo de força atravessado por múltiplas configurações, sejam elas linguísticas ou não. A capacidade de ler uma imagem e de se emocionar com

² Acordo realizado pela Inglaterra, França e Império Russo para combater a Alemanha.

ela na nossa cultura industrial é tão importante quanto a de ler um texto verbal.

Assim dito, cumpre-nos esboçar o problema que orienta a feitura deste trabalho: que **sintaxe** está presente na cartazística de guerra e que estrutura a sua produção de sentido e seus efeitos de natureza estética. Este estudo parte, assim, do pressuposto de que efeitos estéticos e orientação ideológica se compõem e se congeminam no cartaz de guerra, visando produzir o máximo de influência emocional no leitor. Fruto da comunicação planejada e atendendo a interesses de Estado, o cartaz de guerra é um mecanismo de comunicação massiva que, ao projetar sentidos, faz da reação estética um vibrante momento de impregnação ideológica.

O objetivo central deste trabalho é de estudar as diferentes operações que estruturam os sentidos da mensagem do cartaz e de sua intensidade estética, a partir de sua organização e funcionamento no âmbito dos processos midiáticos, tendo em vista a importância desta modalidade para as interações que se fazem entre produtores e receptores de mensagens.

Outro foco de atenção desta pesquisa é examinar semioticamente o cartaz impresso – cujo *corpus* foi recolhido do período entre as duas grandes guerras mundiais – por meio dos conceitos extraídos da teoria geral dos signos, desenvolvida por Charles Sanders Peirce, e da gramática do *design* visual, de Gunther Kress e Theo van Leeuwen. A pesquisa procura traçar um percurso que possibilite o entendimento da linguagem que constitui a encenação visual, seguindo os princípios e instrumentos esboçados por estes teóricos.

Dois aspectos são importantes na realização desta pesquisa: do ponto de vista da construção científica: a pretensão em contribuir para as discussões sobre um tema que vem ocupando estudiosos da linguística e da comunicação. Do ponto de vista linguístico, move-nos a necessidade de pôr às claras aspectos, processos e relações fundamentais do universo do cartaz

impresso que são, para nós, de importância capital, em especial as relacionadas à leitura, ao papel que ela exerce junto aos leitores, aos efeitos estéticos e ideológicos que produz. De outra parte, explorar a mecânica semiótica e os efeitos de sentido gerados pelo cartaz impresso integram-se, pelo que entendemos, ao fluxo estabelecido pelo Programa de Pós-graduação em Linguística da UFPB, uma vez que os objetos empíricos com que trabalharemos são de natureza midiática, e o recorte que estamos estabelecendo está centrado na perspectiva linguística do cartaz impresso.

A relevância de nossa proposta de pesquisa decorre, também, do fato de cartaz de guerra ser um manancial semiótico cuja atualidade precisa ser explorada, uma vez que ela parece subsumir diante das múltiplas possibilidades apresentadas pelo avanço tecnológico da informação. Queremos chamar a atenção para o fato de que a “arquitetônica” do cartaz ocupa os mais variados espaços da tecnologia da informação, e sobre os quais a atividade de pesquisa na área de linguística não tem dado a devida importância.

Para além destas motivações instrumentais, nosso trabalho pretende avançar a investigação sobre os fenômenos da construção do discurso imagético e de seu potencial estético, na perspectiva semiótica, uma vez que a tradição dos estudos sobre o cartaz ficam limitados apenas a itens de sua história, escolas, estilos, usos e legibilidade.

Além do mais, e já pensando em desdobramentos que transcendem o espaço desta investigação, acreditamos que este tipo de análise é também importante para que todos aqueles que trabalham com construções imagéticas entendam que para além da ilustração, há sempre um sentido se estruturando no interior do trabalho que se faz com estes signos.

Assim, a posição privilegiada da semiótica como teoria geral dos signos para a nossa proposta de pesquisa deve-se ao fato de que ela investiga o universo dos signos, as relações e processos sógnicos que são usados implícita,

intuitiva e automaticamente nas relações comunicativas. Não existe, segundo Walther-Bense, “em nenhuma atividade espiritual, um meio utilizável ou utilizado que, uma vez referido a qualquer fato ou acontecimento material ou não material, não pertença à teoria geral dos signos (WALTHER-BENSE, 2000, p. 85). Para Peirce, o signo pode ser analisado em si mesmo, nas suas propriedades internas, no seu poder de significar: na sua referência àquilo que indica, se refere ou representa; e nos tipos de efeitos que está apto a produzir nos seus leitores, e que consiste nos tipos de interpretação que ele tem o potencial de despertar nos seus usuários.

O signo tem uma materialidade que percebemos com um ou todos os nossos sentidos. É possível vê-lo (um objeto, uma cor, um gesto), ouvi-lo (linguagem articulada, grito, música, ruído), senti-lo (vários odores: perfume, fumaça), tocá-lo ou ainda saboreá-lo esteticamente. Essa coisa que se percebe está no lugar de outra; esta é a particularidade essencial do signo: estar ali, presente, para designar ou significar outra coisa ausente, concreta ou abstrata.

Por ser globalizante, os estudos de Pierce (1974) nos permitem associar as categorias funcionais da imagem, conforme propostas por Gunther Kress e Theo van Leeuwen, implicando-as, de forma estruturada e segura, em processos geradores de significados. A semiótica nos ajuda a ver se existem categorias de signos diferentes, se esses signos têm especificidade e leis próprias de organização, ou processos de significação particulares.

A composição do cartaz, portanto, divisa, como já enfatizamos, em sua identidade e especificidade internas, a inteligência operativa de um autor de um texto, suas recolhas e escolhas sígnicas, suas intenções e seus vínculos de natureza ideológica, seu modo de fazer referência ao universo da experiência humana; ao mesmo tempo, prefigura um tipo de leitor, uma possibilidade interpretativa.

Santaella e Nöth (1999) também incluem-se entre aqueles autores que se somam ao nosso estudo, em especial por conta das conhecidas

explorações de Santaella sobre a semiótica peirceana, e, também, em razão do trabalho conjunto desses dois investigadores sobre o ícone.

Optamos pela fundamentação semiótica porque esta ciência apresenta um quadro teórico-metodológico capaz de dar conta do fluxo de nossa pesquisa, que vai das mecânicas relativas ao conhecimento até às reorientações formais e, por consequência, às apropriações de conteúdo, ou de sentido. É importante, aqui, chamar a atenção, como ponto importante de esclarecimento metodológico, que embora estejamos tratando do cartaz, com claras implicações de ordem linguística – a composição gráfica que nos interessa é aquela que visa reorientar a percepção do próprio cartaz. Trata-se, em substância – e aí já o avaliando do ponto de vista semiótico – do cartaz que reconsidera o funcionamento do próprio código linguístico, por se situar numa zona de confluência, ou de interpenetração, com os códigos visuais. A Semiótica, assim, permite, pela variedade de suas tipologias teóricas e analíticas, avaliar as relações específicas propiciadas pelo cartaz.

De outra parte, a avaliação semiótica das relações estéticas está atenta à gramática do *design* visual, que, por seu turno, instrumentalizará a nossa investigação no sentido de identificar e analisar o funcionamento das potencialidades sensíveis presentes na composição do cartaz. Há na literatura semiótica diversos títulos que contemplam as relações de natureza estética, indo dos estudos apresentados por Bense (1971), até as pesquisas mais recentes sobre a estrutura e a gramática visual, onde se incluem os estudos de Kress e van Leeuwen. Desta forma, os instrumentos semióticos apresentam “luzes” para que nosso esforço intelectual se processe de forma sistemática e segura.

Através das bases conceituais da Semiótica, procuraremos perceber o modo como se estrutura a composição sógnica do cartaz e as significações que são capazes de produzir nos domínios da recepção. Enfim, exploraremos as íntimas associações entre o sujeito da enunciação e o sujeito da

interpretação, nesse fluxo, diverso e complexo, a que esta área de estudos chama de *pragmática*. Observamos que o viés pragmático entende o texto (o signo) como um construto que faz algo, que exerce ação sobre nós. Entende-se por investigação semiótica pragmática a atividade de sondagem dos signos que leva em consideração três componentes do funcionamento sógnico, como já dissemos: um produtor, o *texto* e o leitor a que o *texto* faz referência. A orientação pragmática entende a composição sógnica como uma espécie de espelho que reflete, de forma significativa, tanto a percepção e intenção do emissor, quanto o *texto* prevê, por sua constituição, o seu próprio leitor (ECO, 1994, p. 9). O *texto*, assim, põe em evidência múltiplos e intrincados procedimentos de inteligibilidade, todos referenciados a partir da matéria sógnica.

Assim, o Capítulo 1 apresenta uma breve incursão pela teoria semiótica, porém capaz de explicitar o suporte teórico utilizado para embasar as análises das peças nos capítulos seguintes. Serão abordados o conceito de semiótica e de semiose, o signo propriamente dito, suas relações com ele mesmo, com seu objeto e seu interpretante, a opção pela análise peirceana, o roteiro semiótico, a pragmática, bem como a sua relação na produção de efeitos de sentido.

O Capítulo 2 estabelece um percurso que associa a imagem ao texto, contrapondo-se a algumas conhecidas discussões que situam a palavra em detrimento da imagem. Nele se explora o movimento entre os signos textuais e os atos de compreensão por um leitor. A reação estimulada pelo texto na imaginação do leitor, produzindo significado, gera, também, efeito estético.

No Capítulo 3 acha-se um breve panorama do cartaz impresso e seus impactos numa conjuntura bastante tensa que é o da guerra, e a discussão da produção de discursos, inflamados ou não, que procuram tocar o coração da população. Aí se apresentam algumas coordenadas relativas à produção de

sentido e sua relação com a ideologia, como também se avalia as vinculações entre estética e ideologia.

No Capítulo 4, discute-se a gramática do *design* visual. Considerando que por ser uma teoria muito abstrata, a semiótica só permite, segundo Santaella (2005), mapear o campo das linguagens nos vários aspectos que a constituem. Devido a essa generalidade, a sua aplicação demanda um diálogo com teorias mais específicas dos processos sógnicos que estão sendo examinados. Não se pode fazer análise das peças sem algum conhecimento de sintaxe visual ou de *design*. A teoria de Kress e van Leeuwen vem, precisamente, preencher esta lacuna.

No Capítulo 5 apresentamos a aplicação dos instrumentos conceituais e analíticos propostos, em um dos mais famosos cartazes já construídos, com desenho realizado por Leete no ano de 1914.

Nesse sentido, postulamos, assim como Dondis (1999, p. 30), que os mesmos objetivos que motivaram a linguagem escrita, são válidos para a linguagem visual, ou seja, “construir um sistema básico para a aprendizagem, a identificação, a criação e a compreensão de mensagens visuais que sejam acessíveis a todas as pessoas, e não apenas àquelas que foram especialmente treinadas, como o projetista, o artista, o artesão e o esteta”. Se no processo de fruição de um texto escrito, é preciso aprender os componentes linguísticos e seus referentes, tais como as letras, palavras, ortografia, gramática e sintaxe, de igual maneira, no processo de fruição de um texto imagético, também vale para os componentes lingüísticos e visuais.

Capítulo I

PEIRCE e o pragmatismo americano

LA HISTORIA DE LA SEMIÓTICA ES LA DE SU PASIÓN: LA DE DESCUBRIR QUE EL MUNDO TIENE SENTIDO, Y COM FRECUENCIA, MAS Y OUTRO SENTIDO DEL QUE PARECE.

MANOEL GONZALEZ ÁVILA, IN SEMIÓTICA CRÍTICA
E CRÍTICA DE LA CULTURA, P. 9, 2002)

A autonomia e a criatividade do pensamento de Charles Sanders Peirce estão associadas, em primeiro lugar, a uma corrente filosófica da qual é considerado fundador: o pragmatismo. O seu pragmatismo nasce como um método lógico para esclarecer conceitos, e chegou a converter-se em uma das correntes filosóficas americanas mais importantes do final do século XIX e princípios do século XX. Embora se reconheça desses estudos, é bem verdadeiro afirmar essas discussões remontam às raízes gregas³, pois deriva do termo *pragma*, que significa coisa, objeto, no sentido de algo feito ou produzido.

Em termos cronológicos, então, o movimento pragmatista teve origem nos Estados Unidos, no final do século XIX, em torno de quatro estudiosos: Charles Sanders Peirce, William James, Ferdinand Schiller e John Dewey. A orientação pragmatista, contudo, está presente em outras correntes filosóficas. Aparece como tendência no pensamento de Friedrich Nietzsche – em sua teoria sobre a "utilidade e o prejuízo da história para a vida" e na concepção da verdade como "equivalente ao que é útil para a espécie e para sua conservação" – e nos movimentos anti-intelectualistas de Henri Bergson,

³ Sobre esse assunto, ver Maingueneau (1996).

Maurice Édouard Blondel e Oswald Spengler, já no século XX. A rigor, o pragmatismo americano começou a tomar forma nas reuniões do Clube Metafísico de Boston, que vigorou entre 1872 e 1874 e ao qual pertenciam, entre outros, Peirce, James, F. E. Abbot e Chauncey Wright.

A primeira teoria pragmatista foi publicada por Charles Sanders Peirce no artigo "*Como tornar claras nossas ideias*", no número de janeiro de 1878, da revista *Popular Science Monthly*. Seu objetivo era elaborar uma lógica da ciência que, mediante um estudo das relações entre os signos e seus objetos, possibilitasse a definição do significado preciso de um conceito, suas conseqüências verificáveis na experiência. A partir da ideia segundo a qual a função do pensamento é produzir hábitos de ação e o que dá sentido a uma determinada coisa é apenas o conjunto dos hábitos que a envolvem, Peirce desenvolveu a máxima pragmática: "Considerar os efeitos práticos que possam pensar-se como produzidos pelo objeto de nossa concepção. A concepção desses efeitos é a concepção total do objeto" (PEIRCE, 1980, p. 5)

Este pensador postula que, para ter significado, um conceito ou ideia deve apresentar, em primeiro lugar, um correlato prático suscetível de comprovação experimental; segundo, que suas "consequências" se diferenciem claramente das de outro conceito. Dessa forma, a verdade de um conceito seria seu processo de verificação. O pragmatismo é, portanto, um método segundo o qual o significado de uma concepção intelectual vem determinado pelas consequências práticas desse conceito. Para Peirce, o reconhecer um conceito sob seus distintos disfarces ou a mera análise lógica não são suficientes para sua compreensão.

A noção vulgar de pragmatismo enfatizou a busca do benefício, da utilidade ou da conveniência política. Peirce distanciou-se do caminho que o pragmatismo havia tomado em mãos outras, que o haviam convertido em doutrina de caráter metafísico. Por tal motivo, tratou de esclarecer o

significado de sua máxima original, falando das consequências práticas que poderiam resultar de uma concepção. Essa ênfase na ordem do possível resulta fundamental para compreender o pragmatismo não como uma teoria do prático, mas, sim, como um método que abre possibilidades de ação que se convertem no único modo de clarificar os conceitos e gerar certezas. Em 1905, Peirce se viu obrigado a mudar o nome “pragmatismo” para “pragmaticismo”, de modo a evitar essas confusões.

Discussões à parte, é imperativo ver a pragmática com um campo heterogêneo responsável pelo entendimento de inúmeros fenômenos outrora desconsiderados. De toda sorte, urge destacar, aqui, algumas contribuições de Peirce para o estudo do componente pragmático, notadamente no que diz respeito aos cartazes impressos, entendidos como manifestações imagéticas marcadas, entre outras, pela intencionalidade expressiva do autor.

Em outras palavras, entende-se, com base nos estudos de Peirce, que o cartaz remete simultaneamente a dois níveis de realidade, que trazem elementos interpretativos capazes de particularizar sua significação: o do denotado e a própria experiência subjetiva de produtor e receptor do texto. Nesse sentido, à luz do pensamento de Peirce, é inevitável a recuperação daquilo que o autor chamou de componente “pragmático”.

A par desse entendimento, seguem algumas linhas acerca do que se convencionou chamar “de pragmatismo americano” e, nesse caso, recorre-se, essencialmente, aos fundamentos da sua Semiótica, tendo em vista que seu “(...) pragmatismo caracteriza-se pela concepção de signo que desenvolve em sua semiótica, valorizando as várias funções do signo e as várias formas de constituição do significado [...]” (MARCONDES, 2000, p. 39).

1.1 A PERSPECTIVA DE PEIRCE

Na filosofia, a propósito da linguagem, podemos considerar dois pontos de vista: o **nominalista** e o **realista**. Em primeiro lugar, o ponto de vista nominalista parte do princípio de que todo o conhecimento é inerente ao pensamento humano, portanto internalizado, e inválido frente ao mundo das coisas externas, ao mundo "real".

Nominalismo é uma das doutrinas que se apresentam como solução proposta para a questão dos *universais* reputada de grande importância na filosofia. Universais é a denominação filosófica para a noção das *ideias* que existem em nosso intelecto. O problema que preocupava os filósofos era qual a natureza e o valor dessas ideias universais. O nominalismo é a doutrina que nega o conceito dos universais, admitindo-os apenas como simples palavras, nomes ou signos. Esses nomes designam uma imagem vaga e indeterminada de um conjunto de fenômenos muito mais complexos, mutáveis e sensíveis. Para o nominalismo, as espécies e os gêneros, portanto, os universais, não são realidades exteriores às coisas, nem entidades existentes, mas apenas termos ou vocábulos da linguagem por meios dos quais se designam coleções de coisas. Segundo Guilherme de Occam, admitir os universais na mente de Deus era limitar a sua onipotência e admiti-lo nas coisas era supor que as mesmas tenham ou possam ter ideias ou modelos próprios, o que viria, também, a limitar a onipotência divina. Roscelino de Compiègne(1050-1123), teólogo e filósofo francês, é considerado o primeiro representante do nominalismo rigoroso. John Locke (1632-1704), filósofo inglês, é também nominalista quanto à origem das ideias. Segundo ele, os corpos não são conhecidos imediatamente por nós, pois o que conhecemos em princípio são apenas nossas ideias através das quais podemos conhecer com certeza a nossa existência e a das demais coisas, inclusive a de Deus. (CASTANHO, s/d, p. 317).

No nominalismo, podemos dizer, não há experiência possível com objetos exteriores, mas apenas com nossas próprias ideias. Não podemos dizer nada sobre o que nos é exterior, mas apenas sobre o que pensamos. Neste sentido, o problema com relação à existência, ou não, de um mundo não regulado pelo pensamento do próprio homem é descartado.

O segundo ponto de vista, o **realista**, parte do princípio de que há um mundo exterior à mente, o real, que independe do que dele possamos pensar. Esse mundo exterior não se resume ao que pensamos, e nem é organizado por esse mesmo pensamento. O real tem um ordenamento próprio. A fenomenologia⁴ expressa este ponto de vista.

De acordo com Chauí (1982), o real não é constituído por coisas, embora os nossos contatos diretos e imediatos com o mundo que nos cerca nos levem

[...] a imaginar que o real é feito de coisas (sejam elas naturais ou humanas), isto é, de objetos físicos, psíquicos, culturais oferecidos à nossa percepção e às nossas vivências. [...] Não se trata de supor que há, de um lado, a ‘coisa’ física ou material e, de outro, a ‘coisa’ como ideia ou significação. Não há, de um lado, a coisa-em-si, e, de outro, a coisa para-nós, mas entrelaçamento do físico-material e da significação, a unidade de um ser e de seu sentido, fazendo com que aquilo que chamamos ‘coisa’ seja sempre um campo significativo (CHAUÍ, 1988, p. 16-17).

É esse “campo significativo” que é fenomenológico em Peirce. E foi nesse campo, da fenomenologia, que ele buscou compreender de que forma o que se nos apresenta à percepção corresponde à realidade. Os fenômenos mostram partes da realidade, são instantes em que nossos sentidos percebem o mundo. A partir do momento em que conseguimos criar uma conexão entre esses vários instantes recortados e perceber uma regularidade, dizemos que o conhecemos. O processo de conhecer é, então, engendrado pela capacidade de transformar o particular em geral.

⁴ Fenomenologia (do grego *phainesthai*, aquilo que se apresenta ou que se mostra, e *logos*, explicação, estudo) afirma a importância dos fenômenos da consciência os quais devem ser estudados em si mesmos – tudo que podemos saber do mundo resume-se a esses fenômenos, a esses objetos ideais que existem na mente, cada um designado por uma palavra que representa a sua essência, sua "significação". Os objetos da Fenomenologia são dados absolutos apreendidos em intuição pura, com o propósito de descobrir estruturas essenciais dos atos (*noesis*) e as entidades objetivas que correspondem a elas (*noema*). A Fenomenologia representou uma reação à pretensão dos cientistas de eliminar a metafísica.

Peirce critica a posição dos nominalistas e sustenta em sua teoria que há uma interação entre mente e matéria, ou melhor, entre o pensamento e o mundo exterior. Apesar de ser um “categorizador compulsivo”, para ele o real não é uma estrutura caótica organizada pelo pensamento humano, mas ela contém os princípios que tornam possível o próprio pensamento. Neste sentido, a linguagem contida no cartaz impresso, objeto de nosso estudo, assim como outras linguagens desenvolvidas pelo homem, está inserida na realidade e, seguindo sua lógica, podem representar e organizar a nossa percepção. Para ele o fenômeno, num sentido amplo, é a base da descoberta e da reflexão. Peirce é um fenomenologista também em aspecto amplo quando diz que a *Phaneroscopia* (fenomenologia)

é a descrição do fenômeno; e por fenômeno eu quero dizer o coletivo total de tudo que está, de alguma maneira ou em qualquer sentido presente à mente, sem qualquer consideração sobre se é ou não correspondente a algo real (PEIRCE, 2006).

Ou seja, toda e qualquer “coisa” é um fenômeno, desde que assim considerado.

1.1.1 A teoria dos signos

A teoria dos signos está indissolivelmente associada às questões do conhecimento, e isso desde que passou a ocupar a atenção dos pensadores, tal como se encontra, por exemplo, em Platão, no *Crátilo*⁵, um dos momentos inaugurais de investigação sobre a linguagem. O mestre de Aristóteles nos

⁵ O texto em questão, em forma de diálogo, confronta duas visões filosóficas concorrentes sobre a linguagem; a saber, a corrente naturalista e a corrente convencionalista. Neste diálogo, Platão antecipa ideias levantadas séculos mais tarde por Saussure. Platão percebeu a riqueza e a complexidade da linguagem e, de certa forma, propôs que a língua fosse objeto de estudo. Além disso, o filósofo antecipou a ideia proposta por Saussure da *arbitrariedade absoluta* e da *arbitrariedade relativa* do signo linguístico.

apresenta, por exemplo, em *A República*, o mito da caverna⁶, em que explora o problema da ligação da linguagem à realidade, através da oposição entre a "naturalidade" e a "convencionalidade" dos signos lingüísticos. Para ele existem dois mundos: o do corpo na caverna e o do espírito fora dela. O corpo dá conta dos signos ou das imagens das coisas e assume a existência destas. O espírito, liberto dos seus grilhões, concebe indiretamente a essência de cada tipo de coisa antes de interagir com ela, por intuição. Deste modo, os nomes e as ideias não se coadunam. A relação é mediata, uma vez que os nomes (que apenas têm significado quando inseridos no discurso) refletem, por analogia, somente particularidades das ideias. Os signos lingüísticos são instrumentos destinados a representar as coisas, as quais não passam de sombras ou garatujas aos olhos do homem prisioneiro da caverna.

⁶ **O mito da caverna** – “Imaginemos uma caverna subterrânea onde, desde a infância, geração após geração, seres humanos estão aprisionados. Suas pernas e seus pescoços estão algemados de tal modo que são forçados a permanecer sempre no mesmo lugar e a olhar apenas para frente, não podendo girar a cabeça nem para trás nem para os lados. A entrada da caverna permite que alguma luz exterior ali penetre, de modo que se possa, na semiobscuridade, enxergar o que se passa no interior. A luz que ali entra provém de uma imensa e alta fogueira externa. Entre ela e os prisioneiros – no exterior, portanto – há um caminho ascendente ao longo do qual foi erguida uma mureta, como se fosse a parte fronteira de um palco de marionetes. Ao longo dessa mureta-palco, homens transportam estatuetas de todo tipo, com figuras de seres humanos, animais e todas as coisas. Por causa da luz da fogueira e da posição ocupada por ela, os prisioneiros enxergam na parede do fundo da caverna as sombras das estatuetas transportadas, mas sem poderem ver as próprias estatuetas, nem os homens que as transportam. Como jamais viram outra coisa, os prisioneiros imaginam que as sombras vistas são as próprias coisas. Ou seja, não podem saber que são sombras, nem podem saber que são imagens (estatuetas de coisas), nem que há outros seres humanos reais fora da caverna. Também não podem saber que enxergam porque há a fogueira e a luz no exterior e imaginam que toda luminosidade possível é a que reina na caverna. Que aconteceria, indaga Platão, se alguém libertasse os prisioneiros? Que faria um prisioneiro libertado? Em primeiro lugar, olharia toda a caverna, veria os outros seres humanos, a mureta, as estatuetas e a fogueira. Embora dolorido pelos anos de imobilidade, começaria a caminhar, dirigindo-se à entrada da caverna e, deparando com o caminho ascendente, nele adentraria. Num primeiro momento, ficaria completamente cego, pois a fogueira na verdade é a luz do sol e ele ficaria inteiramente ofuscado por ela. Depois, acostumando-se com a claridade, veria os homens que transportam as estatuetas e, prosseguindo no caminho, enxergaria as próprias coisas, descobrindo que, durante toda sua vida, não vira senão sombras de imagens (as sombras das estatuetas projetadas no fundo da caverna) e que somente agora está contemplando a própria realidade. Libertado e conhecedor do mundo, o prisioneiro regressaria à caverna, ficaria desorientado pela escuridão, contaria aos outros o que viu e tentaria libertá-los. Que lhe aconteceria nesse retorno? Os demais prisioneiros zombariam dele, não acreditariam em suas palavras e, se não conseguissem silenciá-lo com suas çoadas, tentariam fazê-lo espancando-o e, se mesmo assim, ele teimasse em afirmar o que viu e os convidasse a sair da caverna, certamente acabariam por matá-lo. Mas, quem sabe, alguns poderiam ouvi-lo e, contra a vontade dos demais, também decidissem sair da caverna rumo à realidade. O que é a caverna? O mundo em que vivemos. Que são as sombras das estatuetas? As coisas materiais e sensoriais que percebemos. Quem é o prisioneiro que se liberta e sai da caverna? O filósofo. O que é a luz exterior do sol? A luz da verdade. O que é o mundo exterior? O mundo das ideias verdadeiras ou da verdadeira realidade. Qual o instrumento que liberta o filósofo e com o qual ele deseja libertar os outros prisioneiros? A dialética. O que é a visão do mundo real iluminado? A Filosofia. Por que os prisioneiros zombam, espancam e matam o filósofo (Platão está se referindo à condenação de Sócrates à morte pela assembléia ateniense)? Porque imaginam que o mundo sensível é o mundo real e o único verdadeiro” (CHAUÍ, 2006, p. 46-47).

O lugar privilegiado da semiótica como teoria geral dos signos deve-se ao fato de que ela investiga, explicitamente, todos os signos, as relações sógnicas e os processos sógnicos.

Desse modo, a teoria semiótica nos permite penetrar no próprio movimento interno das mensagens, no modo como elas são engendradas, nos procedimentos e recursos nela utilizados. Permite-nos também captar seus vetores de referencialidade não apenas a um contexto mais imediato, como também a um contexto estendido, pois em todo processo de signos ficam marcas deixadas pela história, pelo nível de desenvolvimento das forças produtivas econômicas, pela técnica e pelo sujeito que as produz (SANTAELLA, 2005).

Portanto, em nenhuma atividade espiritual, um meio utilizável ou utilizado que, uma vez referido a qualquer fato ou acontecimento material ou imaterial, não seja abarcado pela teoria geral dos signos. Um signo tem materialidade que percebemos com um ou vários de nossos sentidos. É possível vê-lo (um objeto, uma cor, um gesto), ouvi-lo (linguagem articulada, grito, música, ruído), senti-lo (perfume, fumaça, vento), tocá-lo ou ainda saboreá-lo. Essa coisa que se percebe está no lugar de outra. Esta é a particularidade essencial do signo: estar ali, presente, para designar ou significar outra coisa ausente, de modo concreto ou abstrato.

Para Peirce, um signo “é algo que está no lugar de alguma coisa para alguém, em alguma relação ou alguma qualidade”. O mérito dessa definição é mostrar que um signo mantém uma relação solidária entre pelo menos três pólos (e não apenas entre dois, como propôs Saussure): 1) a face perceptível do signo, “*representâmen*”, ou significante; 2) o que ele representa, “*objeto*” ou referente; 3) e o que significa, “*interpretante*” ou significado. A definição do signo incorporando o interpretante, nos mostra que sua teoria toma a seu cargo o efeito do signo sobre o sujeito, considerado um ser social,

determinado por suas experiências em um mundo historicamente dado. Além disso, todos esses elementos estão inseridos dentro de um contexto.

A **semiótica**, portanto, é a ciência que estuda a vida dos signos no interior da convivência social. Ela vai das mecânicas relativas ao conhecimento até as reorientações formais e, por consequência, às apropriações de conteúdo, ou de sentido.

A primeira originalidade do sistema peirciano, segundo Todorov (1998), reside na própria definição que ele dá do signo. Peirce afirma que “um *signo* é um Primeiro, que mantém com um Segundo, chamado seu *objeto*, uma relação tão verdadeira que é capaz de determinar um Terceiro, denominado seu *interpretante*, para que este assuma a mesma relação triádica com respeito ao mencionado Objeto que é reinante entre o Signo e o Objeto”. A ação do signo é a de determinar um *interpretante*, termo que não deve ser tomado como sinônimo de intérprete – meio através do qual o interpretante é produzido, ou mesmo sinônimo de interpretação – processo de produzir um interpretante. O *interpretante* deve ser compreendido como o efeito que o signo está apto a produzir ou que efetivamente produz numa mente interpretadora. Portanto, o signo é uma mediação entre o objeto (aquilo que ele representa) e o interpretante (o efeito que ele produz), assim como o interpretante é uma mediação entre o signo e um outro signo futuro.

Para Bense (1971, p. 28), “entre o mundo e a consciência intervêm sempre os signos como meios. [...] Este deve ser visto, antes, como um sistema de signos, entendido como um sistema conscientizado de sinais que partem do mundo”. Nenhuma relação consciência-mundo é imediata. Entre o mundo e a consciência interpõem-se os *meios* da ação e da elaboração. Bense conclui que essas mediações têm, na sua base, esquemas semióticos.

Outro aspecto notável da atividade semiótica de Peirce: suas classificações das variedades de signos. O número três, segundo Todorov (1999), desempenha papel fundamental, tanto quanto o dois de Saussure.

1.1.2 Concepções duais e concepções triádicas dos signos

A teoria dos signos ou ciência dos signos é chamada de semiótica ou semiologia de acordo com a escola a que se refere. Quando se fala de uma concepção derivada dos trabalhos de Saussure, considerado o pai do estruturalismo linguístico e principalmente numa tradição mais ligada à linguística verbal, muitas vezes se usa semiologia. Seu trabalho se desenvolveu paralelamente ao de Peirce, sem que os dois tivessem contato. É necessário compreender a diferença entre as concepções duais de Saussure e as concepções triádicas de signo defendidas por Peirce. A concepção dual de signo não comporta a referência, porque a considera uma questão ontológica e não semiótica, enquanto a concepção triádica de signo entende o referente como parte integrante da relação sógnica. Saussure e Peirce são respectivamente os representantes máximos das noções de signo referidas.

Em Saussure, o signo decorre de uma relação dual, ou diádica, entre *significante e significado* – ou a forma externa e a essência mental do conceito – e o signo é tido como a unidade básica da linguagem, quer dizer, toda linguagem seria um sistema de signos.

Saussure define o signo como algo que “[...] une não uma coisa e um nome, mas um conceito e uma imagem acústica. Esta última não é o som material, puramente físico, mas a marca psíquica desse som, a sua representação fornecida pelo testemunho dos sentidos; é sensorial e se, por vezes, lhe chamamos material é neste sentido e por oposição ao outro termo da associação, o conceito, geralmente mais abstrato”. Para Saussure o significante, a imagem acústica, é arbitrária, não-motivada (SAUSSURE,1990, p.124), pois inexistente relação de causa-e-efeito entre o significante e a coisa por ele representada.

Saussure(1990), portanto, considera o signo linguístico uma entidade psíquica de duas faces, que pode ser representado pela figura:

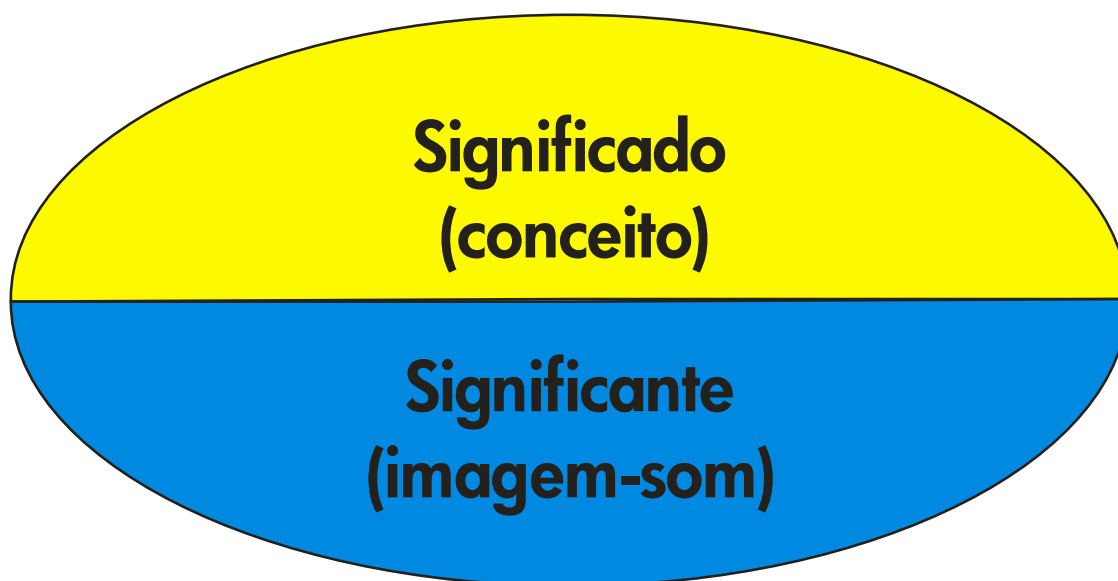


Figura 1 – Concepção dual de Saussure
Fonte: Saussure (1990)

Essa definição que Saussure propõe para o signo, tomando-o como entidade mental que associa um significante a um significado, desempenha papel central na linguística estrutural. Este papel central configura-se com a distinção entre signos naturais (ou motivados) e signos arbitrários (ou convencionais). Para Saussure (1990, p. 83), “ela [a arbitrariedade] não deve dar a ideia de que o significante depende da livre escolha do sujeito falante [...] queremos dizer que ele [o significante] é imotivado [...] em relação ao significado, com o qual não tem, na realidade, qualquer ligação material”.

Quando se analisam produções imagéticas com o concurso do pensamento estruturalista, observa-se a não aceitação da presença de qualquer fator de motivação ou ligação material entre o que é significante e o que é significado: o signo, qualquer sistema de signos, para construir linguagem, terá de ser convencional e, portanto, arbitrário. Neste sentido, na perspectiva estruturalista, o significante não está por um dado objeto, existente, antecipado ou construído, mas por uma imagem mental ou conceito. Para o

pensamento estruturalista, o objeto, o real, externo à consciência e, portanto, independente deste, são categorias periféricas.

Não nos parece, porém, ser esta concepção de linguagem a mais adequada ao estudo de objetos imagéticos, onde se enquadra nosso objeto de estudo – os cartazes impressos, um gênero no qual a representação se baseia menos na arbitrariedade da convenção do que na semelhança e na continuidade, e que está estreita e necessariamente ligado e, até, determinado, por uma realidade que, em si mesma e de alguma forma, é exterior aos processos sígnicos.

Por outro lado, a concepção triádica do signo, proposta por Peirce, é bem ilustrada no célebre triângulo de Ogden e Richards (1972, p. 32), em que na base do triângulo se encontram o símbolo e o referente, e no topo o pensamento ou referência. Na base do triângulo, através de uma linha tracejada, observa-se que não há uma relação direta entre símbolo e referente. A relação entre os dois elementos é indireta, mediada pelo pensamento ou referência que se encontra no topo.

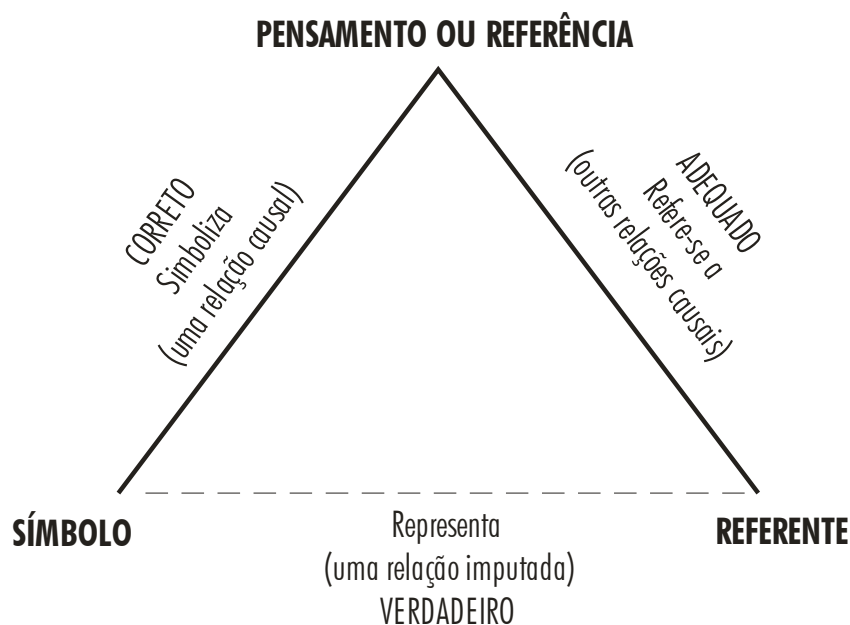


Figura 2 – Triângulo semiótico
Fonte: Ogden-Richards (1972)

Quando substituímos a terminologia de Ogden e Richards (1972)⁷ pela de Peirce, *representamen* ou signo em vez de símbolo, interpretante em vez de pensamento, objeto em vez de referente, ou a de Morris, respectivamente veículo sígnico, interpretante e *designatum*, percebemos que a estrutura triádica do signo mantém-se a mesma.

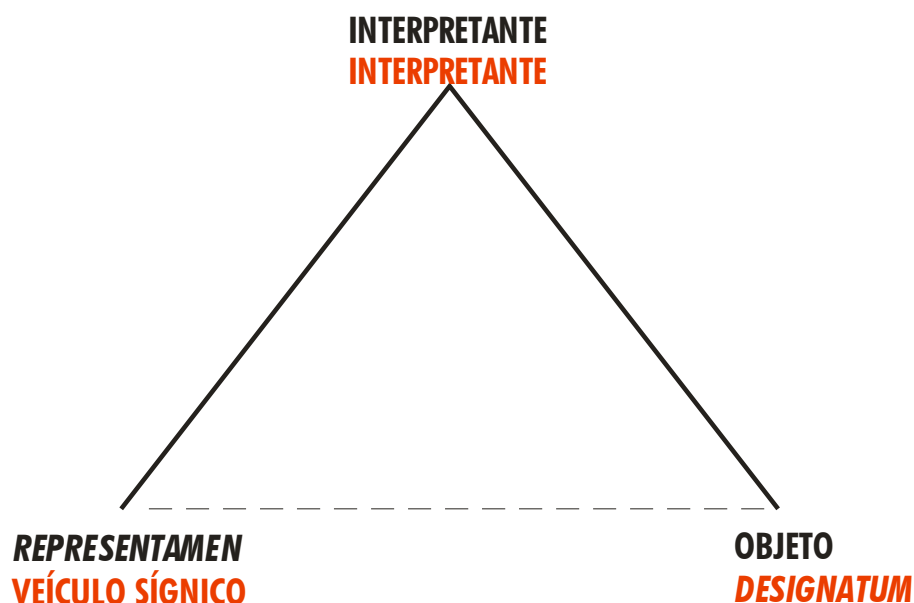


Figura 3 – Triângulo semiótico com termos de Peirce

Como Saussure, Peirce também considera que a relação entre signo e interpretante é convencional (ao contrário de Ogden e Richards, que consideravam haver relações causais nos dois lados do triângulo). A diferença está efetivamente na dimensão de exterioridade do signo que a semiótica de Saussure não contempla.

Com sua teoria, Peirce propõe uma mudança radical em relação à concepção saussureana ao afirmar que:

um signo ou representamen, é aquilo que, sob certo aspecto ou modo, representa algo para alguém. Dirige-se a alguém, isto é, cria, na mente dessa pessoa, um signo equivalente, ou talvez um signo mais desenvolvido. Ao signo assim criado denomino interpretante do

⁷ No triângulo semiótico poderíamos representar a teoria dos signos de Saussure como contemplando apenas o lado esquerdo do triângulo. Significante corresponderia a símbolo e significado a pensamento ou referência.

primeiro signo. O signo representa alguma coisa, seu objeto. Representa esse objeto não em todos os seus aspectos, mas com referência a um tipo de ideia que eu, por vezes, denominei fundamento do representamen (PEIRCE, 1990, p. 46).

Peirce nos mostra que o importante não é determinar o que é mental e o que não é mental, mas determinar se nosso pensamento se dirige ou não aos objetos reais, dado que o "real é o que *significa* qualquer coisa de real". Esta atitude serve, de um lado, para evitar posições que participam da ilusão de dar a uma palavra, ou outra representação, um sentido universal externo ao pensamento e à linguagem e acreditar que se pode conceber as coisas independentemente de toda relação à concepção que se tem no espírito. O signo é, portanto, um processo produtor de objetos novos⁸, que manifesta e realiza uma relação triádica. Como já demonstramos, a relação triádica tem como pontos de apoio o *representamen*, o interpretante e o objeto.

Como se vê, as intenções de Peirce na formulação de sua Semiótica não são compartimentadas, mas universalizantes. Sua metodologia permite examinar os condicionamentos históricos que fazem com que algo signifique B e não C. Também permite alargar-se os eixos interpretativos à medida que reconhecem o intérprete, observador, ou leitor, como autônomo em relação ao produtor ou enunciador. Sua teoria dos signos, alicerçada na fenomenologia, foi concebida como uma doutrina formal de todos os tipos possíveis de semiose. Como afirma Santaella(1992, p. 36):

Esta doutrina é tão geral e abstrata a ponto de poder dar conta de qualquer processo signico, esteja ele no invisível mundo físico

⁸ O pragmatismo de Peirce alimenta uma concepção de linguagem a partir da ideia de que a significação se dá no processo da validação de nossas crenças e fixação de hábitos de 'se agir numa certa direção'. O estabelecimento de um significado é um processo interpretativo (inferencial) de nomeação do primeiro signo por meio de outro signo (seu *interpretante*), a que seu turno conta com outro signo que só poderá ser interpretado por outro signo, e assim sucessivamente numa cadeia que se não é infinita, ao menos é indefinida, visto que o significado de uma representação não pode ser mais que uma representação.

microscópico ou no universo cosmológico, esteja ele nas interações celulares ou nos movimentos político-sociais.

Nesse sentido, não se deve confundir *semiose* com semiótica. Semiose quer dizer ação do signo. A ação do signo é a de determinar um interpretante. Peirce também conceituou a semiose como “o processo no qual o signo tem um efeito cognitivo sobre o intérprete” (NÖTH, 1998, p. 129). A semiótica é a ciência que tem por tarefa estudar todos os tipos possíveis de ações sígnicas, portanto, a semiose é seu objeto de estudo. Na Semiótica, o pensamento é concebido como semiose ou processo de formação de signos. Para que conheçamos alguma coisa é necessário que haja uma representação mediadora; para que existam fenômenos, eventos e objetos é preciso haver signos. Diante de qualquer fenômeno, para conhecer e compreender qualquer coisa, a consciência produz um pensamento, uma mediação irrecusável entre nós e os fenômenos. E isso, já ao nível do que chamamos de percepção, é um signo. Perceber não é senão traduzir um objeto da sensação em um julgamento de percepção, é interpor uma camada interpretativa entre a consciência e o que alcança os sentidos. Para conhecer e se conhecer, o homem só toma consciência do real porque, de alguma forma, o traduz, o representa, e só interpreta essa representação numa outra representação: interpreta signos traduzindo-os em outros signos.

Há três fatores envolvidos em qualquer *semiose* – o signo, o elemento designado e a pessoa a quem ele se destina como signo – e, por isso, a relação semiótica é, como já dissemos, uma relação triádica, respeitando-se, aqui, a recorrência ao componente pragmático.

Usado inicialmente por Peirce e difundido na Linguística por Charles Morris, o termo pragmática remete a um dos níveis da análise de concentração semiótica: a *sintaxe* ocupa-se da relação entre os signos e fixa a estrutura gramatical de uma língua como sistema de signos. A *semântica* ocupa-

se da relação entre o signo e o seu *denotatum* real, ou objeto. A *pragmática* ocupa-se da relação entre o signo e o objeto com os seus usuários, ou intérprete, seja este um produtor, seja um leitor.

	RELAÇÃO	
SINTÁTICO	SIGNO	SIGNO
SEMÂNTICO	SIGNO	OBJETO
PRAGMÁTICO	SIGNO	USUÁRIO

Quadro 1 – Relações Signo X Objeto X Usuário (Morris)

Fonte: Bense (1971)

Dessa forma,

se numa investigação é feita uma referência explícita ao falante, ou, em termos mais gerais, ao usuário da linguagem, então a atribuímos (a investigação) ao campo da pragmática. Se abstraímos do usuário da linguagem e analisamos apenas as expressões e suas denotações, estamos no campo da semântica. E finalmente se abstraímos também das abstrações, e analisamos somente as relações entre as expressões, estamos na sintaxe (CARNAP, 1938 apud SILVEIRA, 2006, p. 3).

Influenciado pela proposta de Peirce de refletir sobre os sinais e seus respectivos significados no âmbito filosófico, William James escreveu, em 1898 (vinte anos depois que Peirce usou o termo *pragmatics*), o ensaio intitulado *Philosophical conceptions and practical results* e instaurou, a partir daí, o que ficou conhecido como *Pragmatismo Americano*. Suas ideias, no entanto, só

causaram impacto no século XX, com o empenho de alguns filósofos em definir a filosofia, a linguagem e o conhecimento como ‘práticas sociais’⁹.

De modo geral, o pragmatismo aponta “as bases filosóficas para uma análise linguística que relacione a todo momento signo e falante, antes de qualquer coisa, compondo ambos o que se chama de **fenômeno linguístico**” (PINTO, 2001, p. 57).

Um ponto importante a ser destacado, aqui, reside no fato de o pragmatismo americano entender que a análise do significado em linguagens naturais necessariamente envolve considerações pragmáticas. Nesse sentido, Peirce reserva à pragmática, dentro do contexto mais amplo da semiótica, um espaço especial, afirmando que os signos de uma linguagem, para que possam referir os objetos do mundo e organizar-se como estrutura, dependem do uso que deles possa fazer o indivíduo. Dessa perspectiva, a pragmática é caracterizada como a disciplina que estuda a relação dos signos com os seus usuários.

Como já dito, apesar de não ser nosso propósito expor a história e os diversos desenvolvimentos da teoria semiótica desde o seu surgimento, consideramos relevante apresentar, ainda que de forma breve, alguns dos princípios operatórios abordados por Peirce, a fim de melhor compreender o nível de análise caracterizado como pragmático.

⁹ Entre os estudiosos que se destacaram na divulgação das ideias pragmatistas de James (e, por extensão, de Peirce), costuma-se registrar Williard V. Quine. Este, além de estudar o empirismo do Círculo de Viena, desprezou o vocabulário logicista e reforçou muitas ideias peircianas, as quais foram por ele chamadas de *pragmatismo radical*. Outros nomes que, segundo Pinto (2001) e Marcondes (2000), ajudaram a propagar o Pragmatismo Americano são os de Donald Davidson e Richard Rorty (defendendo a tese que se caracteriza como neopragmatismo). Tais estudiosos creditam suas reflexões aos estudos desenvolvidos pelos filósofos James Dewey e L. Wittgenstein. Estes defendiam a tese de que a análise dos fundamentos da linguagem pode ser concebida como uma *prática social contemporânea* e, dessa forma, puseram em evidência uma perspectiva historicista. Contemporaneamente inclui-se o filósofo Stanley Cavell.

1.1.3 As propriedades do signo

Foi o pragmatismo que prestou especial atenção à relação entre os signos e os seus utilizadores. O pragmatismo compreendeu que para além das dimensões sintática e semântica na análise do processo sógnico há uma dimensão contextual. Isto é, o signo não é independente da sua utilização. A novidade da abordagem pragmática da semiose está em não remeter a utilização dos signos para uma esfera exclusivamente empírica, socio-psicológica, mas encarar essa utilização de um ponto de vista lógico-analítico.

O pragmatismo, como Peirce o concebe, é um método lógico-semiótico de clarificação das ideias. No esquema peirceano da classificação das ciências, a lógica (ou semiótica em sentido geral) divide-se em três ramos, conforme Santaella (2005): o primeiro, a gramática especulativa, que nos dá uma fisiologia das formas, uma classificação das funções e das formas de todos os signos; a segunda, a lógica crítica, que consiste no estudo da classificação e da validade dos argumentos; e em terceiro, o mais vivo ramo, a metodêutica (ou retórica especulativa) que é o estudo dos métodos a que cada tipo de raciocínio dá origem. O pragmatismo, que se baseia na ideia de que o sentido de um conceito ou proposição pode ser explicado pela consideração dos seus efeitos práticos, é uma teoria metodêutica.¹⁰

Representamen é o nome peirceano, como já dissemos, do objeto perceptível que serve como signo para o receptor. É o veículo que traz para a mente algo de fora; o *objeto* corresponde ao referente, à coisa (pragma), ou ao *denotatum* em outros modelos de signo. O objeto pode ser uma coisa material

¹⁰ De acordo com Santaella(1988) a principal função da Metodêutica é estudar a ordem ou procedimento apropriado a qualquer investigação, podendo se também chamada, de forma mais simplista, de Metodologia.

do mundo, do qual temos um conhecimento perceptivo, mas também pode ser uma entidade meramente mental, ou imaginária, portanto, o signo pode denotar qualquer objeto: sonhado, resultante de alucinação, existente, esperado etc. Quando ele está “fora do signo”, sendo a realidade “que o signo só pode indicar”, ele é chamado de *objeto real*, ou *dinâmico*. Quando ele é uma cognição produzida na mente do intérprete como representação mental de tal objeto, ele é chamado de *objeto imediato*; o *interpretante* é a significação do signo, é o efeito do signo. Em alguns momentos, Peirce chama de *significance*, significado, ou interpretação do signo.

A triangulação peirceana também representa bem a dinâmica de qualquer signo como processo semiótico, cuja significação depende do contexto de seu aparecimento, assim como da expectativa de seu receptor.

Ainda em Peirce (1990), a semiose – a elaboração de pensamentos (em pensamentos) – desenvolve-se em três etapas sucessivas e interligadas, em que a segunda pressupõe a primeira e a terceira as duas anteriores:

- 1) *ícone*, *quali-signo* e *rema* pertencem à categoria denominada **primeiridade**, que compreende o domínio do sensível, do possível, do qualitativo (do “emocional”); é a apresentação de algo aos sentidos, imediato e integral, na qual captamos as qualidades de algo como um sentimento instantâneo e fugaz, que precede qualquer elaboração posterior;
- 2) *índice*, *sin-signo* e *dicente* pertencem à categoria denominada **secundidade**, que compreende o domínio da experiência, da realidade, da ação da coisa ou evento (do “energético”); depois da primeiridade, que é pura impressão, vem a sensação, o confronto e a consciência de algo concreto, exterior a si mesmo.

3) *símbolo*, *legi-signo* e *argumento* pertencem à categoria denominada **terceiridade**, que compreende tudo o que depende do pensamento, da consciência. É a esfera da própria inteligibilidade (racionalidade). É o momento em que o ator (sujeito da semiose) através de progressivos níveis de consciência, passa de um pensamento que é uma *impressão* pura e instantânea de algo (primeiridade) para um pensamento constatativo, produzido pela sensação desse algo como uma presença concreta (secundidade), conduzindo-o, finalmente, à percepção da realidade exterior.

À referência de objeto, à de meio e à de interpretante da relação triádica são coordenadas, respectivamente, três referências semióticas precisas a que se pode denominar de *ícone*, *índice* e *símbolo*, relativamente à referência de objeto; *quali-signo*, *sin-signo* e *legi-signo* em relação à referência de meio; *rema*, *dicente* e *argumento* à referência de interpretante.

1.1.3.1 Referência de Objeto

Ícone (escala de correspondência: primeiridade, sintaxe, qualissigno, possibilidade) – é um representamen que, em virtude de qualidades próprias, se qualifica em relação a um objeto, representando-o por traços de semelhança ou analogia, e de tal modo que novos aspectos, verdades ou propriedades relativos ao objeto podem ser descobertos ou revelados. Há ícones *degenerados*, representamens icônicos, que Peirce denomina *hipoícones*, classificando-os em três tipos: Imagens, Diagramas e Metáforas.

Índice (escala de correspondência: secundidade, semântica, sinsigno, existente) – signo que se refere ao Objeto designado em virtude de

ser realmente afetado por ele. Tendo alguma qualidade em comum com o objeto, envolve também uma espécie de ícone, mas é o fato de sua ligação direta com o objeto que o caracteriza como índice, e não os traços de semelhança. Há ícones degenerados, já convencionalizados: um nome próprio, um pronome pessoal.

Símbolo (escala de correspondência: terceiridade, nível pragmático, legissigno, lei ou pensamento) – signo que se refere ao Objeto em virtude de uma convenção, lei ou associação geral de ideias. Atua por meio de *réplicas*. Implica ideia geral. Envolve um índice, embora de natureza peculiar, como foi observado acima a respeito do sinsigno. A palavra é o símbolo por excelência.

1.1.3.2 Referência de Meio

Quali-signo é um signo qualitativo, uma qualidade sensível tomada como signo. Só é signo quando fiscalizado, mas não é essa fiscalização que o caracteriza como signo. Uma cor por exemplo, a sensação de vermelho;

Sin-signo (sin = “aquilo que é uma vez só”, como em “singular”) é um objeto ou evento (ou uma coisa atualmente existente), tomado como signo. Como exemplo, citamos um determinado quadro, uma palavra como representação, um catavento;

Legi-signo é uma lei, ou tipo geral, tomado como signo. É um protótipo, que se manifesta e se significa por corporificações concretas. Como exemplo, as letras do alfabeto, independentemente de sua realização impressa, uma placa de trânsito (pare).

Em outras palavras, a **referência meio** organiza os signos segundo as características do *representamen* (do próprio signo). O **quali-signo** é uma qualidade sígnica, imediata, tal como a impressão causada por uma cor. Podemos também dizer que o quali-signo é um pré-signo, pois quando essa

mesma qualidade se singulariza ou individualiza, ela se torna um **sin-signo**. O sin-signo, por sua vez, pode em seguida se tornar uma generalização (uma convenção, uma lei, que substitui o conjunto que a singularidade representa), tornando-se assim um **legi-signo**.

Para melhor compreensão tomemos o exemplo: as impressões que as cores azul e rosa podem proporcionar em um indivíduo são **quali-signos**, meras sensações ou qualidades (as cores, os sons, os aromas etc, nos transmitem sensações); se o indivíduo acha que as sensações provocadas são de *seriedade*, para o azul, e de *delicadeza*, para o rosa, é porque ele percebe essas cores de uma forma singular. Trata-se, portanto, de **sin-signos**. Se ocorre uma generalização de que a cor azul transmite o conceito de seriedade e deve ser associada ao sexo masculino e a cor rosa transmite o conceito de delicadeza e deve ser associada ao sexo feminino, isso passa a ser uma convenção, aceita em nossa sociedade. Assim, isso vira um **legi-signo**.

1.1.3.3 Referência de Interpretante

Rema¹¹ é um signo que não é verdadeiro nem falso, e que para seu interpretante é o signo de uma possibilidade qualitativa, de uma função proposicional que depende de completção (o *rema* é um termo em relação ao *dicente*, que é um enunciado, e ao *argumento* que é um juízo completo, um raciocínio conclusivo);

¹¹ *Rema* (escala de correspondência: primeiridade, sintaxe, qualissigno, ícone, possibilidade) – signo, para o seu interpretante, de uma possibilidade qualitativa; termo ou função proposicional que representa tal ou qual espécie de objeto possível, destituída da pretensão de ser realmente afetada pelo objeto ou lei à qual se refere.

Dicante¹², que corresponde ao enunciado, é um signo que se presta à afirmação ou asserção, move a consciência ao julgamento, verdadeiro ou falso, e, para seu interpretante, é signo de existência real, atual; é um signo, para seu interpretante – de existência real. É uma proposição ou quase-proposição envolvendo um *Rema*.

Argumento¹³ é um signo que, para seu interpretante, de uma conjunção ordenada. O argumento contém premissas e uma conclusão que o completam. Como exemplos, citamos um silogismo, um estilo artístico regulado por leis.

Para exemplificar, tomemos um exemplo de expressão lógica formal. O **rema** corresponderia ao que se chama de *termo*, isto é, um enunciado impassível de averiguação de verdade. Uma palavra qualquer, "manga", por exemplo, fora de um contexto sintático é um rema. Se incluirmos a palavra "casa" em uma sentença, como em "a casa está pegando fogo", podemos verificar seu grau de veracidade. O termo inicial tornou-se um **dicente**. Podemos procurar saber se a casa é de dois andares porque a sentença apresentada não nos mostrou os motivos pelos quais se fez tal afirmação. Se houvesse tais informações comprobatórias, não se trataria mais de um dicente, mas de um **argumento**. A sentença "A casa pegou fogo porque caiu um balão de papel em seu telhado de madeira" traz um raciocínio completo, justificado, com caráter conclusivo. Nesse caso, temos então um **argumento**.

¹² *Dicissigno* ou *Signo Dicente* (escala de correspondência: secundidade, semântica, sinsigno, índice, existente).

¹³ *Argumento* (escala de correspondência: terceiridade, nível pragmático, legissigno, símbolo, lei) Signo – para seu interpretante – de uma lei, de um enunciado, de uma *proposição-enquanto-signo*. Ou seja, o objeto de um Argumento, para o seu interpretante, é representado em seu caráter de signo; esse objeto é uma lei geral ou tipo. Envolve um *Dicissigno*.

No quadro a seguir, apresentamos o esquema das referências dos signos, com as categorias peircianas, produzido por Bense (1971, p. 63):

		MEIO	OBJETO	INTERPRETANTE
MEIO	PRIMEIRIDADE	Quali-signo	Ícone	Rema
OBJETO	SECUNDIDADE	Sin-signo	Índice	Dicente
INTERPRETANTE	TERCERIDADE	Legi-signo	Símbolo	Argumento

Quadro 2 – Quadro de referência dos signos
Fonte: Bense (1971)

Peirce (1990) enceta mais uma subdivisão dos signos icônicos em *imagem propriamente dita, diagrama e metáfora*.

A *imagem propriamente dita* reúne os ícones que mantêm uma relação de analogia qualitativa, uma similiaridade na aparência. Uma foto, um desenho, uma pintura retomam as qualidades formais de seu objeto.

O *diagrama* representa relações – principalmente relações diádicas ou relações assim consideradas – das partes de uma coisa, utilizando-se de relações análogas em suas próprias partes. Utiliza-se uma analogia de relação, interna ao objeto. Um organograma, o projeto de um motor.

A *metáfora* trabalha a partir de um paralelismo qualitativo, um paralelismo com algo diverso. A metáfora é uma figura de retórica. O leão

(força e agilidade) poderia ser comparado ao jogador de futebol Dunga, da seleção brasileira.

Em síntese, pode-se afirmar que a imagem é uma similaridade na aparência; o diagrama nas relações e a metáfora no significado.

Pela lógica peirceana, no entanto, quando passamos da imagem para o diagrama, este embute aquela, assim como a metáfora engloba, dentro de si, tanto o diagrama como a imagem. Daí que as cintilações conotativas da metáfora produzam nítidos efeitos imagéticos, assim como a metáfora sempre se engendra num processo de condensação tipicamente diagramático. Essa mesma lógica de encapsulamento dos níveis mais simples pelo mais complexo também vai ocorrer nas relações entre ícone, índice e símbolo. É por isso que o símbolo não é senão uma síntese dos três níveis sîgnicos: o icônico, o indicial e o próprio simbólico. A afirmação de que a imagem é sempre e meramente ícone já é relativamente enganadora; a de que a palavra é pura e simplesmente símbolo é decididamente equivocada. [...] também há necessidade de imagem no símbolo, pois sem a imagem o símbolo não poderia significar (SANTAELLA, 1999, p. 63).

Segundo Eco (1985), representar iconicamente um objeto é transcrever segundo convenções gráficas propriedades culturais de ordem ótica e perceptiva, de ordem ontológica (qualidades essenciais que atribuem aos objetos) e de ordem convencional, quer dizer, o modo costumeiro de representar os objetos.

O signo estético propõe-se como totalizante, isto é, signo que aspira à completude, visto que se enraíza no icônico e, como tal, signo que não se “distrai de si”, nem na relação com o objeto que é pelo ícone substituído, nem na relação com o interpretante que só pode ser fundada na analogia.

1.1.4 As dez classes principais de signos segundo Peirce

Um aspecto notável da atividade semiótica de Peirce: suas classificações das variedades de signos, uma das grandes contribuições à ciência dos signos. O número três, segundo Todorov (1999), desempenha papel fundamental, tanto quanto o dois de Saussure. O número total de variedades que Peirce distingue é de 66. Algumas dessas distinções são bastante correntes. A mais conhecida: **ícone**, **índice** e **símbolo**.

Estudioso da lógica, Peirce estabeleceu 10 tricotomias, isto é, 10 divisões triádicas do signo de cuja combinatória resultam inúmeras classes. Peirce estabeleceu regras de construção de correlações. São regras que dizem respeito à natureza que devem assumir os correlatos de uma tríade genuína, para se manterem compatíveis uns com os outros. Silveira (2007, p. 94) apresenta uma versão dessas regras:

Primeira regra: O primeiro correlato é, dentre os três, aquele considerado como da mais simples natureza, sendo uma lei se qualquer dos três for uma lei e não sendo mera possibilidade, a menos que todos os três participem dessa natureza.

Segunda regra: O terceiro correlato é, dentre os três, aquele considerado de natureza mais complexa, sendo mera possibilidade, caso qualquer dos três participe daquela natureza e não sendo uma lei a menos que todos os três participem daquela natureza.

Terceira regra: O segundo correlato é dentre os três, aquele considerado, como de complexidade intermediária, de tal sorte que se qualquer dos dois forem da mesma natureza, sendo ou meras possibilidades ou existências concretas ou leis, então o segundo correlato será dessa mesma natureza, enquanto que se os três forem todos de natureza diferente, o segundo correlato será uma existência concreta.

As 10 classes se estabelecem na relação do signo consigo mesmo (quali-signo, sin-signo, legi-signo), do signo com seu objeto (ícone, índice, símbolo) e do signo com seu interpretante (rema, dicente, argumento). As classes de signo obtidas decorrem da compatibilidade encontrada na interseção das três trocotomias.

No quadro 3, elas são dispostas da seguinte maneira: na primeira coluna, o primeiro correlato, que corresponde ao signo relacionado com ele mesmo, ou como relação de *representâmen*; na segunda, corresponde a relação do signo como seu objeto dinâmico, ou relação do objeto; e na terceira, a relação do signo com seu interpretante.

	Relação de representâmen	Relação de objeto	Relação de interpretante
I	Possibilidade	Possibilidade	Possibilidade
II	Existência	Possibilidade	Possibilidade
III	Existência	Existência	Possibilidade
IV	Existência	Existência	Existência
V	Lei	Possibilidade	Possibilidade
VI	Lei	Existência	Possibilidade
VII	Lei	Existência	Existência
VIII	Lei	Lei	Possibilidade
IX	Lei	Lei	Existência
X	Lei	Lei	Lei

Quadro 3 – Função dos correlatos

Fonte: Silveira (2007)

No esquema a seguir, mostramos essas relações graficamente:

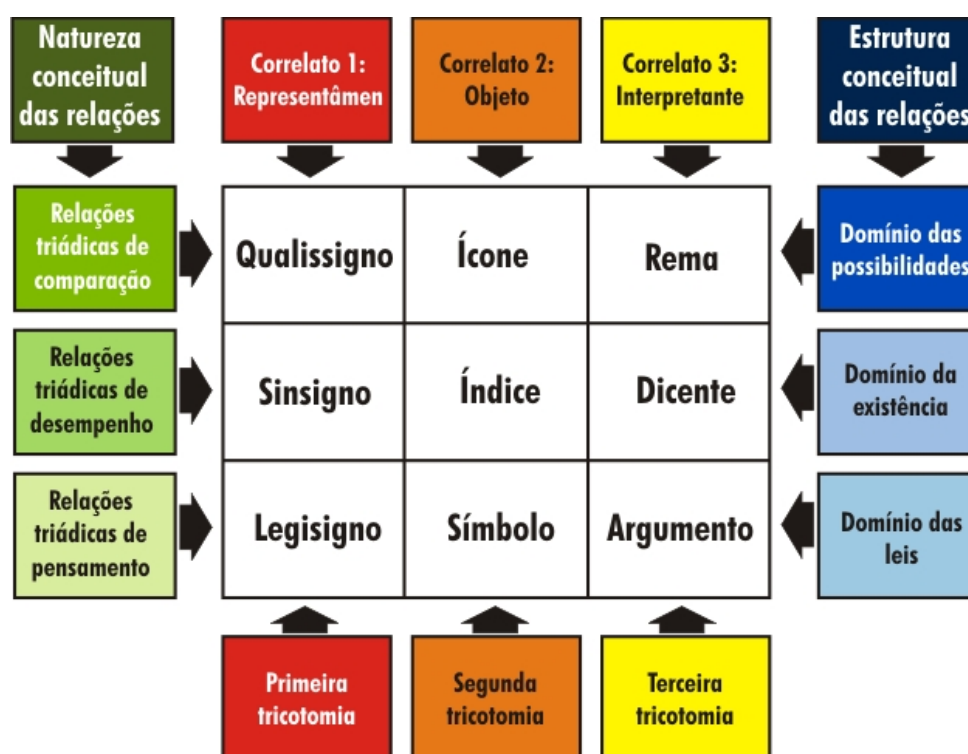


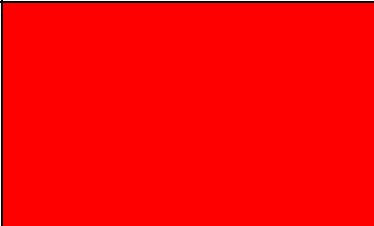
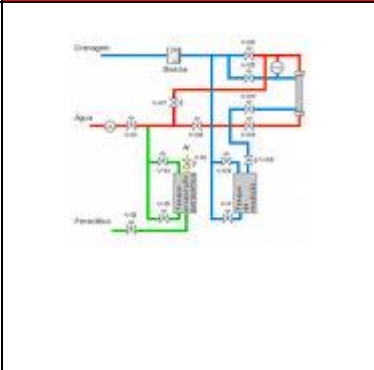
Figura 4 – Função dos correlatos

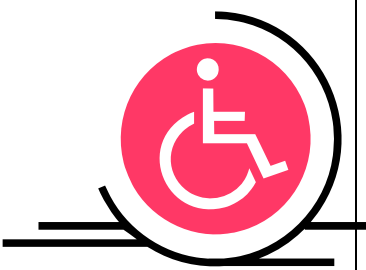
Fonte: Mari (1998)

	Relação de representâmen	Relação de objeto	Relação de interpretante
I	Qualissigno	Icônico	Remático (Regra 1)
II	Sinsigno	Icônico	Remático (Regra 1 e 2)
III	Sinsigno	Incitativo	Remático (Regra 1, 2 e 3)
IV	Sinsigno	Indicativo	Dicente (Regra 3)
V	Legisigno	Icônico	Remático (Regra 1 e 3)
VI	Legisigno	Indicativo	Remático (Regra 1, 2 e 3)
VII	Legisigno	Indicativo	Dicente (Regra 1 e 3)
VIII	Legisigno	Símbolo	Remático (Regra 1 e 3)
IX	Legisigno	Símbolo	Dicente (Regra 1 e 3)
X	Legisigno	Símbolo	Argumento (Regra 2)

Quadro 4 – Classificação dos signos

Fonte: Silveira (2007)

				O QUE É	EXEMPLO
1 →	QUALI-SIGNO	ICÔNICO	REMÁTICO	É uma qualidade que é um signo, tal como a sensação de “vermelho”. Pura sensibilidade	
2 →	SIN-SIGNO	ICÔNICO	REMÁTICO	É um objeto particular e real que, pelas suas próprias qualidades, evoca a ideia de um outro objeto, tal como um diagrama de circuitos eletrônicos numa máquina particular.	
3 →	SIN-SIGNO	INDICIAL	REMÁTICO	Dirige a atenção a um objeto determinado pela sua própria presença, tal com um grito espontâneo é um signo de dor.	UM GRITO
4 →	SIN-SIGNO	INDICIAL	DICENTE	É também um signo afetado diretamente por seu objeto, mas além disso é capaz de dar informações sobre esse objeto, origem, finalidade. Um catavento.	

5 →	LEGI-SIGNO	ICÔNICO	REMÁTICO	É um ícone interpretado como lei, tal como um diagrama - à parte sua individualidade fática- num manual de eletrônica.	
6 →	LEGI-SIGNO	INDICIAL	REMÁTICO	É uma lei geral que “requer que cada um de seus casos seja realmente afetado por seu objeto, de tal modo que simplesmente atraia a atenção para esse objeto”, como um pronome demonstrativo.	PRONOME DEMONSTRATIVO SIRENE DE AMBULÂNCIA
7 →	LEGI-SIGNO	INDICIAL	DICENTE	É uma lei geral afetada por um objeto real, de tal modo que forneça informação definida a respeito desse objeto, tal como um pregão de um mascate, uma placa de trânsito, uma ordem.	
8 →	LEGI-SIGNO	SIMBÓLICO	REMÁTICO	É um signo convencional que ainda não tem o caráter de uma proposição, tal como um dicionário	SUBSTANTIVO COMUM
9 →	LEGI-SIGNO	SIMBÓLICO	DICENTE	Combina símbolos remáticos em proposição, sendo, portanto, qualquer proposição completa.	PROPOSIÇÃO
10 →	LEGI-SIGNO	SIMBÓLICO	ARGUMENTAL	É o signo do discurso racional, tal como a forma prototípica de um silogismo.	SILOGISMO

Quadro 5 – As dez classes tricotômicas de Peirce

Para concluir este Capítulo, observamos que para discutir as questões que envolvem os signos, no cartaz de guerra, nosso objeto, a semiótica apresenta em sua matriz teórica indicações para uma abordagem adequada. A filosofia de Peirce nos fornece parâmetros para avaliar as diversas interfaces da linguagem visual.

A Semiótica nos dá a base conceitual e o instrumental que nos permite avançar para uma análise pragmática dos signos em si mesmos, valorizando determinados aspectos que não o são em outras conceituações, tais como as semióticas estruturalistas. Como sublinhamos, ela é uma teoria dos signos, da representação e do conhecimento, que elabora uma extensão da lógica no território da cognição e da experiência dos fenômenos, propondo novas luzes sobre questões da significação e da produção do sentido.

Além disso, a Semiótica caracteriza-se por não ser logocêntrica, pois não se trata de uma teoria de extração linguística associada ao pensamento semiológico na tradição de Saussure, segundo a qual as imagens dependem da linguagem verbal, e que necessita da base linguística em seu processo de entendimento e interpretação. Sua abrangência, enfim, a partir de relações abertas ao contexto, permite uma leitura mais compreensiva do real, uma inteligibilidade dos mais diversos processos e produtos de linguagem – também porque considera categorias não definitivas, dinâmicas e interdependentes.

As definições, divisões e classificações de signo formuladas por Peirce, sem raciocínio taxonômico ou hierarquizado, sem qualquer relação de prioridades, mas rigorosamente lógicas, podem nos prestar enorme auxílio para o reconhecimento geral do território dos signos, discriminando processos de articulação e aumentando nossa capacidade de apreensão da natureza das relações audiovisuais: "Peirce criou conceitos e dispositivos de indagação que nos permitem descrever, analisar e interpretar linguagens" (SANTAELLA, 1988, p. 95). A Semiótica tem como eixo um conjunto de argumentos que

elaboram um horizonte comum sob cujo ponto de vista os problemas dos signos de diferentes formas podem ser atacados.

A Semiótica é uma teoria sêmica do conhecimento em todas as suas formas racionais, conscientes ou não. Examinando atentamente e perscrutando a experiência, considerada como tudo aquilo que nos compele o conhecimento, impondo-se como uma resultante cognitiva de nossa vida passada, Peirce encontrou os elementos formais que acompanham toda e qualquer experiência.

Na Semiótica, o pensamento humano é concebido como semiose ou processo de formação de signos. Para que se conheça algo é necessário que haja a representação mediadora; para que existam fenômenos, eventos e objetos é preciso haver signos. Diante de qualquer fenômeno, para conhecer e compreender qualquer coisa, a consciência produz um pensamento, uma mediação irrecusável entre nós e os fenômenos. E isso, já ao nível do que chamamos de percepção, é um signo. Perceber não é se não traduzir um objeto da sensação em um julgamento de percepção, é interpor uma camada interpretativa entre a consciência e o que alcança os sentidos. Para conhecer e se conhecer, o homem só toma consciência do real porque, de alguma forma, o traduz, o representa, e só interpreta essa representação numa outra representação: interpreta signos traduzindo-os em outros signos. Embora se distinga tanto da qualidade quanto do fato, o signo é a nossa via de acesso, sempre parcial, às coisas e suas qualidades. Esse instrumento das múltiplas trocas comunicacionais, mais que um ser signo, é um estar signo, enquanto funciona como signo.

Esta abordagem do pensar como produção de signos e a capacidade analítica das funções e relações do signo transformam a semiótica numa sofisticada ferramenta para esclarecer as articulações entre a forma e o(s) sentido(s), entre a leitura da estrutura e o leitor. Adotamos o ponto de

vista semiótico, livre dos paradigmas e das hierarquias verbais, para verificarmos os modos de funcionamento dos signos visuais.

Capítulo II

Texto imagético, imaginário e significação

O RIO QUE FAZIA UMA VOLTA ATRÁS DE NOSSA CASA
ERA A IMAGEM DE UM VIDRO MOLE QUE FAZIA UMA VOLTA ATRÁS DE CASA.
PASSOU UM HOMEM DEPOIS E DISSE: ESSA VOLTA QUE O RIO
FAZ POR TRÁS DE SUA CASA SE CHAMA ENSEADA.
NÃO ERA MAIS A IMAGEM DE UMA COBRA DE VIDRO QUE FAZIA UMA VOLTA ATRÁS DE CASA.
ERA UMA ENSEADA.
ACHO QUE O NOME EMPOBRECEU A IMAGEM.

MANOEL DE BARROS, O LIVRO DAS IGNORÂÇAS, RECORD, 2001.

2.1 A DITADURA DA RETINA

Iniciamos este capítulo lembrando uma de nossas aulas de comunicação, como aluno do professor Jomard Muniz de Britto, quando ouvimos uma expressão que guardo até hoje: a *ditadura da retina*. O professor falou-nos do poder que o olhar tem em construir nossas almas. Era através dele que a maioria das coisas que permeiam nossas ações, que nos moldam, entra em nosso corpo vazio. Sua fala veio acompanhada de analogias, em que figuravam alguns animais, como os pássaros que trazem os olhos separados, um em cada lado da cabeça, com ângulo de 75 graus em cada um, somando

150 graus de raio de visão. Um camaleão tem, por causa da órbita dos seus olhos, quase 360 graus de círculo de visão. Nós, humanos, temos uma visão média de 45 graus em cada olho quando focamos alguma coisa, dando um total médio de 90 graus. Mas a comparação que mais importava a ele era a do burro que puxava a carroça, que tinha uma visão limitadíssima por seu algoz carroceiro, que lhe colocava uma viseira, obrigando-o a ver apenas o que estava na frente. Disse-nos o mestre que o nosso maior esforço era exatamente o de retirar essas viseiras de nossos olhos. Do ponto de onde estava, ele nos fitava, imóvel, com uma visão de 90 graus. Mas ele sabia, apesar dos olhos fixados num setor do recinto, que do lado direito havia janelas, do lado esquerdo uma porta vermelha e atrás dele um quadro de giz verde, onde poderia escrever suas aulas. O que restou àqueles alunos que ouviam o professor, boquiabertos, foi um largo sorriso, pois compreenderam, ali, que um olhar atento poderia levá-los a entender melhor o mundo, perceber mais detalhes. Compreendemos que quanto melhor for nossa forma de ver as coisas, mais outras coisas podemos inventar, mais podemos imaginar.

Então qual era o grande desejo do mestre em relação aos seus alunos? Que todos se esforçassem para desenvolver um olhar diferenciado, reinventando-o continuamente.

Há certos tipos de mensagens que provocam em nós reações estéticas intensas; outras levam-nos a sutis estados sensíveis, quase imperceptíveis. Vivenciamos, então, diferentes estados estéticos, que variam não só pelas intenções de seus autores, como variam também pela nossa capacidade de ver, e que está diretamente associada às nossas reações diante de materiais sígnicos. Conforme destaca Silva (2005, p. 137), a experiência estética resulta de um aprendizado e de uma disposição simpática em direção ao mundo das sensações. Este autor nos diz que ao lado daquilo que nos chega pelos sentidos, há o aprendizado da cultura, que nos ensinou a apreciar

como belas algumas coisas e outras não. O que significa dizer que seria um desastroso equívoco desconsiderar ou pôr em posição secundária o papel do refinamento cultural nas situações de contato estético.

A experiência estética introduz-nos num fluxo de sentimentos e sensações muito específicos, capazes de arrancar-nos das nossas relações cotidianas, justo pela intensidade de sentimentos vividos. Iser (2005, p. 16) diz que “o efeito estético deve ser analisado na relação dialética entre texto, leitor e sua interação. Ele é chamado de efeito estético porque – apesar de ser motivado pelo texto – requer do leitor atividades imaginativas e perceptivas”. É o leitor o pólo receptor que vai desencadear toda ação de ativação do imaginário. É ele que materializa o texto construindo por um autor.

Essa atividade imaginativa é normalmente definida como o poder que o espírito possui de produzir imagens. Imagens que vão da simples reprodução de sensações, na ausência de objetos que as provocaram, até criações advindas de nossas próprias fantasias. Isso equivale dizer da possibilidade de existência de duas formas de imaginação: a **imaginação construtiva**, que é exemplificada na ciência, na invenção e na filosofia, sendo controlada por um plano ou objetivo dominante e a **fantasia**, que é relativamente espontânea e incontrolada. A imaginação construtiva tem relação direta com nossas percepções, mais próxima do sensível, e a fantasia é uma espécie de emancipação do mundo sensível.

Desta forma o imaginário é, portanto, um processo mental que consiste na reanimação de imagens sensíveis provenientes de nossas percepções anteriores e nas infinitas possibilidades de combinação destas imagens elementares em novas unidades. É um contraponto ao real, na medida em que, pela imaginação, representa esse real, distorcendo-o, idealizando-o, ou construindo-o simbolicamente.

2.2 IMAGEM, IMAGINÁRIO

Quando se fala de padrões comportamentais podemos inferir a existência de dois tipos básicos de imaginário: o individual e o coletivo. O imaginário individual se dá, essencialmente, por processos de identificação, apropriação e distorção. O processo de **identificação** caracteriza-se como o reconhecimento do sujeito no outro; no processo de **apropriação** é o desejo desse sujeito ter o outro em si; e no processo de **distorção** é a reelaboração do outro para si. Já o imaginário coletivo estrutura-se, principalmente, por processos de influência, ou ascendência: a aceitação do modelo do outro (lógica tribal), a disseminação (igualdade na diferença) e imitação (criação de protótipos; distinção do todo por difusão/aceitação de uma parte).

O imaginário agrega imagens, sentimentos, lembranças, experiências e visões do real que municiam as leituras da vida e que, através de um mecanismo individual ou coletivo, cristaliza um modo de ver, de ser, de agir, de sentir e de pensar o mundo. Diferente do imaginado – projeção irreal que poderá se tornar real –, o imaginário emana do real, estrutura-se como ideal e retorna ao real como elemento de estimulação. Ele é uma construção coletiva resultante de cruzamentos infinitos e constantes, de práticas sociais onde os grupos e os indivíduos fazem recortes e apropriações provisórias. Ninguém tem imaginário único e permanente. Parte-se do princípio que todos nós, sujeitos, somos muito contraditórios e mudamos de opinião em vários momentos.

Aristóteles deixou assinalado que a humanidade seria incapaz de produzir intelectualmente qualquer coisa sem o auxílio da imaginação. Para Iser, nós experimentamos o imaginário de modo muito difuso, sem uma forma definida, volátil, e sem, de certa forma, um referencial específico que o objetifique. Mas, apesar de tal estado, o imaginário é a condição necessária para superar o existente, o atual, e projetar o ainda inexistente, o porvir.

Por ser representação, o imaginário trabalha com construção de símbolos, que é a atribuição de significados, a ideia representativa de um dado da realidade. Entretanto, por serem frutos da imaginação, os símbolos construídos pelo imaginário não exigem comprovação, comparação ou verificação com o real. A percepção das coisas não se realiza sem a participação do imaginário, pois uma impressão só pode ser formada se a percepção atual for combinada com a percepção não atual.

Ao falar do processo de interação do texto com o leitor, Iser ressalta que são os vazios que originam a comunicação. O equilíbrio só pode ser resolvido com o preenchimento dos vazios pelo leitor. Como ideia, o imaginário torna presente o que é ausente, portanto, guiado pelo conhecimento e pela memória. O imaginário preenche o vazio. E por ocorrer, nesse processo, êxito na relação texto-leitor, opera-se a mudança do leitor. Ao ler um texto e estudar suas relações estruturais, seja de que tipo for, estabelece-se um vínculo com o autor, um pacto de co-autoria. Pois é esse leitor que reativa o texto, que o presentifica, que o materializa. Os vazios regulam a atividade de representação do leitor, que segue condições impostas pelo texto. As provocações, as negociações, obrigam o leitor a situar-se perante o texto.

Quando representamos o **prazer**, é a símbolos que nos referimos sempre, não à realidade em si. Construímos imagens e representações mentais que não são o prazer, mas que falam por ele, como um arrepio, uma boca entreaberta, o beijo, o abraço etc. Inúmeras vezes o texto **prazer** se apropria do imaginário em suas construções simbólicas. O objeto **prazer** é, através de símbolos imaginários ou não, dotado de significados e esses significados não são inoperantes, pois despertam sentimentos que impelem a ação humana e a legitimam. Os significantes de que são dotados os símbolos formam uma teia que une as construções dos estereótipos e das identidades. Os símbolos

evocam também diferentes olhares e entendimentos diversos, pois mobiliza a subjetividade das emoções. Um mesmo símbolo pode suscitar excelentes sensações num sujeito e péssimas em outro, mas ambos estarão amparados por uma realidade comum representada.

2.3 A IMAGEM É UM TEXTO

A percepção visual atua recebendo informações sob a forma de textos, imagens, cores, em termos de “imagens mentais”. Entendemos o texto fora da visão como sendo algo necessariamente construído por frases e constituído na escrita. O conceito que utilizamos é o mesmo que movimenta a quase totalidade dos estudos semióticos, que é de qualquer produção dotada de sentido visual, sensitiva, ou mesmo de outras ordens. O seu registro é feito pela exploração do campo visual, conjugando a percepção global ou simultânea e a linear. Contudo, estes aspectos, que permitem a captação da informação visual, podem ser organizados a partir da própria constituição sógnica. Isto é, quando se organiza o signo, está também se organizando a construção do olhar. Assim, “o olho não é só um receptor passivo, mas formador de olhares, formador de objetos imediatos da percepção” (PLAZA, 2001, p. 52)

Cada parte dessa realidade percebida resolver-se-á como um “texto” a ser decifrado pela subjetividade do leitor e, de acordo com os múltiplos aspectos da circunstância que o envolve, transformada numa representação mental do mundo. Neste sentido, “[...] tudo pode ser signo a partir do momento em que daí se deduza uma significação que depende da minha cultura, assim como do contexto da aparição do signo” (JOLY, 1999,

p. 32).

A noção de escolha, de alternativa ou de seleção, fundamental no processo de projetar e construir um texto – essencial, portanto, no processo de gerar sentidos, encontra-se presente no processo de leitura de um cartaz. Essa presença é o resultado de um discurso, de um acontecimento – nunca unidirecional, unidimensional – que ocorre sobre um plano, que precisa ser visto para ser percebido e compreendido, além da prática que incorpora o risco, o erro, a dúvida, a resposta imprevisível. O leitor surpreende a imagem em seus sentidos, ou em sua sinuosidade, porque ele mesmo é surpreendido por ela.

E, assim, considerando que o processo de leitura/fruição supõe a existência de seleção, de escolha, no conjunto de experiências e linguagens de um indivíduo e de uma coletividade, que o repertório está indissolivelmente ligado à linguagem e que muitas são as linguagens, cada qual possibilitando informações que lhes são exclusivas. Considerando, ainda, que o repertório carrega consigo a função teórico-criativa de um autor, de uma fonte de informações, imperioso é concluir que a manipulação da linguagem não-verbal em confronto e diálogo com os outros sistemas sógnicos é condição basilar da construção do cartaz impresso, o qual é função direta da capacidade de relacionar informações de um repertório, continente de múltiplos códigos: a criação do seu texto implica diversificação de repertórios, migração de recursos imprevisíveis nesse sistema.

Todo texto produzido existe em função do repertório do autor, e se a informação resulta no grau de imprevisibilidade da mensagem é necessário para adquiri-la, lavrar hábil e insistentemente o código, o que implica, ao menos, conhecê-lo.

Bense salienta que todo repertório de elementos, que podem ser entendidos como signos, é primariamente um *repertório material*, determinado

por categorias de substância, forma e intensidade. Pertencem também ao repertório elementos ideais, não materiais. São eles que constituem a dimensão semântica, relevante para o interpretante dos signos, que denomina *semantemas*, criando de certa forma um *repertório semântico*. A diferença, segundo Bense, entre estas duas modalidades de repertório constitui parte fundamental da “teoria do repertório” da estética mais recente.

Toda concepção e produção consciente de um estado estético [...] parte de um repertório que possui, além da componente material, um componente semantema. Na criação de um retrato, por exemplo, *cores* e *formas* pertencem ao repertório material e similitude diz respeito ao repertório semantema (BENSE, 1971, p. 66).

Bense salienta, ainda, por um lado, a função do repertório em relação à obra e, por outro, a transposição do repertório ao objeto como uma operação de seleção e ordenação, na medida em que o indivíduo recorta, do universo de sua experiência, os dados, para articulá-los em uma obra. De outro modo, poder-se-ia dizer que ocorre, nessa transformação, a passagem do mundo descontínuo, discreto, a um mundo contínuo, conexo, vale dizer, da pré-ordenação à ordenação.

O repertório tem naturalmente a função teórico-comunicativa ou teórico-criativa de um “emissor”, de uma “fonte”, o que significa, porém, que ele é “seletível”. Em geral, nenhum repertório é transposto completamente para o objeto – obra material. O objeto-obra é, na maioria das vezes, apenas uma “imagem” material parcial do repertório, exatamente, uma seleção material (BENSE, 1971, p. 66).

O processo de composição da imagem funciona de duas formas: como signo icônico, que substitui um determinado setor do real em virtude do processo de semelhança, e como simbólico ou portador material de certas ideias abstratas que, objetivadas pela finalidade expressiva do autor, são cifradas na mensagem contida no cartaz e são decifradas por um leitor, em

concordância com o caráter de suas referências às convenções interpretativas social e culturalmente estabelecidas.

A ambiguidade da construção imagética é para nós um ponto de partida para a análise e não somente o reconhecimento de uma evidência irrefutável.

A composição do cartaz, portanto, divisa, em sua identidade e especificidade interna, a inteligência operativa do emissor, suas recolhas e escolhas sógnicas, seus modos de fazer referência ao universo da experiência humana, suas intenções e seus vínculos de natureza ideológica; ao mesmo tempo, prefigura um tipo de leitor, uma possibilidade interpretativa, um certo *topos* mental, capaz de ajuizar esta específica manifestação sógnica.

É possível modificar ou reforçar um texto imagético com o objetivo de melhorar a compreensão e ao mesmo tempo proporcionar prazer. Essa forma de construção pode nos fornecer um quadro interpretativo suficiente para fazer novas inferências sobre o sentido das imagens, ao mesmo tempo que permite uma compreensão e uma memorização satisfatória. Também nos mostra que é possível agir sobre a compreensão do texto ao fornecer ao leitor ajudas cognitivas.

Estas discussões salientam o grau de importância da imagem como ponto de partida do projeto gráfico de um cartaz. A boa utilização da imagem depende de um determinado contexto e de saber estabelecer correspondências entre estilos. A composição é, em substância, a arquitetura do cartaz. E essa arquitetura é o projeto gráfico propriamente dito.

A cognição é um elemento constitutivo no processo do signo triádico ou semiose, tal como Peirce define o processo em que o signo tem um efeito cognitivo no seu intérprete. Mas a semiose não pode ser reduzida à cognição. Ela pressupõe a percepção, um processo triádico gerado na consciência do observador a partir do nível de um sentimento imediato ainda indiferenciado, no qual ele é meramente a qualidade de um signo mental.

A cognição funciona, em primeiro lugar, como o interpretante de um signo, que Peirce também define como o pensamento ou ideia “criada na mente do intérprete” de um signo.

Com o surgimento de um novo campo de interesses na percepção trazidos pelo cognitivismo, o papel que a teoria peirceana pode desempenhar, nesse contexto, é insubstituível, visto que nenhuma teoria está tão preparada quanto a sua, em termos lógicos, ontológicos, e epistemológicos, para enfrentar as questões relativas à percepção (SANTAELLA, 1993, p. 15).

Os argumentos que embasam essa afirmação são muitos, ainda segundo esta autora, mas podem, no momento, ser reduzidos a dois: de um lado, o fato de que para Peirce, não há e nem pode haver separação entre percepção e conhecimento. Segundo ele, todo pensamento lógico, toda cognição, entra pela porta da percepção e sai pela porta da ação deliberada. Além disso, a cognição, e junto com ela a percepção, são inseparáveis das linguagens através das quais o homem pensa, sente, age e se comunica. Daí a teoria da percepção peirceana estar intimamente ligada à sua teoria dos signos, que, por sua vez, está fundamentada numa lógica tri-relativa, rigorosa, que não separa os processos mentais, e mesmo os sensoriais, das linguagens em que eles se expressam.

Em *Os limites da interpretação*, Umberto Eco desenvolve uma tese partindo da ideia de que todo discurso necessita de interpretação. Distingue dois elementos interpretativos: a linguagem, necessariamente comum a autor e intérprete e a organização do pensamento (texto) estranho ao intérprete. Jogando com a dicotomia parte/todo, entende que a compreensão da parte só é possível a partir do todo que, por sua vez, só é acessível a partir das partes. Um texto será um artifício que produz seu próprio leitor-modelo, um objeto que a interpretação constrói na tentativa circular de validar-se com base naquilo que o texto prevê construir. Porém, dizer que o texto cria seu leitor-modelo significa que prevê, no mínimo, dois: um leitor ingênuo que dá conta

de uma interpretação semântica e um leitor crítico que dá conta de todo um processo de construção de sentido.

2.4 AINDA O TEXTO

Dentro do modo como se articula a composição imagética, percebemos um componente-chave para seu funcionamento: o texto. Ele põe em evidência múltiplos e intrincados procedimentos de inteligibilidade, todos referenciados a partir da matéria sígnica.

O texto é o tecido lingüístico de um discurso. Este tecido encontra sua realização concreta, no âmbito de nossa pesquisa, nos textos cartazísticos. A forma do texto é condicionada pelos elementos que intervieram na sua produção e reprodução.

O texto deve ser considerado como o meio privilegiado das intenções informativas e comunicativas. É através da textualidade em que é realizada não só a função pragmática da informação, como também onde é reconhecida pela sociedade. Trata-se, portanto, de um todo discursivo coerente por meio da qual se executam as estratégias de informação e comunicação. O texto é “o traço da intenção composta por um locutor em comunicar uma mensagem e de produzir um efeito” (SCHMIDT, 1973, apud VILCHES, 1999, p. 31).

O jogo textual se realiza através de três componentes: a manipulação de formas e técnicas que constituem o universo produtivo por parte de um individual ou coletivo, que chamamos de *autor*; a colocação em cena de um produto complexo, mas formalmente coerente que constitui propriamente o *texto* e, finalmente, sua recepção ativa por um destinatário

individual ou coletivo, a que chamamos de *leitor*. O texto escrito só adquire significado quando há a intervenção do leitor.

A materialidade de um texto, precisamente naquilo que antes era 'insignificância', e, depois leitura, é o que faz com que, mediante interpretações subjetivas, o texto não venha a sofrer distorções; e os cuidados postos na conservação do texto ou na recuperação da sua expressão genuína quando desgastada pelo tempo, são tentativas de defesa contra a prepotência da subjetividade. Mas a alternativa é drástica: a objetividade só é possível na ausência da leitura, isto é, de significação; a leitura implica sempre um grau de subjetividade. Só no interior dessa subjetividade é possível propor-se uma interpretação que adira ao texto, graças ao domínio dos códigos presentes no texto; as várias leituras a que um texto está sujeito permitem fazer face (não eliminar) aos erros e desvios (ENCICLOPÉDIA EINAUDI, 1984, p. 155).

O texto visual possui propriedades evidentes:

- ele pode circular longe de sua origem, encontrar públicos imprevisíveis sem precisar ser modificado a cada vez. Como quem escreve não pode controlar a recepção de seu enunciado, é obrigado a estruturá-lo de maneira a torná-lo compreensível, ou seja, é obrigado a fazer de seu enunciado um texto, no sentido mais pleno do termo;
- no oral, o leitor-receptor partilha o mesmo ambiente que o autor-emissor, reage imediatamente à sua entonação, às suas atitudes. Não podendo percorrer a arquitetura do enunciado em seu conjunto, ele vai tomando conhecimento dele aos poucos e tem uma consciência muito vaga de estrutura. No impresso, por outro lado, ele deve proceder a uma leitura pessoal. Se o leitor-receptor-emissor encontra dificuldade em controlar o curso de uma interação oral, que implica minimamente a participação de pelo menos duas pessoas, no impresso ele pode impor seu modo de consumo, seu ritmo de apropriação: ler com a rapidez que lhe convém, silenciosamente ou em voz alta, com atenção ou em diagonal, interromper quando quiser;
- a distância que assim se estabelece entre o leitor-receptor e texto abre espaço para um comentário crítico ou para análises: o leitor pode

sondar o texto, comparar certas partes, de forma a elaborar interpretações;

As formas de leitura dos espectadores não são iguais. De acordo com Vilches (1988, p. 62), *o conceito de leitura tem sua origem na linearidade da linguagem verbal/escrita*. No entanto, a leitura da imagem funciona de forma desordenada. Diferentemente da linguagem verbal, na qual a ordem das letras, frases e palavras deve ser seguida de forma a completar determinado sentido, a leitura da imagem pode ter início em qualquer ponto, porque o leitor pode voltar, reler, seguir, ir à frente etc. A leitura pode ser realizada de acordo com os interesses de quem a faz. O leitor constrói sua própria narrativa. Dessa forma, as imagens só adquirem sentido no jogo da leitura, uma vez que é o espectador que aciona seus mecanismos de representação, significando a imagem conforme sua experiência e seus processos individuais.

Jouve (2002, p.17) também nos fornece um entendimento do processo de leitura. Para ele “a leitura é uma atividade complexa, plural, que se desenvolve em várias direções” e é um processo constituído de cinco dimensões. A primeira, a partir de um *processo neurofisiológico*. Como salienta Jouve (2002, p.17), “nenhuma leitura possível sem um funcionamento do aparelho visual e de diferentes funções do cérebro. Ler é, anteriormente a qualquer análise de conteúdo, uma operação de percepção, de identificação e de memorização dos signos”. A segunda dimensão trata-se de um *processo cognitivo*, que é quando o leitor, depois de perceber e decifrar os signos, “tenta entender do que se trata”. Nesse momento, é solicitada a competência do leitor. A terceira dimensão é um *processo afetivo*. “As emoções estão de fato na base do princípio de identificação, motor essencial da leitura de ficção” (p.19).

Além disso, “ao ler um texto, o modo pelo qual se representa um objeto, um cenário ou uma personagem permite que ressuscitem imagens enterradas, das quais nem sempre é possível dizer de onde vêm.[...]” (2002, p.21). São as provocações produzidas pelo texto no leitor que selam com ele o

contrato que o levará a continuar a leitura. Para a semiótica, pode-se dizer que aí entram os estudos da paixão no texto. A quarta dimensão trata de um *processo argumentativo*, um discurso de um autor que quer convencer seu leitor de algo. “Qualquer que seja o tipo de texto, o leitor, de forma mais ou menos nítida, é sempre interpelado. Trata-se para ele de assumir ou não para si próprio a argumentação desenvolvida” (2002, p.22). Ao assumir, cria-se uma espécie de pacto, necessário para que se valide a leitura. A quinta dimensão, descrita por Jouve, trata do *processo simbólico*.

Diferentemente dos outros quatro pontos discutidos, os quais se concentram sobre as relações estabelecidas entre o leitor e os elementos textuais, este último processo se relaciona com o papel que o texto assume dentro de uma conjuntura mais ampla de interação cultural no qual leitor e texto se inserem. Como enfatiza o próprio linguista francês: o sentido que se tira da leitura (reagindo em face da história, dos argumentos propostos, do jogo entre os pontos de vista) vai se instalar imediatamente no contexto cultural onde cada leitor evolui. Toda leitura interage com a cultura e os esquemas dominantes de um meio e de uma época. A leitura afirma sua dimensão simbólica agindo nos modelos do imaginário coletivo quer os recuse quer os aceite (JOUVE, 2002, p. 27).

A capacidade de ler uma imagem na nossa cultura industrial é tão importante quanto à de ler um texto verbal. A imagem portanto, é um texto, e para a semiótica visual, não é apenas do exterior que a imagem é investida configurações estruturais linguísticas (papel da legenda que acompanha as imagens impressas, dos diálogos e dos comentários no cinema e na televisão), mas também do interior e em sua própria visualidade, que são inteligíveis porque suas estruturas são parcialmente não-visuais. Mas a imagem é um texto em sentido mais amplo: ela não existe sem os jogos da figura e do discurso. Ela só existe pelo que nela se lê. A imagem não é outra coisa senão a leitura que dela se faz. Porque não é o reflexo de um objeto, mas a imagem do

trabalho de produção da imagem, campo de força atravessado por múltiplas configurações, sejam elas linguísticas ou não.

A abrangência quanto às possibilidades da leitura parece-nos interessante do ponto de vista da nossa investigação, e levou-nos a encontrar alguns pontos de ancoragem na teoria semiótica de Peirce.

Uma primeira consequência da conceitualização triádica dos fenômenos de significação, dado que incorpora o interpretante, é que o sentido não pode ser imanente ao texto. Ele só pode ser elaborado durante o processo de leitura mediante os interpretantes do leitor. Para a semiótica peirceana, um texto é um conjunto de signos de várias classes, segundo seus estatutos semióticos, e cada leitor pode construir *a priori* seu objeto (o objeto do texto considerado como um signo). Dado que existe, em uma primeira análise, três classes principais de modo de ser dos elementos de um texto, teremos três níveis *a priori* que serão seis se acrescentamos as categorias degeneradas. Estes níveis são relacionados por meio de signos lingüísticos especializados nesta função (por exemplo, os dêiticos): estes signos constituem verdadeiras passarelas entre os níveis. Enquanto a realidade que determinou o texto e o efeito que faz sobre uma mente interpretante por meio dos signos lingüísticos poderemos distinguir:

1. o nível das qualidades do sentimento relacionado com as impressões produzidas pela leitura, nível especialmente icônico;
2. o nível dos existentes e dos fatos (factualidade) relacionado com o mundo real e suas relações reais;
3. o nível dos conceitos, das leis, dos hábitos que agrupa os demais.

No âmbito do que foi exposto, podemos concluir que a leitura de um texto, de qualquer texto (seja ele verbal ou visual), dá-se a partir da inter-relação entre o objeto e aquele que o percebe, num momento particular da sua

existência e num contexto específico de realização. Quando lemos (entenda-se o ato de ler no sentido mais amplo da palavra), acabamos por acrescentar ao texto os nossos pensamentos e emoções, relações intertextuais nele próprio e com outros textos, eventualmente sublinhamos, tomamos notas ou fazemos esboços. A leitura pode ser assim entendida como um processo ativo de reelaboração, uma vez que todos os fatos só se nos tornarão acessíveis por meio de uma representação e esta será sempre impossível de lhe corresponder fielmente.

Capítulo III

Entre o LINGUÍSTICO e o iconográfico: tensão e intenção no cartaz de guerra

UM SIGNO NÃO É UMA IMAGEM. AS IMAGENS GRÁFICAS SÃO MUITO MAIS DO QUE ILUSTRAÇÕES DESCRITIVAS DE COISAS VISTAS OU IMAGINADAS. SÃO SIGNOS CUJO CONTEXTO LHE DÁ UM SENTIDO ESPECIAL E CUJA DISPOSIÇÃO PODE CONFERIR-LHE UM NOVO SIGNIFICADO .

RICHARD HOLLIS

3.1. O RECOMEÇO DO CARTAZ

Os historiadores concordam que nenhuma época foi tão pródiga em avanços tecnológicos quanto o século XX, que ao edificar suas conquistas sob os lastros da revolução industrial alimentava a esperança de um mundo pacífico e civilizado. Mas o século em que a técnica se mostra capaz de, finalmente, levar a humanidade à bem-aventurança será também o das grandes guerras mundiais, que mobilizaram não somente exércitos com suas infantarias, cavalaria, engenharias e arsenais, como também nações inteiras. É este cenário em que se vê brotar alternativas eficazes de argumentação visando atingir grandes massas, e sua conexão com diversos suportes que se tornam cada vez mais poderosos, como o cartaz impresso, o rádio e o jornal.

A coletividade é alcançada por sofisticados processos e técnicas de comunicação, principalmente no campo político, na propaganda, na informação e contra-informação. Trata-se da descoberta da eficácia da

argumentação política para a informação das multidões, mas também, e sobretudo, para sua manipulação.

A persuasão coletiva se transformava em questão de Estado, e isso, em especial, em situação de guerra. Jamais uma nação conseguiria lançar grandes massas humanas diante da morte sem um eficiente trabalho de convencimento. As medidas persuasivas de alcance geral criaram, adotaram ou apropriaram-se de uma variedade de símbolos que funcionaram como pontos de referência, de evocação de sentimentos patrióticos, de heroísmo. É desse arsenal simbólico que os órgãos de propaganda política se utilizam. Na guerra moderna é a nação inteira que se mobiliza – seja oferecendo pessoal, recursos financeiros, seja fomentando a indústria de material bélico e de alimentos – e nada pode ser feito sem que a estima do país e de seus exércitos estejam em alta.

O cartaz – suporte que foi redescoberto no esforço argumentativo em meio às guerras, e que com elas vai adquirindo novos contornos – tem uma longa história, cuja origem remonta à Antiguidade. Na Mesopotâmia, por exemplo, os comerciantes de vinho anunciavam seus produtos em pedras talhadas em relevo, chamados *axones*. Os gregos faziam a mesma coisa em rolos de madeira, que chamavam de *cyrbes*.

Na Roma antiga os anúncios eram próximos do que hoje conhecemos por cartaz-mural. Nos muros afixavam-se retângulos divididos em tiras de metal e pintados em cores claras, onde qualquer interessado poderia escrever com carvão suas mensagens de venda, compra ou troca de mercadorias. Nas ruínas de Pompéia foram encontrados cerca de vinte e três destes murais.

O cartaz, de uma forma mais próxima do que hoje conhecemos, somente se viabilizou com a impressão sobre o papel. Assim que este modelo

se configurou, a Igreja e o Estado passaram a utilizá-lo sob a forma de monopólio, para propagação da fé e da realização de obras.

Antes do uso da litografia¹⁴ (inventada por volta de 1793), os cartazes eram impressos tipograficamente, como os livros, com tinta preta e eventualmente com ilustração feita em xilografia¹⁵. Era o tipógrafo que escolhia e combinava os tipos, de modo que preenchesse a folha impressa. O desenvolvimento técnico da litografia, em paralelo às mudanças estéticas de panfletos e anúncios de revistas, reforçou sensivelmente a consolidação dessa mídia. Por algumas décadas, a litografia já vinha sendo utilizada para a reprodução de pinturas famosas e era tida como uma forma democrática de levar “cultura” para o povo nas grandes cidades. Foi somente quando Jules Chéret passou a criar diretamente na pedra litográfica e a pensar no cartaz como meio/forma de expressão artística que este começou a se configurar em suas características modernas.

Esse tipo de processo proporcionou um método de baixo custo de publicidade para espetáculos teatrais e musicais, eventos esportivos, lojas e bens manufaturados. Nesta época, as artes gráficas revelaram-se excelentes mecanismos de rápida divulgação, e que vinham atender às exigências das

¹⁴ **Litografia** é um tipo de gravura. Essa técnica de gravura envolve a criação de marcas (ou desenhos) sobre uma matriz (pedra calcária) com um lápis gorduroso. A base dessa técnica é o princípio da repulsão entre água e óleo. Ao contrário das outras técnicas da gravura, a litografia é planográfica, ou seja, o desenho é feito através do acúmulo da tinta sobre a superfície da matriz, e não através de fendas e sulcos na matriz, como na xilografia e na gravura em metal. Seu primeiro nome foi *poliautografia*, significando a produção de múltiplas cópias de manuscritos e desenhos originais. Essa técnica foi inventada por Alois Senefelder – um jovem ator e escritor de teatro alemão – por volta de 1796, quando buscava um meio de impressão para seus textos e partituras e se deparava com o desinteresse dos editores. Ele acabou inventando um processo químico novo, mais econômico e menos demorado que todos os meios conhecidos na época. A ação de desenhar/escrever sobre pedra já era conhecida, e o crédito de Senefelder é ter equacionado os princípios básicos da impressão com este material. Apoiou-se em textos encontrados em Nuremberg, sobre as experiências de Simon Schmidt, sacerdote e professor bávaro, sendo este o primeiro a pensar a pedra como matriz reprodutora. A litografia foi usada extensivamente nos primórdios da imprensa moderna, no século XIX, para impressão de toda sorte de documentos, rótulos, cartazes, mapas, jornais, dentre outros, além de possibilitar uma nova técnica expressiva para os artistas. A pedra pode servir à impressão em plástico, madeira, tecido e papel. Sabe-se que o primeiro pintor que se utilizou com sucesso da técnica de litografia foi Goya, em sua série *Touradas*, de 1825. Este experiente artista espanhol atingiu seu apogeu nas últimas décadas do século XIX, quando diversos autores franceses como Gustave Doré, Renoir, Cézanne, Toulouse-Lautrec, Bonnard renovaram a litografia em cores.

¹⁵ A xilografia é um processo de gravação em relevo que utiliza a madeira como matriz e possibilita a reprodução da imagem gravada sobre papel ou outro suporte adequado.

sociedades que conquistavam, em ritmo acelerado, maiores níveis de complexidade política, social e econômica. Os cartazes publicitários adquiriram, rapidamente, qualidade comunicativa superior. Chéret teve a ideia de combinar a imagem com um texto curto, que permite uma leitura rápida e a percepção clara da mensagem. Foi o primeiro a compreender a importância da dimensão psicológica da publicidade ao elaborar cartazes baseados na sedução e no impacto emocional. Para tal, ele utilizou a imagem da mulher, bela e etérea, viva e alegre. A utilização de pedras de grande porte permitiu a produção de cartazes enormes, visíveis a distância. Graças a tintas resistentes à chuva, foi possível a afixação de cartazes no exterior, nas paredes e nas colunas para cartazes: nasce a arte mural. A paisagem urbana parisiense mudou completamente: ao criar imagens de grande formato, com cores vivas e ilustrações sedutoras, Chéret sabe atrair como ninguém o olhar do espectador e abre assim o caminho a uma nova linguagem. Com isso, o cartaz ganhou às ruas como meio de difusão da informação nele contida.



Figura 5 – Papier a cigarettes, Chéret, 1896
Fonte: yaneff (2008)



Figura 6 – Veglione de Gala, l'Opera, Chéret, 1896
Fonte: yaneff (2008)



Figura 7 – L'Amant des Danseuses, Chéret, 1896
Fonte: yaneff (2008)



Figura 8 – Bal du Du Moulin Rouge, Chéret, 1896
Fonte: yaneff (2008)

A Primeira Guerra Mundial foi um marco no desenvolvimento do cartaz. O cartaz foi largamente utilizado pelos governos – que hoje, se fizermos uma analogia, utilizariam a televisão e o rádio – para fazer anúncios públicos e exortar os cidadãos no esforço de guerra.

Os cartazes para recrutamento de tropas apelavam, em um de seus argumentos, para o patriotismo, procurando “incutir nas pessoas um sentimento de culpa por permitir que outros arriscassem sua vida por elas” (HOLLIS, 2005, p. 29). Na Inglaterra, ainda segundo Hollis (2005), surgiu o que se pode chamar de precursor dos anúncios com “direção de arte”, nos quais objetos e pessoas e seus relacionamentos são arranjados para transmitir um significado preciso. Como exemplo, o cartaz criado em 1918, já após o término da guerra, que contém o *slogan* “Pai, o que **VOCÊ** fez durante a Grande Guerra?”



Figura 9 – “Pai, o que você fez durante a Grande Guerra?”

Fonte: firstworldwar (2008)

A ilustração era muito comum nas revistas da época – banal em sua execução, mas com ingredientes bastante significativos. O estilo da sala e a caprichosa indumentária das crianças, sugerem a prosperidade do período pós-guerra. A figura do menino brincando com soldadinhos de chumbo demonstra o correto espírito masculino, imbuído de militarismo romântico.

Os cartazes de guerra criaram os estereótipos que formaram a base da propaganda política na Europa nos turbulentos anos que se seguiriam, principalmente na Itália, Alemanha e Rússia. As aspirações nacionais, que antes haviam concentrado suas atenções nos líderes da guerra, agora transformavam Mussolini, Hitler, Marx e Lenin em ídolos. As caricaturas que retratavam o inimigo com bárbaros e animais predatórios serviam agora para representar os horrores do comunismo ou os males do capitalismo. Portanto, o cartaz estabeleceu-se como importante e expressivo recurso de comunicação.

Hollis (2005, p.5) define o cartaz na qualidade de elemento pertencente à “categoria da apresentação e da promoção, na qual imagem e palavra precisam ser econômicas e estar vinculadas a um significado único e

fácil de ser lembrado”.

Definimos o cartaz como um produto técnico-artístico cujo teor dialoga com a história e com a cultura que lhe serve de suporte e contexto. É ele uma peça gráfica datada, portadora e anunciadora de um valor expressivo (significativo), projetada no seu ambiente histórico, vinculada a um tempo e a uma sociedade. Desta forma, os cartazes refletem as tendências no *design* gráfico, acusam as revoluções na linguagem que se sucedem e espelham os contextos em que foram produzidos, fornecendo um panorama das atividades econômicas, sociais, culturais e políticas.

Seu horizonte e o seu limite comunicacional é a exibição pública, seja afixado em paredes, muros ou placas. Ele é efêmero, pois tem um tempo de exposição limitado, e é produzido visando à rápida captação. É, também, um documento, pois traz informações sobre a sua linguagem, sobre seus autores e pode ser lido ainda numa perspectiva interdisciplinar, pois representa comportamentos, nos conta das atividades urbanas, entre outras informações.

Abraham Moles (1974, p. 56-57) reitera a relevância do papel do cartaz na formação do espaço urbano e pondera sobre seu conteúdo funcional, estético e cultural ligando-os à teoria dos signos e à semiótica.

Estabelece seis funções, nas relações do cartaz com diversas disciplinas:

1. “A *primeira função* liga-se mais diretamente à linguística, ou antes, a uma semântica geral, de que ele constitui um bom exemplo. Apresenta-se ligado a uma ciência do signo (semiótica), a uma teoria do esquematismo, concebida como técnica de criação de signos, a uma sintática, enfim, a reger as conjunções de signos (Bense).
2. A *segunda função*: propaganda e publicidade, relacionam-se ao estudo e localização do cartaz em face de seus concorrentes na solicitação de atenção coletiva e ao estudo dos mecanismos econômicos da sociedade de consumo; constrói-se uma nova economia em que o cartaz desempenha papel de motor.

3. A *terceira função* é a de educação. Vincula-se aos problemas do repertório de conhecimentos, da psicologia social da cultura. O cartaz, fator de cultura, nos propõe ao mesmo tempo valores e “culturemas”, ou átomos de cultura cuja lista seria interessante fazer.
4. A *quarta função*, a da ambiência, está ligada à psicologia do ambiente urbano.
5. A *quinta função*, estética, está ligada à técnica de fabricação do cartaz e nos conduz a esquematizar os processos criadores do artista submetido a um caderno de encargos.”
6. A *sexta função*, criadora, do cartaz, nos levará a enunciar os elementos de uma política cultural ao examinar as relações do artista gráfico e do cartazista com os outros membros da cidade artística e com os valores da sociedade global.

Convém observar que, para Moles (1974), nem todo cartaz é necessariamente publicitário:

Um número considerável de cartazes, dentre os melhores muitas vezes, são realizados por organismos que querem levar sua ação ao conhecimento do público [...] utilizando geralmente as mesmas técnicas: colar sobre um muro visto por todo o mundo uma folha de papel bem impressa, trazendo imagens ou signos acompanhados de um texto (MOLES, 1974, p. 21).

3.2 SIGNO E IDEOLOGIA

No cartaz, imagem e palavra habitam o mesmo espaço, e são responsáveis por sua eficiência comunicativa. Esses dois códigos forjam relações internas de redundância, complementaridade ou mesmo de contraponto. Independentemente da relação que estabelecem, texto visual e texto verbal dialogam nesse sistema de linguagem sobre o qual nos debruçamos.

Há no cartaz um plano de natureza predominantemente icônica – relativo à imagem enquanto representação do real – que age em alguns casos, como interpretante do verbal. O texto imagético, feito de linhas e formas que traduzem ideias, conceitos, constitui-se de oposições puras (vertical/horizontal; figura/fundo; claro/escuro); ele revela o predomínio de cores, retas, curvas e diagonais que formam massas, que se tornam mais que texturas a partir do momento em que o signo se investe de ideologia. Isso se dá devido ao fato de que todo signo tem um

objeto, ou seja, todo signo se refere a um existente do mundo. O modo como ele se apresenta é composto de qualidades, de elementos que o caracterizam em relação ao objeto. O signo denuncia o modo como o referente está presente dentro dele (do próprio signo), e, neste momento, o signo revela o seu teor ideológico.

Segundo Thompson (1998, p. 181), estudar a ideologia requer uma análise cultural das formas simbólicas, isto é, da variedade dos fenômenos significativos (ações, gestos, rituais, textos verbais etc.). A avaliação dos fenômenos culturais implica na investigação mais acurada dos contextos e processos historicamente estabelecidos em que essas formas simbólicas são produzidas, transmitidas e consumidas. Assim, ao se olhar para as manifestações da linguagem, eis que surge uma forte ligação entre formas simbólicas, ideologia e poder. Neste sentido, verifica-se coincidência de percepção entre Thompson e Bakhtin, pois é no terreno das formas simbólicas (Thompson) e dos signos (Bakhtin) que se manifestam as relações de produção de linguagem, inculcação, dominação e poder. Neste ponto, as concepções bakhtinianas acerca das relações entre ideologia e linguagem merecem atenção, em razão da relevância de suas coordenadas teóricas em diversos estudos nessa área.

Para Bakhtin, o signo é um elemento de natureza eminentemente ideológica. Ele afirma que todo signo é ideológico por natureza: “tudo que é ideológico possui um significado e remete a algo situado fora de si mesmo, [...], tudo que é ideológico é signo. Sem signos não existe ideologia” (BAKHTIN, 2006, p. 31). Neste sentido, podemos dizer que o signo é eivado de matizes ideológicas e que nenhum signo isolado possui valor em si mesmo. O signo, nas relações interativas, deve ser contextualizado para ganhar significação, em razão de que os significados se alteram conforme se modifiquem os contextos nos quais são empregados os signos. No lugar em que estiver um signo carregado de sentido, ali também estará o ideológico; e tudo o quanto puder ser considerado ideológico, por sua natureza representativa e significativa, deve ser considerado de valor semiótico. Conforme destaca Bakhtin:

Cada signo ideológico é não apenas um reflexo, uma sombra da realidade, mas também um fragmento material dessa realidade. Todo

fenômeno que funciona como signo ideológico tem uma encarnação material, seja como som, como massa física, como cor, como movimento do corpo ou como outra coisa qualquer (BAKHTIN, 2006, p. 33).

É importante destacar que a palavra ideologia na obra de Bakhtin é empregada, de um modo geral, para referenciar elaborações do espírito humano e, também, as formas de consciência social. Ideologia, para Bakhtin, designa, então, a massa da produção imaterial, que se revela na arte, na ciência, na filosofia, no direito, na religião, na ética, na política etc. O sentido que Bakhtin dá à ideologia não apresenta, assim, o caráter restritivo ou negativo que é comum em pensadores de vertente marxista, que, em geral, a empregam para designar *mascamamento do real*, *ocultação*, *engodo deliberado*, manipulação (cf. FARACO, 2003, p. 45-49; CLARK E HOLQUIST, 1998, p. 244).

A compreensão do texto imagético nos leva à percepção de que a ideologia e a semiótica são coessenciais e indissociáveis. O que importa na ideologia é, em primeiro lugar, o seu significado e, posteriormente, a significação dada. Mas o significado é também a constatação da presença do signo mediante o qual a ideologia se revela e sem o qual ela – a ideologia – não existiria. O signo, portanto, assume valor ideológico quando manifesta/incorpora um significado que não lhe é próprio, que não tem origem em si mesmo, mas se faz dentro de um contexto social, de uma interação – que será o esteio do consenso. Por isso mesmo, a existência da variabilidade de produção sónica/ideológica, de um lado, e de diferentes processos de consumo sónico/ideológico, que se verifica não só através da história, mas também pela mudança de contextos sociais.

O cartaz, como produto ideológico que é, põe em pauta a dupla face do signo, que viemos ressaltando: portador de sentido – através da materialidade significante dos grafismos, contragrafismos e texto verbal – e ao mesmo tempo, testemunha da incompletude e carência humanas. Ao refletir a realidade, o cartaz compactua com dado sistema, assumindo a força de um discurso cuja linguagem é institucionalmente permitida ou autorizada. Ao refratar a realidade, ele deixa escapar as fissuras da dominação. Diz-nos Bakhtin:

O ser refletido no signo, não apenas nele se reflete, mas também se refrata. O que é que determina essa refração do signo ideológico? O confronto de interesses sociais nos limites de uma só e mesma comunidade semiótica, ou seja: a luta de classes. [...] Na verdade, é este entrecruzamento dos índices de valor que torna o signo vivo e móvel, capaz de evoluir (2006, p. 47).

A dimensão da imagem, assim como a da palavra em Bakhtin, tem forte liga com a ideologia e por isso “pode preencher qualquer espécie de função ideológica: estética, científica, moral, religiosa”(2006, p. 37). Para ele interessa mostrar as íntimas relações entre a construção dos signos e os fatos sociais, ou seja, importa demonstrar que a realidade social está presente nos signos e os transforma em “produtos ideológicos” quando, então, os signos não são mais apenas signos, mas signos carregados de ideologia segundo um outro significado. É por isto que “um signo é um fenômeno do mundo exterior” (2006, p. 33).

Mas a sua compreensão exige que se vá além do seu conteúdo ideológico, ou seja, que se alcancem as refrações do “discurso de outrem” que a palavra realiza no universo simbólico em sua condição de expressão da consciência individual. Portanto, ideologia, discurso de outrem e consciência individual devem ser vistos como elementos implicados da palavra, elementos que preenchem qualquer palavra e que, em si e no conjunto, são capazes de tornar compreensíveis as palavras em seu significado e em sua significação enquanto sentido proposto, considerando-se ainda a importante questão do lugar de fala e dos discursos exteriores, dos signos sociais que vão determinar e modelar a consciência individual (GARCIA, 2009, p. 1).

Aumont (1995, p. 135) destaca que a produção de imagens sempre esteve associada à propaganda, informação, religião, ideologia, na qualidade de um de seus suportes fundamentais para a veiculação não só de ideias, como também de emoções e prazeres. O domínio simbólico da imagem, enfatiza, é capital na mediação entre leitor e realidade. Este domínio simbólico esteve sempre presente tanto nas imagens representativas e figurativas, como também, nas puramente simbólicas.

É fundamental pensar a função social da imagem, o papel que executa entre os agentes sociais, as peculiaridades presentes em sua produção, os propósitos

a que serve e a quem interessa sua veiculação. Tais respostas irão nos dar marcos para a sua contextualização histórica e cultural.

Lembremos, aqui, que estamos entendendo linguagem como alguma coisa que substitui outra e produz algum efeito em uma mente. Sendo um sistema de linguagem constituído de elementos gráficos – linha, forma, direção, cor, escala ou dimensão, dimensão e movimentos... – a imagem é uma representação que realiza a mediação simbólica necessária e inerente ao ser humano. Nessa linha de pensamento, somos seres simbólicos: entre eu e o outro se interpõe uma rede de signos que nos permite compreender o mundo e armazenar informações. É a linguagem que constrói a ponte necessária para percepções, emoções, orientações, ações, compreensões daquilo que chamamos realidade. Toda linguagem funciona como tal porque representa (símbolo), indica (índice) ou sugere algo (ícone): esta é, em termos sintéticos, a classificação peirceana do signo com relação ao objeto e terminologia que lançaremos mão no desenvolvimento de nosso estudo.

E por fim, a ideologia é, a rigor, mais que um conjunto determinado de mensagens no interior de uma sociedade: ela codifica e sedimenta certo estado mental, e, por isso mesmo, constrói uma realidade social. A ideologia, portanto, pode ser entendida como um conjunto de regras de produção de sentido, que orientam a matéria significante para ela produza este ou aquele efeito de sentido, esta ou aquela significação. Mais que um sistema de representações, a ideologia manifesta-se como a relação operacional de sentido que perpassa toda matéria significante.

Inexiste um lugar demarcável onde se possa distinguir o que é do que não é ideológico, exatamente porque ele atravessa todo o universo da linguagem. A ideologia é um nível de significação que pode surpreendida em qualquer tipo de mensagem, especialmente aquela que compõe o *corpus* de nossa pesquisa.

3.3 IDEOLOGIA E ESTÉTICA

Pode-se dizer, sem receio de errar, que o teor estético de qualquer manancial sógnico consiste em sua capacidade de alterar o *animus* do leitor, porque o leva a experimentar certas sensações que transcendem o mundo da realidade concreta e imediata.

Nos domínios da arte, a que tradicionalmente está vinculada a estética, se verifica, hoje, o quão a presença dos fatores sensíveis está associada à engrenagem ideológica. A ação artística, lembra-nos Arnold Hauser (1984, p. 93), tem por objetivo evocar e provocar nos seus ouvintes, espectadores ou leitores, emoções e exortações à ação ou à oposição. Daí se vê que as convicções que uma obra apregoa, os valores que defende, direta ou indiretamente, são também matéria a ser tratada esteticamente; os fatores ideológicos estão irremediavelmente ligados à tessitura da obra. Essa espécie de vontade que se quer universal, chamada de ideologia, está então inserida na estrutura estética de determinada obra.

É de propaganda, de tese e de tendências que se trata na arte, quando o autor exprime a sua convicção política, de modo que ela não se destaque dos elementos estéticos da obra (1984, p. 93).

O teor estético de uma obra pode ser identificado como elementos de força, que levam a obra a tanto alcançar níveis representação, como também, e simultaneamente, a persuadir. A obra artística nunca é apenas expressão, mas sempre também persuasão. A produção mágica da coisa, de que ocupam os processos de arte, sua carga energética exerce ação sobre o leitor, que busca a sua adesão. Este autor lembra, a este propósito, que a arte conserva também, como ideologia, o seu caráter de publicidade,

pois embora deixe de ser propaganda direta, glorificação dos poderosos e dos protetores, continua a ser um tipo de legitimação das suas prerrogativas de “desperdício evidente” e “ócio ostensivo”, que pertencem à natureza do artista e são propriedades das obras de arte, nomeadamente de produtos que se destinam a certa parte privilegiada da sociedade, a uma elite que dispõe dos meios necessários para a sua aquisição e gozo (1984, p. 98).

As considerações de Hauser acerca das relações entre ideologia e estética, no âmbito dos processos artísticos, revelam-nos o quanto os mecanismos estéticos se integram e se compõem com as orientações ideológicas. Sabemos, perfeitamente, o quanto a arte serviu e serve a diferentes propósitos políticos e ideológicos, especificamente se temos em mira a ação de governantes e poderosos, como é o caso aqui do cartaz que tomamos para análise nesta tese.

No âmbito da comunicação planejada, que objetiva alcançar a coletividade de forma rápida e fácil, o estético se converteu em recurso absolutamente indispensável para atingir grandes coletivos. Não se trata, por certo, de um movimento isolado, como os desenvolvidos em larga escala social por políticas estatais, mas de algo que invade a cultura por todos os espaços. Disso se deu conta Baudrillard, que deixou dito que a regra de nossos dias é estetizar tudo:

Estamos assistindo, além de ao materialismo mercantil, a uma semi-urgência de cada coisa através da publicidade, da mídia, das imagens. Até o mais marginal, o mais obscuro estetiza-se, culturaliza-se, musealiza-se. Tudo é dito, tudo se exprime, tudo toma força ou forma de signo. O sistema funciona não tanto pela mais-valia da mercadoria, mas pela mais-valia estética do signo (1996, p. 23).

Silva (2005, p. 247) chama a atenção para o fato de que o exercício de poder sempre necessitou do estético como um seu importante instrumento de legitimação. Acentua, ele, que o poder solicita a instauração da *sensação de poder*, na condição adjuvante indispensável para a construção da hegemonia. Sentimentos e sensações são articulados pelos governantes e poderosos para que confirmem maior brilho e excitação a coisas, valores, princípios, que sirvam para sua distinção e lhes garantam supremacia.

Nos tempos modernos, o conjunto da atividade política, a sustentabilidade do poder do Estado, as relações que os políticos travam com a comunidade, passam, inapelavelmente, pelas estratégias de

comunicação, e que fazem do estético um importante instrumento de disseminação política, como é o caso, aqui, do cartaz de guerra.

E tal articulação na cartazística de guerra só se torna perceptível, em seu alcance e efeitos, se pusermos a nu a arquitetura sógnica que ambienta a produção de efeitos estéticos e ideológicos.

Apresentadas algumas linhas gerais sobre o binômio tensão/intenção no cartaz de guerra, destacamos, no capítulo IV, os aspectos constituintes de uma gramática visual voltada a esse objeto de estudo.

Capítulo IV

UMA GRAMÁTICA VISUAL nos cartazes de guerra

“AGORA NÓS JÁ DISCUTIMOS A IMAGINAÇÃO NO TRATADO SOBRE A ALMA E NÓS CONCLUÍMOS LÁ QUE O PENSAMENTO É IMPOSSÍVEL SEM UMA IMAGEM”

ARISTÓTELES

Como gênero eminentemente imagético, o **cartaz**, que tratamos neste estudo, além de obedecer a certas regras de legibilidade, também requer em sua textura recursos persuasivos, construído por um produtor para conquistar seu leitor. Nele, uma cadeia de elementos verbais e não-verbais dispostos em sua superfície de papel é permeada por estratégias que na maioria das vezes passam despercebidas pelo leitor comum.

A composição de um cartaz pode influenciar a direção do olhar, a leitura e a apreensão da mensagem. Esse arranjo irá interferir no modo de interação entre o cartaz e o leitor. Com o propósito de compreender tal processo, buscamos verificar como as representações dos elementos não-verbais que compõem este gênero estão

estruturadas em anúncios impressos. Nosso *corpus*, composto de **cartazes** utilizados principalmente para o recrutamento de soldados, produzidos durante as grandes guerras mundiais, e recolhidos em vários *sites* especializados, servirá como suporte, auxiliando a compreensão da teoria que embasa nosso estudo. A gramática do *design* visual, proposta por Kress e van Leeuwen (2000), descreve três estruturas de representações básicas, que se subdividem e relacionam seus elementos diferentemente uma da outra: uma metafunção representacional (descreve os participantes em uma ação), uma interacional (descreve as relações sócio-interacionais construídas pela imagem) e uma outra composicional (que combina seus elementos). Para cada tipo de representação e suas subdivisões, foi selecionado um cartaz, que exemplifica o modo de organização dessa estrutura. Os autores demonstram que o código visual, assim como o da linguagem verbal, possui formas próprias de representação, constroem relações interacionais e constituem relações de significado a partir de sua composição, de sua arquitetura.

4.1 A gramática do *design* visual

Diferentemente dos teóricos tradicionais, que costumam se basear em aspectos “lexicais” das imagens, Kress e van Leeuwen (2000) trabalham uma “análise gramatical” das imagens. Pautam-se nas ‘teorias gramaticais verbais’, em especial nas metafunções da Linguística Sistêmico-Funcional, de Halliday, em que procuraram regularidades para compreender de que forma os diferentes modos de representação visual e de relações entre si se tornam padrões.

A Linguística Sistêmico-Funcional (LSF), desenvolvida por Halliday (1994), concebe a linguagem como um sistema de significados, que serve de suporte para analisar as ocorrências linguísticas, apresentando uma gramática baseada no

conceito de *uso* da língua para dar forma ao sistema¹⁶, sendo cada elemento explicado em relação ao seu papel no sistema linguístico. A LSF estuda a língua nos diferentes papéis sociais que ela exerce, na qual cada indivíduo realiza e constrói significados através das funções e relações disponíveis nos sistemas.

Halliday (1994) propõe três funções para a linguagem: (a) **ideacional** – função de representação das experiências do mundo exterior e interior; (b) **interpessoal** – expressão das interações sociais; e (c) **textual** – expressão da estrutura e formato do texto.

NA LSF a função **ideacional** especifica os papéis dos elementos, denominados participantes, na oração e codificando a representação do mundo. A função **interpessoal** se realiza no sistema do modo ou modalidade, e especifica funções como a de sujeito, a de predador, e o papel que têm na fala, codificando a relação interativa entre falantes. A função **textual** se realiza no sistema da informação ou tema, especificando as relações dentro do enunciado, entre enunciado e situação, codificando a mensagem. Essas três metafunções são realizadas simultaneamente na língua. Às vezes, uma delas é mais saliente que as outras, mas as três estão sempre presentes.

A partir das metafunções, Kress e van Leeuwen (2000) propõem uma **gramática do *design* visual**, que é hoje um dos estudos mais importantes na descrição da estrutura que organiza a informação visual nos textos.

Estes autores estabelecem princípios de equivalência entre a gramática da língua e a gramática visual. Isso não significa que as estruturas da língua e as

¹⁶ A gramática proposta por Halliday (1994) é chamada de Sistêmico-Funcional devido ao fato de levar em consideração questões relacionadas ao significado (base semântica) e ao uso (funcional) de uma determinada língua e por considerar a existência de uma rede de sistemas que constituem uma língua. Seus objetivos são descrever o sistema da língua e as formas pelas quais esse sistema se relaciona com os textos, sendo estes entendidos como instâncias reais da língua. Segundo Almeida (2002, p. 40) “o conceito de sistema é central na teoria sistêmico-funcional e diz respeito à forma como a linguagem é organizada.”

estruturas visuais sejam iguais¹⁷. A relação entre elas é ampla, no entanto possuem estruturas diferentes.

Vejamos os pontos de semelhança/equivalência em que Kress e van Leeuwen balizam os significados em seu sistema representacional, através das mesmas funções tais como propostas por Halliday:

Halliday	Kress e van Leeuwen	
IDEACIONAL	REPRESENTACIONAL	responsável pelas estruturas que constroem visualmente a natureza dos eventos, objetos e participantes envolvidos, e as circunstâncias em que ocorrem. Indica, em outras palavras, o que nos está sendo mostrado, o que se supõe esteja “ali”, o que está acontecendo, ou quais relações estão sendo construídas entre os elementos apresentados.
INTERPESSOAL	INTERATIVA	responsável pela relação entre os participantes, é analisada dentro da função denominada de função <i>interativa</i> (Kress e van Leeuwen, 2006), onde recursos visuais constroem "a natureza das relações de quem vê e o que é visto"

¹⁷ Em resposta às questões levantadas no início, Kress e van Leeuwen sintetizam, com base em análise de materiais impressos, que: (i) Os dois modos de comunicação verbal e visual não são e não fazem as mesmas coisas, uma vez que uma mensagem sendo expressa pela linguagem visual não comunica exatamente a mesma coisa quando expressa pela linguagem verbal. (ii) Verbal e visual não meramente coexistem, pois no meio impresso a função da linguagem visual mudou, passando de mero apoio comunicativo a veículo da informação mais importante. (iii) A forte interação entre esses modos pode causar efeitos de sentido na forma escrita, ou seja, a relação entre ambas as linguagens, a maneira como elas coexistem podem afetar a forma e a leitura da mensagem veiculada.

TEXTUAL	COMPOSICIONAL	responsável pela estrutura e formato do texto, é realizada na função <i>composicional</i> na proposição para análise de imagens de Kress e van Leeuwen, e se refere aos significados obtidos através da "distribuição do valor da informação ou ênfase relativa entre os elementos da imagem"
---------	---------------	---

Quadro 6 – As metafunções

A figura a seguir, apresentado por Almeida (2006), sintetiza bem todo o processo, mostrando claramente as relações de paridade, e que nos servirão como parâmetros em nosso trabalho de avaliação dos elementos presentes no cartaz e, conseqüentemente, contribuirão para que analisemos os efeitos estéticos que gera e sua orientação ideológica:

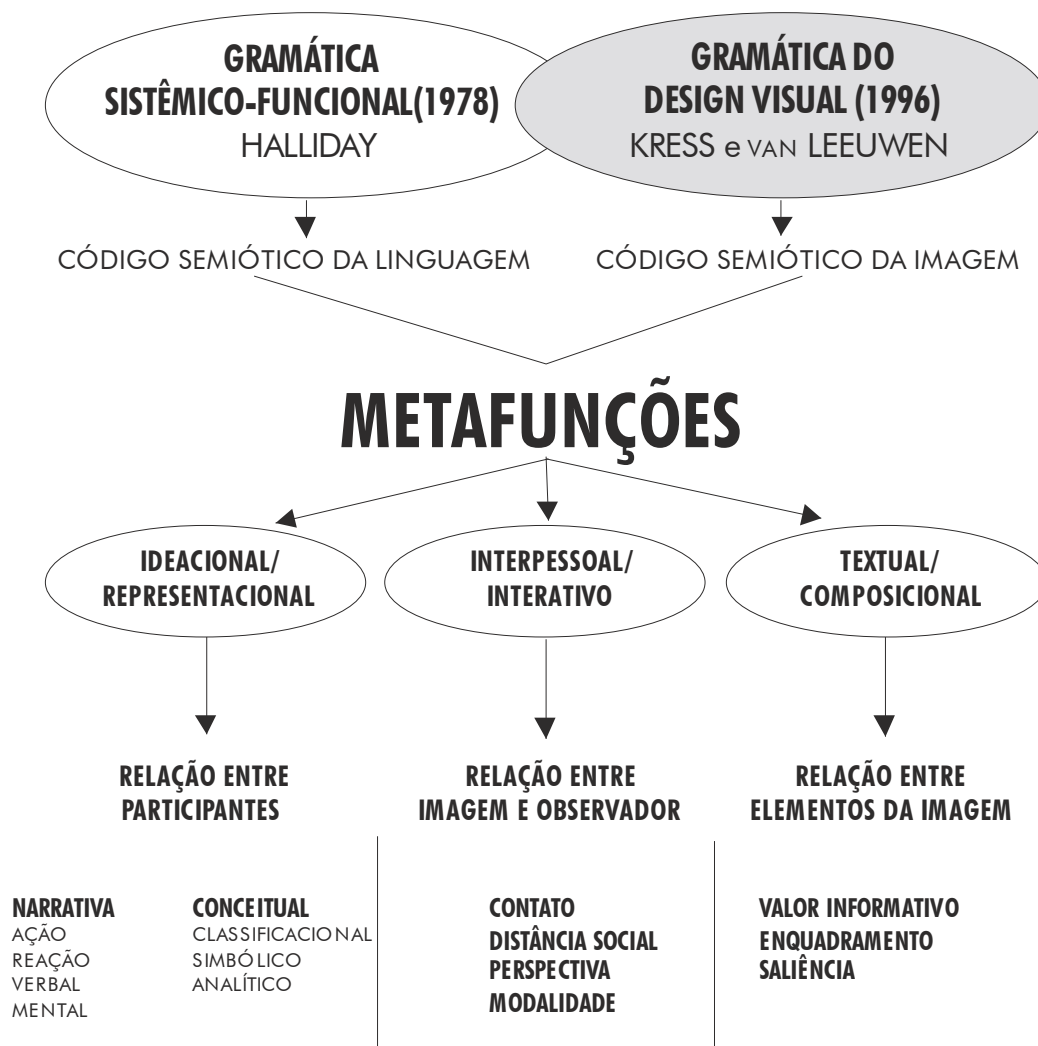


Figura 10 – A gramática visual (adaptação de ALMEIDA, 2006)

4.2 PRIMEIRO OLHAR: METAFUNÇÃO REPRESENTACIONAL

A **função representacional** é obtida nas imagens através dos **participantes representados**¹⁸ que podem ser pessoas, objetos ou lugares. Kress e

¹⁸ “No ato semiótico, os participantes podem ser categorizados em dois tipos distintos: como participantes *interativos*, “aqueles que falam, ouvem ou escrevem e lêem, produzem imagens ou as visualizam” (KRESS; VAN LEEUWEN, 2000, p. 44) ou participantes *representados*, “aqueles que são o sujeito da comunicação,

van Leeuwen subdividem esta função em estrutura **narrativa**, quando há a presença de vetores indicando que ações estão sendo realizadas, ou **conceitual**, quando existe uma taxonomia, uma classificação, onde os participantes representados são expostos como se estivessem subordinados a uma categoria superior. De outra forma, a primeira apresenta ações e eventos, enquanto a segunda representa participantes em termos de suas particularidades: de sua classe, estrutura ou significado. Definem, analisam ou classificam pessoas, objetos ou lugares.

4.2.1 Representações Narrativas

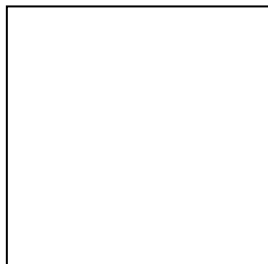
A sintaxe nas imagens depende da relação espacial entre os elementos representados. Os participantes podem estabelecer uma relação entre si, no que Kress e van Leeuwen chamam de representações **narrativas**, nas quais esses participantes se engajam em eventos e ações. Para eles, o que distingue uma proposição visual narrativa é a presença de uma ação, desempenhada por um **vetor**, de um traço que indique direcionalidade. De acordo com o tipo de vetor e com o número de participantes envolvidos, é possível perceber alguns processos narrativos: *ação, reação, processo verbal e processo mental*.

Novellino (2006), baseada em Kress e van Leeuwen, nos mostra uma forma de representar os elementos visuais, com linhas, setas e caixas. Na imagem, quando ocorre um processo de ação, ele é indicado por **vetores**. As linhas e as pontas das flechas indicam a direção do movimento dos participantes.

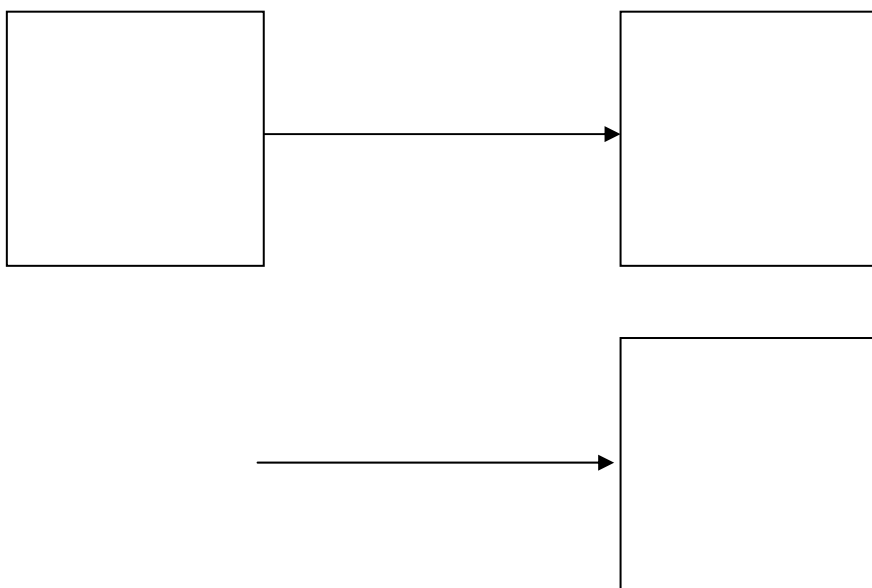
_____ ou _____→

ou seja, as pessoas, lugares ou coisas (...) representados na ou pela fala, ou escrita, ou imagem, os participantes *sobre* os quais falamos ou escrevemos ou produzimos imagens”. (ALMEIDA,2008,p.1)

O **vetor** é que realiza o processo de interação entre dois **participantes**. Os participantes (que são o assunto da comunicação – pessoas, lugares e coisas, concretas ou abstratas) são representados por uma caixa.



Graficamente poder-se-ia representar os participantes conectados por um vetor, cuja a direção determina aquele que faz e aquele a quem a ação é dirigida. “A ponta da flecha define a direção da ação, sendo a **meta (goal)** o participante a quem o vetor está direcionado, a quem a ação é feita e a quem a ação está direcionada”(KRESS; VAN LEEUWEN, 2000 *apud* NOVELLINO, 2006, p. 62). Os vetores colocam em relação o ator e sua meta. A estrutura visual poderia ser representada da seguinte forma:



No processo de ação, o **ator** é o participante do qual parte o vetor, além disso, ele é, geralmente, o participante mais saliente. Quando há apenas um **ator** em uma proposição narrativa visual, de modo que a ação não é direcionada a nada ou ninguém, tem-se uma **estrutura não-transacional**. A estrutura só apresenta o **ator** e não apresenta a **meta**, dispensando objetos.

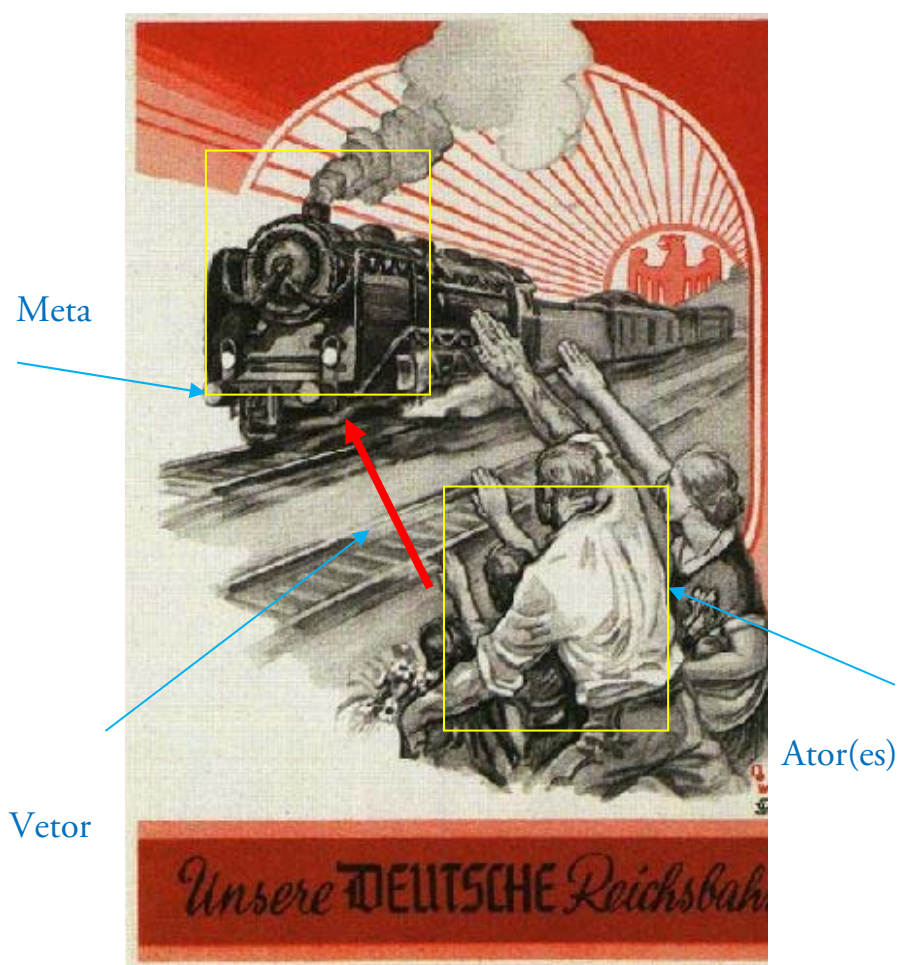


Figura 11 – Estrutura básica da gramática do design visual

Fonte: Calvin (2008)

Já quando há dois participantes, aquele a quem o vetor se dirige é a **meta**, a estrutura é chamada de **transacional**. De acordo com Kress e van Leeuwen (2000), em algumas estruturas transacionais, cada participante pode representar ora o papel

de Ator, ora o de Meta. Tal estrutura é chamada de bidirecional, e os participantes são chamados de **interatores (interactors)**.



Figura 12 - Ator - Estrutura não-transacional. Há apenas um participante, de modo que a ação é dirigida a nada ou ninguém
 Fonte: firstworldwar (2008)



Figura 13 - Ator→Meta - Estrutura transacional. Há dois participantes (ou mais) e o vetor se dirige a uma meta
 Fonte: worldwar1 (2008)



Figura 14 - Interatores – bidirecional. Estrutura transacional. Cada participante pode representar o papel ora de ator, ora de meta
 Fonte: firstworldwar (2008)

No momento em que uma ação estabelecida por um participante toma por ponto de partida o seu *olhar* rumo a alguém ou alguma coisa, configura-se um processo de reação no lugar de uma *ação*. O participante que olha é chamado de Reator, ao invés de *Ator*, e precisa obrigatoriamente ter traços humanos. Ele, portanto, se realiza através do vetor formado por uma linha de olhar, pela direção do olhar fixo de um ou mais participantes.

As reações também podem ser transacionais ou não-transacionais. As primeiras ocorrem quando é possível visualizar o alvo do olhar. O objeto de seu olhar é chamado de Fenômeno ao invés de *Meta*. Este pode tanto ser outro participante quanto uma proposição visual. Seguindo o mesmo princípio, se o ator olha para alguém ou alguma coisa não claramente especificada ou visualizada na composição imagética, em que é impossível identificar o alvo do olhar, dizemos se tratar de uma *reação não-transacional*. Neste caso há apenas um participante que olha.



Figura 15 - Reator –Transacional -

O alvo do olhar da menina é o pai, outro participante, que passa a ser o **fenômeno**

Fonte: firstworldwar (2008)



Figura 16 - Reator – Não-transacional – não é possível identificar o alvo do olhar do reator

Fonte: firstworldwar (2008)



Figura 17 - Reator – Processo transacional – o alvo do olhar é o leitor, o observador.
Fonte: world-war (2008)

Outro tipo de vetor pode ser encontrado em balões que representam falas ou pensamentos. Eles conectam um participante animado, que será o **dizente** no caso dos processos verbais e o **experienciador** no caso dos processos mentais, a determinado conteúdo. O que é falado é o **enunciado**. O que é pensado, o **fenômeno**.



Figura 18 - O participante animado é o **dizente**. A fala contida no balão é o **enunciado**.
Fonte: propagandaposters (2008)



Figura 19 - Quando o processo é mental, o sujeito que pensa é o **experenciador**, e o conteúdo do balão é o **fenômeno**.

Fonte: world-war(2008)

4.2.2 Representações Conceituais

Nas **representações conceituais** a presença de vetores não é percebida, como nas representações narrativas, pois não há a presença de participantes executando ações. As representações conceituais descrevem quem é o participante representado em termos de classe, estrutura ou significação. Kress e van Leeuwen propõem que essas representações conceituais ocorrem em um processo **classificacional**, em um processo **analítico** ou um processo **simbólico**.

A representação conceitual **classificacional** relata participantes que se apresentam em um grupo, definidos por características comuns a todos os sujeitos classificados, onde estão arranjados ou foram julgados como pertencentes ao mesmo grupo, à mesma classe. Há uma simetria na composição dos participantes na imagem que os relaciona como subordinados a uma categoria maior. Nela os participantes interagem uns com os outros de forma taxonômica, onde pelo menos um grupo de participantes atua como **subordinado** em relação a pelo menos outro participante, o **superordinado**.

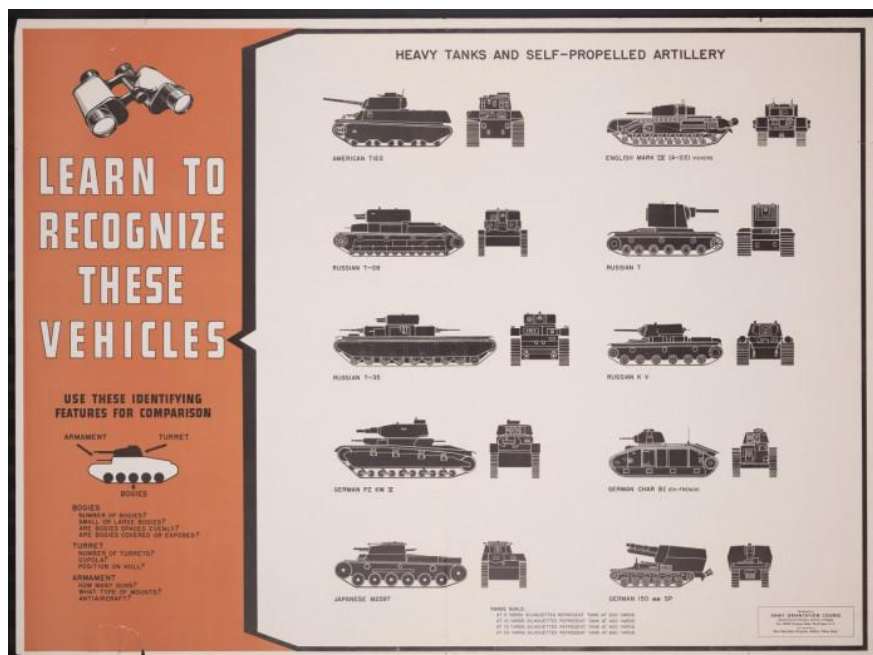


Figura 20 - Classificacional: Os participantes, diversos modelos de veículos de combate, fazem parte de uma categoria superior e mais abrangente: tanques de guerra
Fonte: [purl](#) (2008)



Figura 21 - Classificacional: Os participantes, armas, munições, fardamentos, fazem parte de uma categoria superior e mais abrangente: equipamentos de guerra
Fonte: [purl](#) (2008)

No processo conceitual analítico, os participantes se relacionam não através de ações que executam, mas através de uma estrutura que relaciona a parte e o todo. Nesse processo, são identificados dois participantes: um portador

(representado como o *todo*) e diversos atributos possessivos (representados como as *partes*). Construídas com base nessa relação, entre a *parte* e o *todo*, as estruturas conceituais analíticas se caracterizam por relacionarem o *todo* com o *portador* e as *partes* com os *atributos possessivos*. Elas podem ser classificadas como estruturadas, quando apresentam rótulos ou descrições sobre suas partes ou desestruturadas, quando não especificam a relação entre a parte e o todo.

As imagens que apresentam processo analítico possibilitam que os atributos possuídos pelo portador sejam examinados pelo observador livremente. Os autores ressaltam que, pelo fato de uma análise sempre implicar seleção, de acordo com os interesses do seu produtor, há a possibilidade do mesmo portador ser analisado em termos de atributos distintos.



Figura 22 - Processo analítico estruturado: o cartaz demonstra e descreve várias partes do todo. O avião é o portador, e suas partes (turbina, fuselagem etc) são atributos.

Fonte: digital.library (2008)



Figura 23 - Processo analítico desestruturado: o cartaz tem como portador o típico militar alemão, e os atributos, as várias possibilidades de uso de insígnias.

Fonte: digital.library (2008)

Nos **processos simbólicos**, os participantes são representados em termos do que significam ou são. Estabelecem a identidade do participante por meio de atributos que chamam a atenção através do tamanho, da escolha de cores, do posicionamento, do uso de iluminação, entre outros, constituindo o que Kress e van Leeuwen consideram uma relação entre o **portador** (carrier) e seus *atributos possessivos*. Subdividem-se em **atributivos e sugestivos**. No atributivo, o participante é realçado através do seu posicionamento dentro da imagem, tamanho exagerado, iluminação, nível de detalhamento, foco etc. Como característica do atributo simbólico, os autores definem a saliência, a presença de um gesto cuja função é tão somente a de apontá-lo para o observador, o aparente não pertencimento ao conjunto da imagem e a associação a valores simbólicos.



Figura 24 - Processo simbólico - atributivo -

são caracterizados pela presença de um *portador* (o participante cujo significado ou identidade é definido na relação representada) e um *atributo simbólico* (que representa o significado ou identidade por ele mesmo)

Fonte: Calvin (2008)



Figura 25 - Processo simbólico – sugestivo - Esse processo apresenta como características principais a falta de detalhes e a atribuição de significados por meio de uma atmosfera que, geralmente, é formada por uma tonalização ou iluminação específicas e o participante aparece, muitas vezes, como um contorno ou silhueta.

Fonte: gulib.lausun.georgetown (2008)

Nos processos **suggestivos**, há apenas um participante, o Portador, sendo que o significado simbólico deste é estabelecido por meio da mistura de cores, da suavidade do foco ou da acentuação da luminosidade, o que faz com que apenas o contorno ou a silhueta dos participantes seja apresentado. O valor simbólico aferido ao Portador é determinado pelo modo como se dá o obscurecimento dos detalhes. No caso dos processos suggestivos, tal identidade ou significado é apresentado como um traço intrínseco ao Portador, como sua essência. Concluindo sua categorização dos significados representacionais, Kress e van Leeuwen (2000) ressaltam que as imagens podem apresentar uma estrutura complexa, envolvendo mais de um processo e, neste sentido, mais de um nível estrutural.

4.3 SEGUNDO OLHAR: METAFUNÇÃO INTERATIVA

A função interativa estabelece estratégias de aproximação ou afastamento do produtor do texto em relação ao seu leitor (um participante que é exterior à imagem), buscando estabelecer um elo, imaginário, entre ambos. São apontados quatro recursos utilizados no processo: **contato**, **distância social**, **perspectiva** e **modalidade**.

4.3.1 O Contato

O **contato** é determinado pelo vetor que se forma, ou não, entre as linhas do olho do participante representado e o leitor (participante interativo). Kress e van Leeuwen mostram que existe uma diferença fundamental entre imagens nas quais o participante representado olha diretamente para os olhos do leitor. Quando o participante representado olha diretamente para o observador, convidando-o à

interação, efetua-se uma **demanda** por parte do produtor, que busca agir sobre o observador da imagem. É estabelecida uma relação imaginária de contato entre os participantes representados e o leitor (participante interativo). A identificação do tipo de relação pretendida pode ser feita a partir da expressão facial e dos gestos: se o participante, por exemplo, sorri, quer que o leitor estabeleça com ele uma relação de afinidade social; se olha de modo sedutor, quer que este deseje. O mesmo se aplica aos gestos. Um participante representado pode apontar o dedo para o espectador como se o chamasse, de forma imperativa: “*Ei, você aí*”. Como contraponto, para mantê-lo afastado, faz um gesto defensivo, como se dissesse “*fique longe de mim*”. O que é importante reconhecer é que a imagem exige uma resposta do observador, e dessa forma constrói para ele uma posição interpretativa que define quem esse observador é.



Figura 26 - Contato – Demanda – Sorriso = estabelecimento de afinidade
Fonte: firstworldwar (2008)



Figura 27 - Contato – Demanda – Olhar sedutor = volúpia
 Fonte: firstworldwar (2008)



Figura 28 - Contato – Demanda –
 Olhar firme, dedo apontando = “Ei, você, preste atenção!” ou “é com você que estou falando!”
 Fonte: poster.genstab (2008)

Por outro lado, se o participante representado não olhar diretamente para o observador, ocorre que ele deixa de ser o sujeito do ato de olhar para se tornar objeto do olhar daquele que o observa. Não há demanda, mas sim a **oferta**. O participante da imagem é oferecido ao observador como elemento de informação ou objeto para contemplação, de forma impessoal. Nenhuma relação é criada entre o observador e o participante da imagem.



Figura 29 - Contato – Oferta

Fonte: royalalbertamuseum (2008)



Figura 30 - Contato – Oferta

Fonte: library.geogetown (2008)



Figura 31 - Contato – Oferta
 Fonte: Calvin (2008)

4.3.2 Distância Social

A segunda categoria para os significados das imagens é a **distância social**. É a exposição do participante representado perto ou longe do leitor. A interação dos participantes representados na imagem cria uma relação imaginária de maior ou menor distância social entre estes e os observadores. Kress e van Leeuwen utiliza planos idênticos aos do cinema para a formatação de sua linguagem, mas três desses enquadramentos sintetizam bem essa relação: **plano fechado** (close shot), **plano médio** (medium shot) e **plano aberto** (long shot). O primeiro inclui a cabeça e os ombros do participante representado; o segundo, sua imagem até o joelho; e o terceiro corresponde a uma representação ainda mais ampla, incluindo, por exemplo, todo o corpo do participante. O enquadramento mais próximo, em plano fechado, representa os participantes de forma íntima, e permite a visualização de emoções, e à medida que vai ampliando, torna-se mais distante, mais estranho.



Figura 32 - Distância de proximidade – intimidade. participantes retratados em *close-up* ou *plano fechado*, cada detalhe de seu rosto e expressão facial é capturado, ajudando, pois, a revelar traços de sua personalidade e a nos tornar mais intimamente familiarizados.

Fonte: secondworldwarhistory (2008)



Figura 33 - Distância média – a distância estabelecida é intermediária, nem máxima, nem mínima.

Os participantes representados não são desconhecidos, mas também não são amigos íntimos.

Fonte: digital.library (2008)

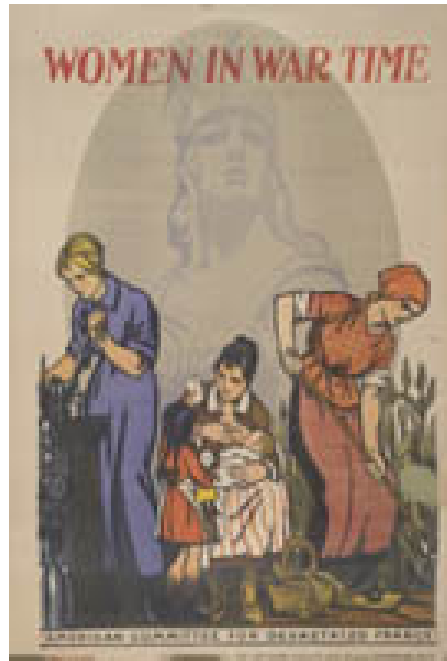


Figura 34 - Distância longa – Confere um caráter de impessoalidade, de estranhamento, como se fossem “tipos” e não indivíduos.
Fonte: royalalbertmuseum (2008)

4.3.3 A Perspectiva

A terceira categoria, a **perspectiva**, é o ângulo, ou ponto de vista, em que os participantes representados são mostrados. Três são as angulações básicas: *frontais*, *oblíquas* e *verticais*.

4.3.4 O Ângulo Frontal

O ângulo frontal sugere o envolvimento do observador com o participante representado. Esse ponto de vista o torna parte do seu mundo. A posição interpretativa que é criada para o observador é a de um sujeito que compartilha a visão dos produtores da imagem. Quando a imagem está no nível do olhar, a relação de poder é representada como igualitária.

4.3.5 O ângulo oblíquo

À medida que os planos deixam de ser tomados de frente, provocados por um deslocamento, a perspectiva torna-se oblíqua, mostrando o participante de perfil, estabelecendo uma sensação de alheamento, “deixando implícito que aquilo que vemos não pertence ao nosso mundo” (KRESS; VAN LEEUWEN, 2000 *apud* ALMEIDA, 2008, P. 4)



Figura 35 – Ângulo Frontal – envolvimento

Fonte: library.georgetown (2008)



Figura 36 – Ângulo Oblíquo – alheamento

Fonte: secondworldwarhistory (2008)

4.3.6 O ângulo vertical

Assim como no cinema, a câmara alta capta o objeto de cima para baixo. O produtor da imagem e o participante interativo exercem poder sobre esse objeto.

Na câmara baixa ocorre uma inversão de poder. O objeto ou o participante representado passa a deter o poder.

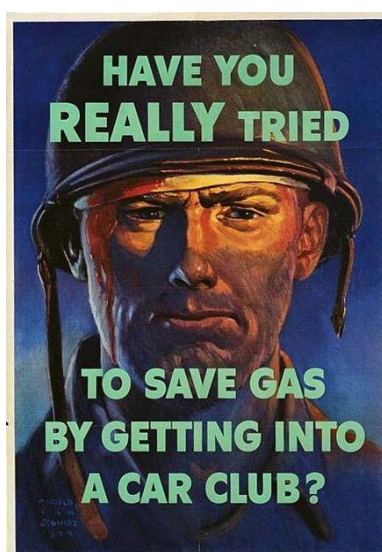


Figura 37 - Câmera no nível do olhar do observador – igualdade

Fonte: digitallibrary (2008)

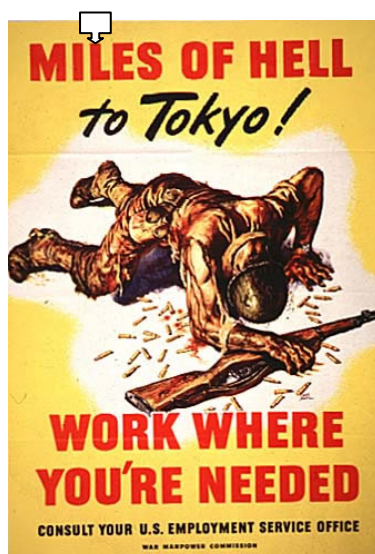


Figura 38 - Câmera alta - poder do observador

Fonte: library.northwestern (2008)



Figura 39 - Câmara alta - poder do observador – produtos são descritos como “ao alcance do observador”.
 Fonte: library.georgetown (2008)



Figura 40 - Câmara baixa - poder do participante representado. Celebridades são fotografadas desta forma, indicando seu poder simbólico sobre o observador
 Fonte: Calvin (2008)



Figura 41 - Câmara baixa - poder do participante representado.
 Fonte: digital.library.unt (2008)

4.3.7 A Modalidade

Por fim, o **conceito de modalidade**, que vem à tona através de diversos mecanismos modalizadores, torna possível a criação de imagens que representam coisas ou aspectos como se não existissem. Os mecanismos que permitem modalizar imagens são:

- **utilização da cor** – saturação/diferenciação/modulação da sombra à cor plena.
- **contextualização** – sugestão de profundidade – técnicas de perspectiva.
- **iluminação** – grande luminosidade até quase à ausência desta.
- **brilho** – luminosidade em um ponto específico.



Figura 42 – Utilização da cor – saturação

Fonte: library.northwestern (2008)

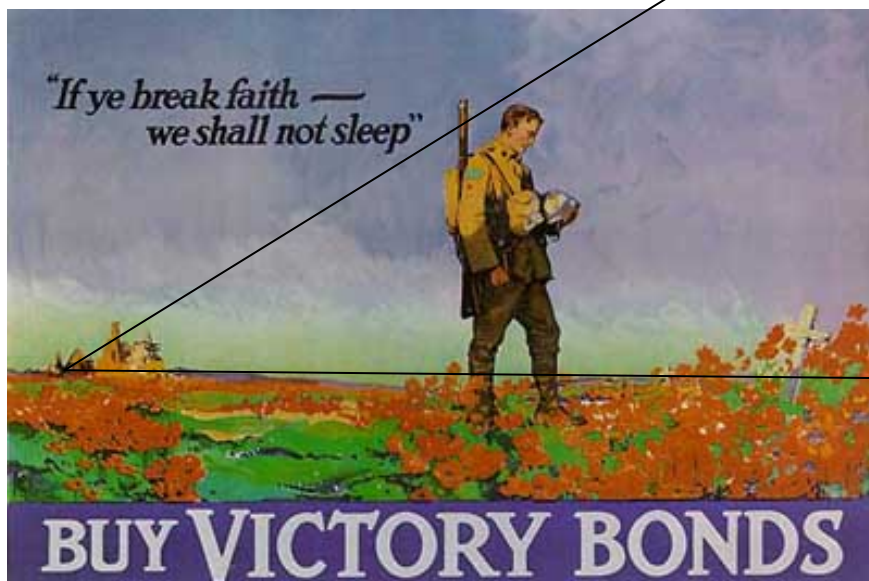


Figura 43 – Contextualização-perspectiva

Fonte: purl (2008)

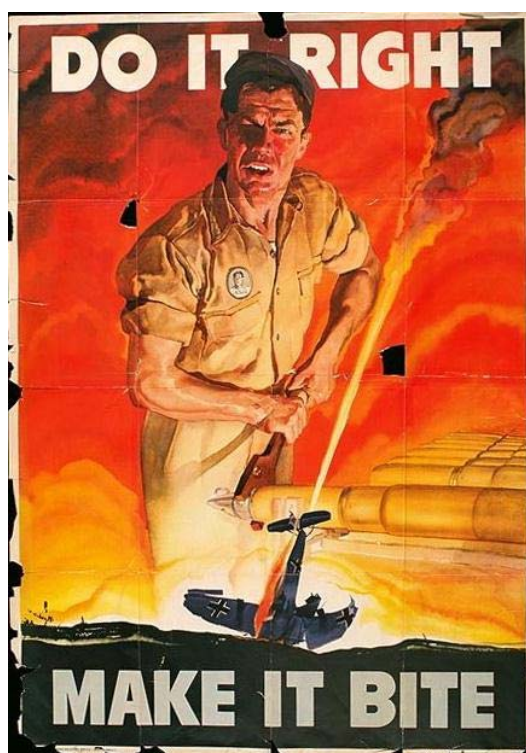


Figura 44 – Iluminação - grande luminosidade

Fonte: library.northwestern (2008)



Figura 45 – Brilho

Fonte: royalalbertamuseum (2008)

4.4 TERCEIRO OLHAR: METAFUNÇÃO COMPOSICIONAL

O papel da **função composicional** é organizar/combinar os elementos visuais de uma imagem, ou seja, integrar os elementos representacionais e interativos em uma composição para que ela faça sentido.

Os significados dos elementos de uma composição são explicitados através de três sistemas inter-relacionados:

- a. **Valor de informação** (Information value): o local que o participante e o espectador ocupam é dotado de certos valores informacionais de acordo com as várias zonas da imagem: direita e esquerda (polarização), topo e base (polarização), centro e margem (centralização);

b. **Saliência** (Saliency): os elementos são feitos para atrair a atenção do espectador em diferentes níveis: plano de fundo ou primeiro plano, tamanho, contrastes de tons e cores, diferenças de nitidez etc.;

c. **Estruturação** (Framing): a presença ou ausência de planos de estruturação (realizados por elementos que criam linhas divisórias, ou por linhas de estruturação reais) que conectam ou desconectam elementos da imagem, determinando se eles fazem parte ou não do mesmo sentido.

4.4.1 O Valor de Informação

O *valor de informação* de uma imagem, segundo Kress e van Leeuwen (2000 *apud* NOVELLINO, 2006, p. 82) é estabelecido pelo posicionamento dos elementos dentro da composição visual. A partir da estruturação em sua superfície, em áreas, *esquerda/direita; topo/base; centro/margem* – é possível perceber valorações pelo simples fato de estar numa dessas zonas.

Segundo Kress e van Leeuwen (2000 *apud* NOVELLINO, 2006, p. 82) os elementos posicionados no lado esquerdo são apresentados como **dado** e os posicionados à direita são o **novo**. É considerado dado porque contém informações já fornecidas e compartilhadas, portanto, já conhecidas pelo leitor, como algo que lhe é familiar, portanto, anteriormente estabelecido como ponto de partida da mensagem. Os elementos posicionados no lado direito, no entanto apresentam alguma informação nova, que pode não ser completamente conhecida pelo observador da imagem, ou apresentar algum dado ao qual se deva prestar atenção de forma especial. Isso é denominado elemento **novo**.

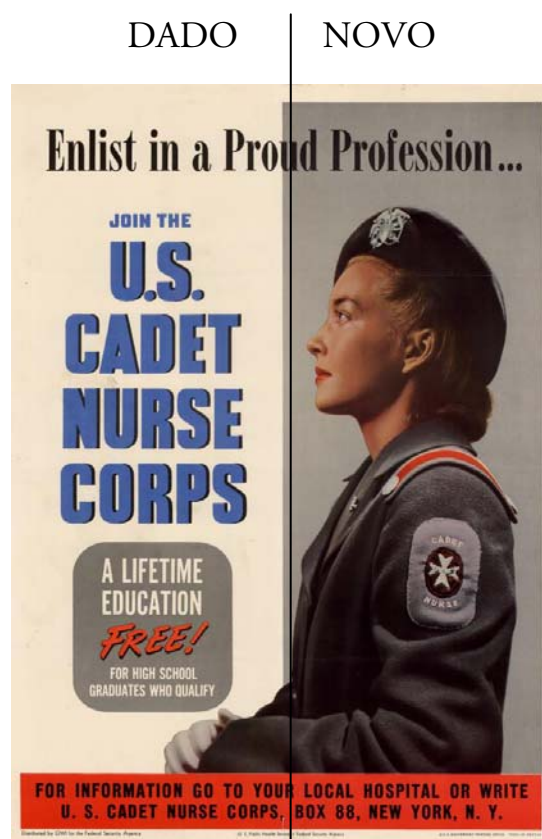


Figura 46 – O **dado** é a informação já conhecida: “US CADET NURSE CORPS”, e o **novo**, a que devemos prestar atenção é a fotografia da cadete.

Fonte: digital.library (2008)

O posicionamento do elemento na parte de superior é chamado de **ideal**¹⁹ – e na parte inferior se encontra a parte **real**, que se opõe à ideal, por apresentar a informação concreta, prática, mais verdadeira. Além disso, quando elemento está posicionado no lado no centro, ele é chamado de elemento **central** e nas margens, de **marginal**. Se estiver no centro, ele será o núcleo da informação, enquanto os elementos que o rodeiam apresentarão valor menor, ou de dependência ou de subordinação em relação ao elemento central.

¹⁹ A parte superior, chamada de **ideal** pode vir a ser a parte ideologicamente mais saliente.



Figura 47 – Valor de Informação – ideal x real

Fonte: [firstworldwar](http://firstworldwar.com) (2008)

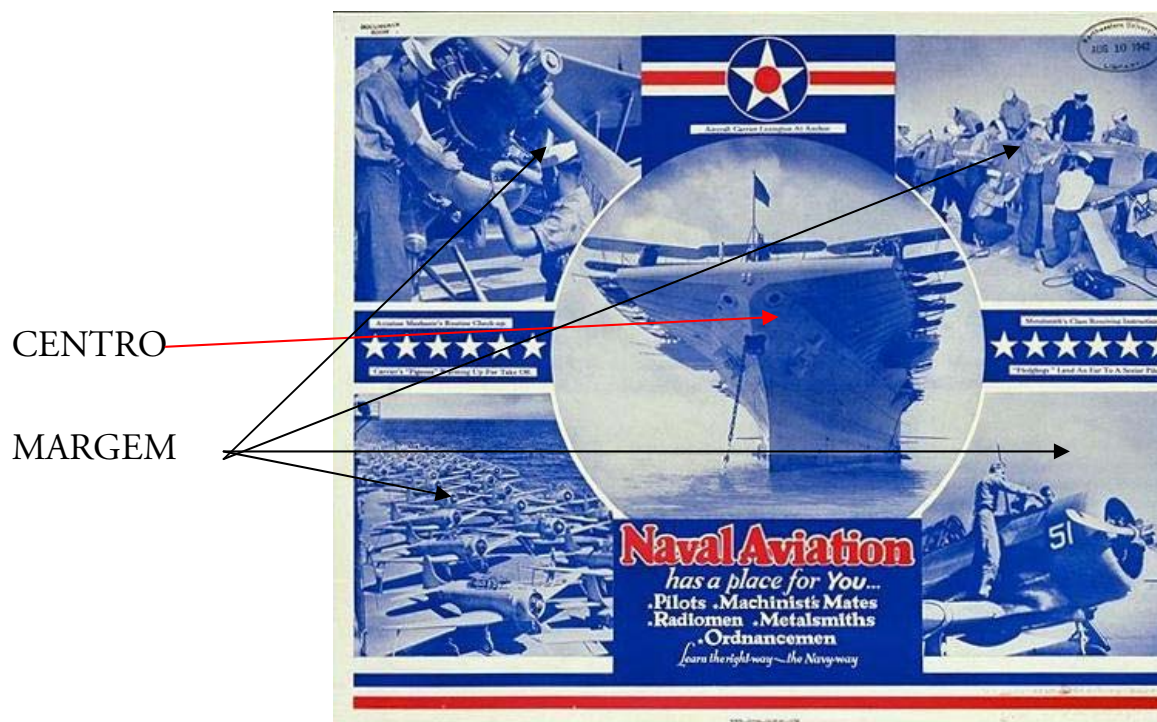


Figura 48 - - Valor de Informação – centro x margem

Fonte: [library.northwestern](http://library.northwestern.edu) (2008)

4.4.2 Saliência

A **saliência** se refere à ênfase maior ou menor que certos elementos recebem em relação a outros na imagem, ou importância hierárquica. Faz com que eles chamem mais a atenção do observador. A importância é construída através de intensificação ou suavização de cores, contraste, brilho, superposição, entre outros artifícios.²⁰



Figura 49 - Saliência – brilho chama atenção para a margem
Fonte: library.northwestern (2008)

²⁰ Isso faz com que esses elementos detenham "maior ou menor importância informativa" na totalidade da imagem, pois alguns serão mais ou menos realçados, aumentando ou diminuindo assim seu valor na composição.



Figura 50 - Saliência – O soldado em primeiro plano chama a atenção do observador primeiramente

Fonte: third-reich-books (2008)

4.4.3 Estruturação

A **estruturação** se refere à presença ou não de objetos interligados. Nela as estrutura visuais estão representadas como identidades separadas ou que se relacionam, e é realizado por linhas divisórias que "conectam ou desconectam partes da imagem" e que mostram o ponto de vista através do qual a imagem foi criada.

Na ótica de Kress e van Leeuwen, segundo Almeida (2008, p. 8),

“a *conexão* é criada toda vez em que as conjunturas que marcam as unidades distintas dos textos visuais estão *ausentes*. Diz-se, então, que a imagem possui uma *estruturação fraca*, já que os seus elementos estão interligados em um fluxo contínuo, através de cores e formas semelhantes, vetores

conectivos, ou seja, em função da ausência de linhas de *estruturação*, o que evoca um sentido de identidade de grupo.”



Figura 51 – Estruturação Fraca – Conexão – O fundo ajuda a compor a imagem.
Espaços vazios fazem parecer que os elementos estão interligados.
Fonte: firstworldwar (2008)

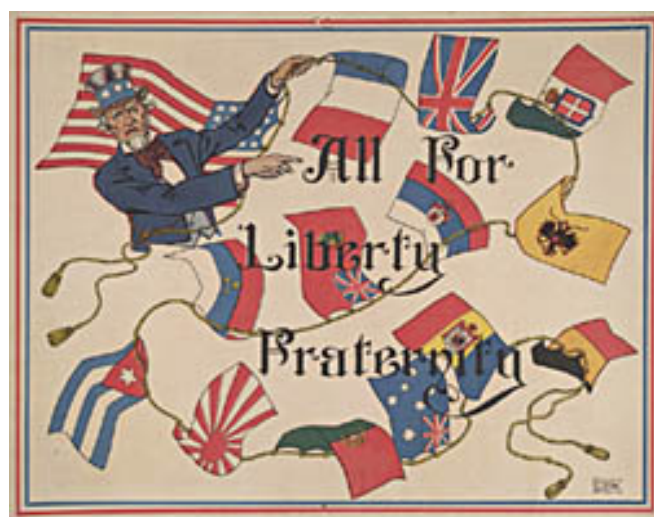


Figura 52 – Estruturação Fraca - Conexão – O fundo ajuda a compor a imagem, a corda interliga os elementos.
Fonte: purl (2008)

Por outro lado, a *desconexão* é criada pela presença de *estruturação*, quando os contrastes de cores e de formas estão salientados, imprimindo, assim, um sentido de individualidade e diferenciação à imagem (*estruturação forte*).

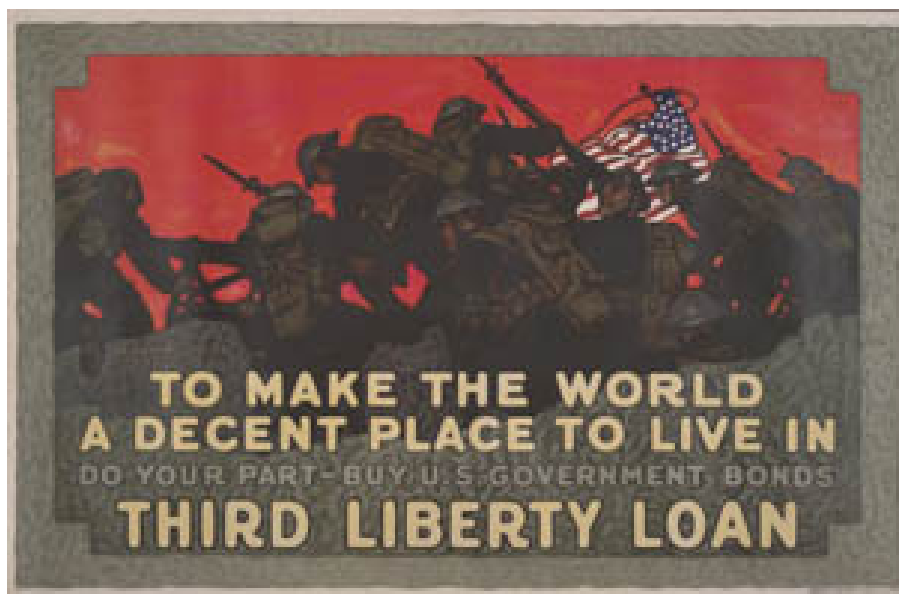


Figura 53 – Estruturação Forte - Desconexão – A cor proporciona um contraste, que reforça o sentido de individualidade e destaque à bandeira.

Fonte: purl (2008)

De forma resumida, apresentamos tabela contendo a estrutura básica das metafunções, contendo seus principais elementos, que nos é por PETERMANN (2006):

FUNÇÃO REPRESENTACIONAL: Representação das experiências de mundo por meio da linguagem	Estrutura narrativa (Ação transacional, Ação não-transacional, Reação transacional, Reação não-transacional, Processo mental, Processo verbal); Estrutura conceitual (Processo classificacional, Processo analítico, Processo simbólico);
---	---

FUNÇÃO INTERATIVA: Estratégias de aproximação/afastamento para com o leitor	Contato (Pedido – Interpelação ou Oferta) Distância Social (social, pessoal, íntimo) Perspectiva (objetividade ou subjetividade) Modalidade (valor de verdade);
FUNÇÃO COMPOSICIONAL: Modos de organização do texto.	Valor de Informação (Ideal – Real, Dado – Novo) Saliência (elementos mais salientes que definem o caminho de leitura) Estruturação (o modo como os elementos estão conectados na imagem).

Quadro 7 – Estrutura básica da gramática do design visual

Para finalizar este segmento, uma constatação inevitável: pode-se perceber, sem grandes dificuldades, que o arsenal de configurações/categorizações trabalhadas por Kress e van Leeuwen indicam, em boa parte delas, potencialidades estéticas: formalizações que, ao se dirigirem ao olhar, manifestam sensações causadas em quem as observa. É evidente que os autores não compuseram as relações de isonomia entre operações linguísticas e icônicas preocupados, diretamente, em explorar efeitos sensíveis; essa, porém, parece ser uma contingência específica que toca a todos os estudiosos que se inclinam sobre o território das imagens.

No capítulo seguinte, e munidos das ferramentas teóricas e da grade de procedimentos analíticos desenvolvidos ao longo do estudo, daremos início à análise de nosso *corpus*.

Capítulo V

CARTAZES DE GUERRA: análise

“Lo importante es recordar que donde hay elección hay significado.”

Roman Jakobson

“uma imagem vale por mil palavras...”

mas tente dizer isto sem utilizar uma palavra”

Millôr Fernandes

5.1 A FERRAMENTA DE GUERRA

O cartaz como ferramenta de propaganda, principalmente política, foi bastante utilizado a partir das grandes guerras mundiais. Nesse contexto, era necessário disseminar a idéia do embate belicista para a população de cada país em confronto. Com esse objetivo, vários profissionais ligados à propaganda comercial foram chamados para produzi-los. As soluções empregadas para a propaganda de guerra vinham sempre do arsenal argumentativo utilizado pela propaganda comercial (BARNICOAT, 1996, p. 222), mas a partir dos anos 1919 o cartaz aparece como peça política propriamente dita, e sua linguagem estabeleceu um caminho inverso ao do comercial. As novas configurações aí surgidas passaram a ser utilizadas pelo comércio. Vários artistas de vanguarda que participaram desse processo, viram no *design* do cartaz de guerra uma maneira de estender a arte para a vida moderna. Tais artistas abusaram dos recursos tipográficos tradicionais, exploraram a imagem, inclusive a fotografia, como forma objetiva de ilustração e realizaram várias interferências na imagem para obter e transmitir novos significados. Os artistas subverteram as modalidades de composição vigentes, destruindo e reagrupando suas imagens por meio de montagem que viria a se tornar um novo, importante e

expressivo recurso de comunicação. O fato de construir cartazes para a guerra foi uma verdadeira oficina para esses profissionais. Muitas soluções gráficas inovadoras apareceram nesse período.

A peça que selecionamos para análise (Figura 55), com a aplicação das categorias e conceitos de Peirce, Kress e van Leeuwen (2000), foi produzida por Alfred Leete. A ilustração foi inicialmente publicada em 1914, na revista semanal *London Opinion*. Essa ilustração foi posteriormente adaptada pelo Comitê Parlamentar Recrutamento e usada como um pôster para ajudar a recrutar soldados para lutar pela Grã-Bretanha na I Guerra Mundial. Este trabalho ensejou várias imitações, inclusive uma norte-americana, feita por J. M. Flagg.

Considerando que a semiótica de Peirce está alicerçada na fenomenologia, havendo, dessa forma, signos de primeiridade (que mantêm relação consigo mesmo), secundidade (que mantêm relação com o objeto) e terceiridade (que mantêm relação com o interpretante), iniciamos a análise pelo fundamento do signo. Em seguida, passamos para a análise do signo com o objeto, para, finalmente, analisarmos o interpretante. Neste trabalho, observamos o cartaz a partir das três tricotomias mais conhecidas de Peirce: quali, sin e legi-signo; ícone, índice e símbolo; rema, dicente e argumento. E num segundo momento, a análise a partir da sintaxe, conforme proposta por Kress e van Leeuwen.

5.2 AS FORMAS DE REPRESENTAÇÃO DO CARTAZ: UMA ANÁLISE SEMIÓTICA PEIRCEANA

Mesmo tendo em mente que a imagem deve atuar como elemento de significação no cartaz, não devemos esquecer que esta função leva em conta todos os outros elementos presentes na sua composição. Devemos ter consciência de que a imagem não está em cena para ser somente a principal atração. O que temos são relações de linguagens estabelecidas entre a imagem e os outros signos da encenação: visuais e verbais.

Para reconhecer o cartaz como elemento de significação, é preciso entender que a percepção humana funciona através da seleção e organização de estímulos que recebe. No plano da comunicação planejada, a seleção e organização de estímulos é deliberadamente engendrada por um autor, e controlada em seu alcance e possível eficácia.

O exercício de olhar, o de examinar minuciosamente e o de interpretar são centrais no processo investigativo peirceano. Essas três atividades demonstram que um fenômeno começa a partir de um estado de consciência, ainda que internamente, seguido de uma percepção daquilo que está fora dele e da instauração de uma ordem para ele seja compreendido. Essa ordenação peirceana pode ser assim caracterizada:

A categoria da primeiridade é a consciência imediata, apenas a própria qualidade de sentir e ser. A consciência está desobrigada de julgamentos, é quase imperceptível, apenas sensória e quando nos damos conta já a perdemos. É a categoria mais abstrata. Não há nada que a determine anteriormente. Portanto, é a qualidade da sensação (não do sentimento). Ontologicamente, a primeiridade se traduz em uma infinidade de causas que podem determinar algo *a posteriori*.

A categoria da secundidade é estabelecida, sempre, numa relação de dualidade, de reação, de dependência entre dois elementos. É a ação de um sentimento que atua sobre nós e nossa reação específica a um estímulo deflagrado anteriormente (a primeiridade). A partir do momento que interagimos com um fenômeno, direta ou indiretamente, estamos percebendo a presença dos estímulos com os quais interagimos a todo momento. Cria-se, então, a condição para se tornar discernível, condição fundamental para o objeto se tornar cognoscível. Do ponto de vista ontológico, a secundidade é a existência concreta, aquilo que deixou de ser uma possibilidade (primeiridade) para vir a ser.

A categoria da terceiridade, por sua vez, é um julgamento lógico, em que reconhecemos o signo dentro de uma lei que o rege e representa algo, que permite a

cognoscibilidade. Nosso pensamento é construído através das interações entre os signos. Um signo só pode ser explicado através de outro e assim criamos uma cadeia de associações.

As três categorias apresentadas operam juntas e estão presentes no signo, mesmo que uma delas seja predominante.

Para explicarmos como essas categorias peirceanas se apresentam na peça selecionada, observemos o cartaz de Leete (figura 55), produzido a partir da ilustração publicada na revista *London Opinion* (figura 54a).



Figura 54a - Publicação original na revista
London Opinion
Fonte: world-war.pictures (2008)



Figura 54b - Recorte da ilustração
Fonte: printaustralia (2008)



Figura 55 – Cartaz de Leete, Lord Kitchener, o secretário da Guerra, de cujo olhar é impossível escapar
Fonte: gguerras.wordpress (2008)

Na ilustração original, a imagem de um militar, caracterizado, com seu quepe e farda, espesso bigode, que aponta. A mesma ilustração foi reproduzida no cartaz.

A ilustração é uma representação singular, e retrata Lord Kitchener, secretário de Guerra, que era uma figura muito conhecida na Inglaterra, não só por causa do seu espesso bigode, seu quepe e as insígnias militares, como por seu papel na pasta da guerra. Essas são características indiciais típicas da secundidade. Na primeiridade, observaremos os seus aspectos icônicos, como a representação em preto e branco, as cores e texturas, as tonalidades cinzas, as formas irregulares e as qualidades presentes na ilustração, como autoridade e determinação. Através da terceiridade, teremos contato com o valor simbólico, com o contexto da imagem que representa o momento da solicitação de apoio, o clamor pela adesão, o idealismo inglês, o patriotismo. Na época em que a ilustração foi reproduzida, em 1914, o valor simbólico desta imagem era tão grande, que Lord Kitchener foi considerado herói em toda Grã-Bretanha. O governo, aproveitando-se disso, usou sua imagem para realizar o processo de recrutamento. Neste sentido, observamos que um objeto pode ser ao mesmo tempo primeiridade, secundidade e terceiridade.

5.2.1 As tricotomias

Quanto à primeira tricotomia: este cartaz, como todo e qualquer outro signo, é um **quali-signo** na medida em que apresenta cores e formas a serem percebidas como algo (*representamen*). A imagem reproduzida pela tinta em sua versão impressa é **sinsígnica** enquanto exemplar único (no papel). Se esse *representamen* for capaz de significar não apenas uma imagem específica do militar que aponta solicitando adesão não a um único cidadão inglês, mas a todos os cidadãos ingleses, torna-se então um **legi-signo**. Como se pode ver, um signo pode acumular categorias dependendo da forma como ocorre o processo de semiose.

Quanto à segunda tricotomia: essa ilustração representa o Lord Kitchener, um militar inglês por semelhança. A palavra "BRITONS", por exemplo, não se assemelha em nada ao objeto representado na ilustração. Já a ilustração, certamente, é um **ícone** por essa relação de similaridade entre *representamen* e objeto. Por outro lado, essa é uma imagem produzida por um desenhista. Ainda que de forma mediata, há uma relação física (indicial) entre o objeto e o *representamen* (já que a ilustração, que se utilizou de um suporte, tintas e pincéis, que sofreu o processo físico de pintura, depois de impressão gráfica, até se tornar essa imagem que se vê). A imagem, assim, **indica** a existência material de um militar famoso, na Inglaterra. Além de índice, essa imagem do Lord Kitchener pode significar uma característica de seu povo: trata-se de um suposto herói. A ilustração pode representar para alguém o próprio defensor do país, tornando-se, nesse caso específico, um símbolo, isto é, uma representação abstrata, convencional, de algo. De novo encontramos a riqueza compósita e interpretativa das categorias peirceanas.

A mais complexa e racional categorização dos signos – a **terceira tricotomia** – refere-se à relação entre *representamen* e *interpretante*, donde emergem o *rema*, o *dicente* e o *argumento*. O **rema** engloba o que na lógica formal se chama de termo, isto é, um enunciado impassível de averiguação de verdade, descritivo como um nome ou palavra. A palavra "BRITONS", isolada e fora de qualquer contexto, é certamente um rema.

Caso faça parte de uma assertiva qualquer, classifica-se como **dicente** (ou dicissigno). Ao contrário do rema, o dicente parece pedir confirmação de veracidade: "BRITÂNICOS/TU/JUNTA-TE AO EXERCÍTO DO PAÍS". O dicente, enquanto secundidade, é altamente informativo – ainda que exija averiguação, na medida em que não fornece os motivos pelos quais afirma alguma coisa. Se o fizesse, já não seria dicente, mas um **argumento**.

Enunciados encadeados de forma a evidenciar a condição de verdade de uma conclusão, ou seja, discursos de caráter persuasivo ou silogismos formais, são exemplos de **argumentos**. No nosso caso, por exemplo, o raciocínio é o mais formal possível. Trata-se do silogismo:

- NA PREMISA MAIOR, teríamos: "A pátria ameaçada tem um herói, o Lord Kitchener;
- NA PREMISA MENOR: "você é (ou quer ser) um herói";
- CONCLUSÃO: Você deve se alistar no exército (você pode ser um herói como Lord Kitchener).

O cartaz em questão se enquadra, portanto, e por seu nível de complexidade, entre os classificados por **argumento**. Para deixar evidenciadas as operações do ponto de vista de sua engrenagem visual (indispensável para a explicação de sua condição **argumentativa**, aos moldes peirceanos) analisaremos o cartaz de Leete a partir da gramática do *design* visual. Considerando que por ser uma teoria muito abstrata, a semiótica só permite, segundo Santaella (2005), mapear o campo das linguagens nos vários aspectos que a constituem. Devido a essa generalidade, a sua aplicação demanda um diálogo com teorias mais específicas dos processos sógnicos que estão sendo examinados. Não se pode fazer a análise da peça sem algum conhecimento de sintaxe visual ou de *design*. A teoria de Kress e van Leeuwen vem, precisamente, preencher esta lacuna.

5.3. A ANÁLISE GRAMÁTICA VISUAL

No cartaz, o participante representado na imagem olha diretamente para o observador. Forma-se um vetor que liga o olhar daquele a este. Assim, o participante representado (Lord Kitchener) dirige-se ao observador, convidando-o à interação. O participante representado exige do observador algum tipo de reação

emocional. O Lord é apresentado em *close-up*, o que ressalta o impacto da expressão facial. Os olhos estão abertos, com o dedo indicador em riste, apontado diretamente para o observador, sugerindo uma expressão imperativa, que busca agir sobre quem vê a imagem. Como resultado desse tipo de configuração, um vínculo é estabelecido entre o participante representado e o interativo. O ato de apontar o dedo para o espectador é como se o chamasse “*ei, você, venha para as forças armadas britânicas*”. O texto enfatiza um elemento dramático da imagem, que faz com que o observador tenha sua atenção apreendida e se sinta compelido a ler o texto. O produtor usa a imagem para impor algo ao leitor. Este tipo de imagem é denominado **demanda**. Algo é solicitado ao observador, numa posição que pede sua total atenção.

Lord Kitchener, o participante representado, é mostrado na ilustração em um *close-up*, pois apenas o seu rosto e um dos braços são mostrados. A análise da função interacional mostra que o participante representado está olhando para o leitor. É um processo reacional transacional, pois é possível perceber que ele dirige seu olhar para o observador. A disposição vetorial para demonstrar a reação pretendida pelo artifício sínico indica que saem dos olhos da efígie da seguinte forma:



Figura 56 – Processo reacional
 Fonte: gguerras.wordpress (2008)

A perspectiva dada pelo ilustrador é a de um ângulo frontal, que situa Lord Kitchner e o observador (participante interativo) alinhados um com o outro em um modo de máximo confronto, fazendo com que possa surgir grande envolvimento. Na ilustração, além do participante estar envolvido num processo reacional, que é eminentemente interacional, dá margem para a existência de uma representação conceitual analítica, pelo fato de apresentar um vestuário militar (quepe e farda). Nessa representação o participante passa a ser o *Carrier*, ou portador de atributos. Mas, como são excludentes, não devem ser considerados.

Quanto à perspectiva, trata-se de uma imagem feita em um ângulo frontal, – e horizontal – o que projeta a figura do participante, representado como parte do mundo do observador. Esse efeito é amplificado pelo enquadramento em *close-up*, como já dissemos. A posição construída para o observador é, então, a de alguém que sente familiaridade, empatia com o participante. Também possui uma

correspondência com o ângulo vertical empregado na imagem – tomada ao nível dos olhos – que poderia sugerir igualdade de poder entre o observador e o sujeito que o contempla, entretanto, é difícil imaginar que uma figura com aspecto tão ameaçador e intimidador possa estar em pé de igualdade com o observador. Por isso, com a postura impositiva, ocorre a predominância sobre o observador: passa-se, aí, a sensação de imposição, de poder.

Portanto, Lord Kitchener, em tempos de guerra, convida o observador a juntar-se a ele em seu mundo, forçando-o a emitir uma resposta emocional, seja de adesão, seja de repulsa contra a guerra. Essas respostas emocionais definem uma posição discursiva para o observador, determinando sua identidade e seu modo de participação no simulacro sógnico do cartaz. Caso ele adote uma leitura de adesão, e se apegue a sua posição discursiva no mundo real, ele se sentirá seduzido pela imagem, pelo apelo lá estabelecido. Passará, então, a ser uma personagem do jogo semiótico. Caso adote a posição de não-adesão, ele pode resistir e negar a identificação com o ponto de vista proposto pela imagem.

A propósito da função composicional, podemos observar que a análise pode ser feita em termos do valor da informação nele contido, caso esteja em posição superior na imagem, *Top*, ou posição inferior, *Bottom*. O cartaz contém, além da ilustração, o seguinte texto: **BRITÂNICOS/ TU/ JUNTA-TE AO EXÉRCITO DO PAÍS!** Traçamos uma linha divisória entre o título do cartaz – **BRITONS** (Britânicos) – que está posicionado na parte superior da imagem, que contém a informação *ideal* (associação de idéia ao conceito de país, de nação), e a parte inferior, que contém a informação *Real*, **TU/ JUNTA-TE AO EXÉRCITO DO PAÍS!** (cobrança de adesão). Portanto, quando se diz que uma informação é *Ideal*, é porque um dos elementos foi posto na parte superior da imagem, e esse elemento é apresentado como tendo a informação idealizada ou com uma natureza generalizada.

Para Kress e van Leeuwen, a posição superior é a parte mais saliente, a que chama mais a atenção do observador.



Figura 57 – Top (acima) = ideal - Bottom (abaixo) = real

Fonte: gguerras.wordpress (2008)

No cartaz, sem o recorte estabelecido na figura 57, observamos que a saliência obtida pelo título **BRITONS** (*Britânicos*) foi estabelecida pelo formato grande das letras, escrito em negrito e na cor vermelha. Sua função é captar a atenção do leitor e, ao fazê-lo, conduzi-lo ao texto seguinte, numa escala de hierarquia menor (**TU/JUNTA-TE AO EXÉRCITO DO PAÍS!**). Os valores de informação podem apresentar maior ou menor escala, e até mesmo não apresentar escala alguma. A imagem do Lord Kitchener passa a conectar de alguma forma a informação ideal e real, ou centro e margem. Ele passa a ser o **mediador**.

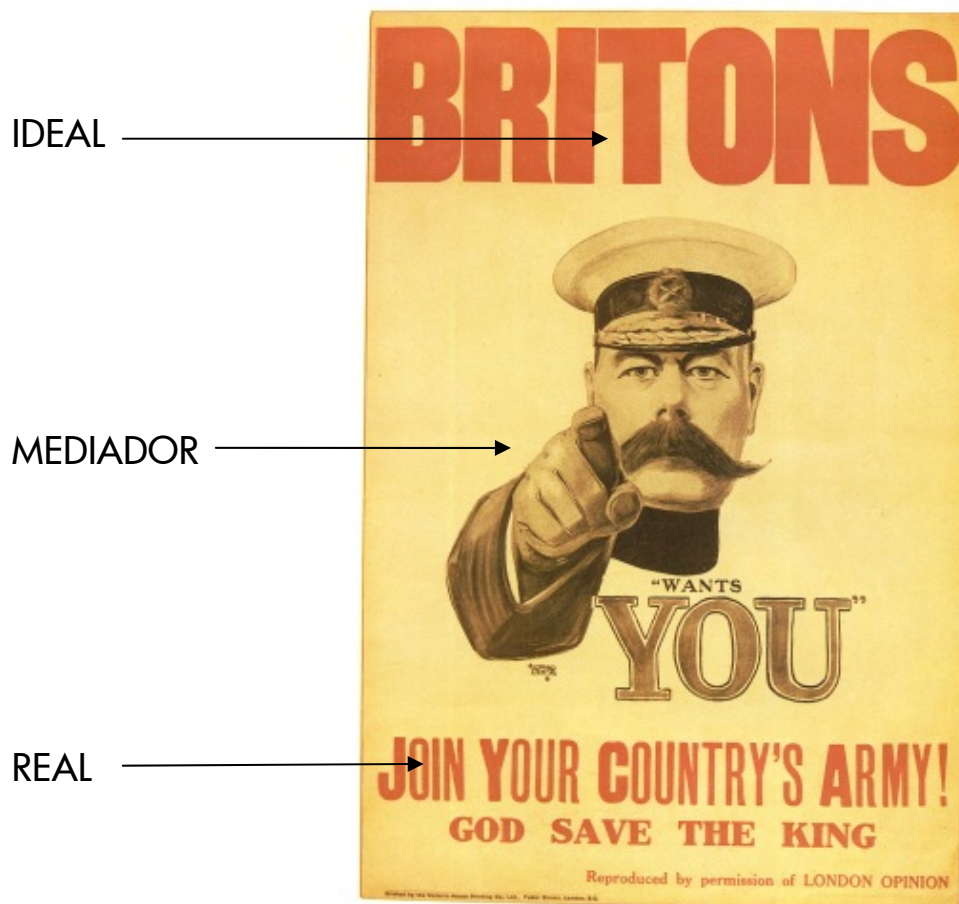


Figura 58– O tríptico vertical. A figura do Lord torna-se **mediadora** entre o **ideal** (BRITONS) e o **real** (TU/JUNTA-TE AO EXÉRCITO DO PAÍS!),

Fonte: gguerras.wordpress (2008)

Toda figura que contém esse terceiro elemento é chamada de **tríptico** (*triptychs*). De acordo com Kress e van Leeuwen (2000), *trípticos* em posição vertical são menos comuns do que em posição horizontal. O cartaz apresenta a imagem centralizada, polarizando os elementos ideal e real, e mediando-os através da ilustração de um participante representado, no caso, o Lord Kitchener.

Vejamos agora, de cada função, o que podemos depreender:

FUNÇÃO REPRESENTACIONAL Natureza dos eventos representados na imagem	
PARTICIPANTES – ícones, figuras, lugares, objetos e pessoas que aparecem nas imagens.	Apenas um participante: a figura do Lord Kitchener, Secretário de Guerra
PROCESSOS – vetores da imagem, linha dos olhos, posição do corpo, ferramentas em ação.	Os olhos do participante representado estão focalizados diretamente no observador. Construção de uma representação narrativa, estando presente um participante representado e um observador. Esta construção causa um efeito de atenção entre participante e observador, busca-se a aproximação entre o participante representado e o observador. A reação é transacional.
FUNÇÃO INTERATIVA Natureza das relações sociointeracionais construída pela imagem.	
Interação e Contato - Contato Interacional Relaciona-se com a construção visual de participantes com olhar direto ou não aos espectadores. Em outras palavras, o sistema de contato é configurado em discurso visual por meio do olhar do participante principal.	Relação pessoal com o leitor. Os vetores estão em direção frontal ao observador. Procura-se construir um convite sintético para com o leitor, incitando-o a participar da interação com o participante (Lord Kitchener). A personificação sintética se constrói pelos vetores retos à procura por atenção do leitor. Chama-se 'demanda', a construção pessoal.
Distância social	Íntimo – aproximado (<i>close-up</i>)
Atitude	Plano frontal – Envolvimento
Perspectiva/Poder	Ângulo dos olhos – igualdade

FUNÇÃO COMPOSICIONAL Significações construídas pela Imagem	
Valor da informação: o lugar dos elementos está de acordo com seu valor funcional ligado às várias zonas do <i>layout</i> do texto visual.	Topo = Ideal = O termo BRITONS + Lord Kitchener (o secretário de Guerra da Inglaterra)
O sistema de informação está de acordo com a posição dos participantes representados nas diferentes áreas da imagem.	Embaixo = Real = Informações secundárias. O texto com o convite
Esquerda = Novo Direita = Velho/conhecido Topo = Ideal Embaixo = Real Centro = Principal Margens = Dependente	Centro = Principal = Lorde Kitchener Margens = Dependente = Informações.

Quadro 8 – Resumo das metafunções

Após destacados os dispositivos semióticos e de composição e estruturação verbo-visual e visual, passemos a considerar os possíveis efeitos estéticos gerados no processo de interação com o observador, e, por fim, observar o teor ideológico que é ínsito à peça. Como salientamos, o contato estético produz uma espécie de ruptura com a realidade circunstante, em razão de um *mergulho na aparência*, no caso, a matéria sígnica. O material submetido à análise foi propositalmente concebido para gerar certo estado de euforia, de excitação, em conformidade com os fins que almeja. Assim situado, o material sígnico resplandece

aos olhos do observador, gerando nele um estado de forte intensidade emocional, graças ao impacto sobre seus sentidos, emoções e intelecto. Sensações, emoções e discernimento compõem a massa de elementos solicitados pela experiência estética.

É evidente que estamos nos reportando a um material que visa a rápida captação, e que portanto não oferece maiores complicações de leitura e entendimento. E que, assim, deve ter a capacidade de estancar rapidamente as forças de resistência do observador, para que ele possa “mergulhar” euforicamente na materialidade sýnica, e de alguma maneira “encantar-se” com a encenação simbólica.

A composição do cartaz foi desenvolvida, de um lado, para suscitar um estado de ânimo tal dominado por dois vetores fundamentais: a autoridade e o patriotismo. Esteticamente, o sentido de autoridade ocorre graças à presença do elemento de grandiosidade. O volume, o tamanho, o encorpamento são dimensões visuais que, no caso, ocupam grande extensão. Diz-nos Étienne Souriau “o grandioso procura, sobretudo, impressionar a imaginação do espectador por uma sugestão mais de poder ou de riqueza do que dignidade” (SOURRIAU, 1983 apud SILVA, 2005, p. 175). A imagem em questão, porém, é plena de dignidade. É a efígie do secretário de guerra que, com sua autoridade, acena ao senso de dever e patriotismo do espectador, colhendo-o nas malhas do sentimento nacional. É a grandiosidade do poder encarnado na figura de Lorde Kitchener, somada ao apelo sentimental da pátria ameaçada, que pressionam e impressionam o espectador.

Se a efígie de Lorde Kitchener é produzida para que se veja e se sinta o quão “portentosa e veneranda” é esta figura militar, símbolo do Estado bretão, há também uma outra categoria estética que se soma à ela, para lhe dar um clima muito sombrio: o *patético*. Este cartaz apresenta um pano de fundo, que não está visível em sua superfície significante, mas que o ambienta e lhe confere legitimidade: o cenário de guerra, a ameaça permanente que paira sobre todas as cabeças britânicas. Étienne

Souriau diz que o estilo *patético*, ou eloquência patética, é reservado a uma expressão forte, dramática, veemente, onde se faz sentir um sofrimento ou o risco de um grande mal (SOURRIAU, 1983 apud SILVA, 2005, p. 171).

De fato, o *patético* é uma solução estética de grande intensidade emocional, e de uma intensidade sombria, assim como o trágico e o dramático, mas o *patético* deles se distingue por sua característica dolorosa e sua dinâmica agonística, e diante dele o leitor se encontra repentinamente subjugado pelo mal, e, no caso de guerra, pelo mal absoluto. Em geral, os espetáculos que encenam situações patéticas provocam compaixão, pois vítimas inocentes são abandonadas à sua própria sorte sem defesa alguma. O grande quadro (ausente, porém nada silencioso) que emoldura este cartaz de Leete é a situação *patética*, pois uma nação inteira passa por um grande mal, que ameaça a civilização bretã.

Conjugados e interatuantes, o *patético* e o *grandioso* compõem a trama estética que enche de efervescência a recepção deste cartaz. Do tenebroso cenário de guerra (que espanta e amedronta) surge o “comandante” (vigoroso e impávido) que conclama a Pátria a defender-se contra o “mal absoluto”, a destruição generalizada. E tal conclamação só pode ser feita por quem tem legitimidade nacional para tanto. De fato, não é qualquer um que exerceria força de persuasão tamanha: é preciso que este lugar seja ocupado por um ícone do Estado, que encarne a bravura e a disposição beligerante em defesa do País.

Pode-se dizer que o cartaz de Leete expõe, de um lado, o temor, o medo, e, do outro a esperança, e a determinação de combater os inimigos que ameaçam a Pátria. Estas as duas coordenadas estéticas que dão efervescência ao cartaz, e que estimulam o leitor a executar uma leitura apaixonada.

Do ponto de vista da reação estética vivida pelo leitor, pode-se dizer que o cartaz tem excelente nível de eficácia comunicativa, e alto poder de persuasão. E

isso porque combina, em sua trama s gnica, elementos de grande impacto estético e de pressão ideológica.

O cartaz de Leete, como destacado, tende a promover uma experiência estética com o *grandioso*, que desempenha excelente papel ideológico ao emprestar sensação de “majestade”, de “imponência”   figura de Lord Kitchener, e àquilo que a  figie encarna. É importante, aqui, considerar o quanto o grandioso, na qualidade de medida estética, tem servido, ao longo dos séculos, de medida artístico-estética eficiente, impregnando coletividades e dando destaque ao poder e   governança. Silva (2005, p. 246) chama a atenção para o fato de que “monumentalidade e poder, aliás, caminham de braços dados, e há muito o *grandioso* foi convocado a integrar-se ao corpo de medidas destinadas à manutenção e perenização de governantes e de poderosos”.

A monumentalidade do herói brit o, Lord Kitchener, ganha ainda mais em intensidade, vibra mais fortemente no coração do leitor, por causa do cenário sombrio por que passa a Nação, e que   da ordem do patético. O cartaz de Leete mostra, com razoável clareza, o quanto a medida estética se integra e se compõe com a dimensão ideológica, cabendo à primeira, impregnar o objeto com elementos de força, de impacto, para que mais intensamente os valores apregoados pela peça possam se fixar, emocionalmente, na mente e no coração do leitor.

É preciso ter em vista, antes de qualquer coisa, que essas são dimensões do exercício da linguagem relativamente aut nomas e uma, necessariamente, não imbrica na outra. Com isso estamos dizer que a figura estética existe como “potência”, como espécie de carga afetiva que impregna algo (objetos, valores crenças, princípios), mas que, curiosamente, dele se aparta. Geralmente, uma categoria estética enquadra-se naquelas formulações que não são inteiramente recobertas pelas formas lógicas de categorização. E isso porque estão sempre reservadas à forma como se estabelece o contato, ao modo como interagimos com os

objetos e circunstâncias estéticas. Uma mesma peça pode se prestar a diferentes modos de acesso, a diferentes atualizações e, portanto, também varia o modo como leitor absorve e vive a experiência estética.

É certo, contudo, que estamos nos referindo a um produto da comunicação planejada, e não a um objeto de arte, e que, por isso mesmo, os instrumentos estéticos que utiliza passaram por longo período de observação e teste, a fim de avaliar seu alcance e eficácia. É evidente que nada, absolutamente nada, na propaganda em cenário de guerra é gratuito, e cada peça produzida acolhe o instante traumático do conflito como um seu ingrediente fundamental.

Instaurar o medo e provocar a ação de resistência bélica são os lances estratégicos deste cartaz, peças nucleares de seu desempenho ideológico, cujo poder de ação (poder pragmático do signo) tende a empurrar milhares de jovens aos campos de batalha, a morrerem por sua pátria. É preciso, neste ponto, destacar o quanto a estrutura argumentativa e seus indestrinçáveis efeitos de ordem estética tendem a minar as resistências do leitor, a arrastá-lo pela força das emoções de modo a acatar o que a autoridade ordena: JUNTA-TE AO EXÉRCITO DO PAÍS! Por aí se evidencia o quanto o Estado moderno beligerante fez dos artifícios argumentativos, dos recursos de força (estéticos) da linguagem, modalidades de persuasão e de controle social, porque excelentes mecanismos que atendem perfeitamente ao papel da impregnação ideológica.

Os exemplos a seguir demonstram o quanto as soluções articuladas por Leete mostraram alto poder de convencimento, e, assim, grande impacto ideológico, a ponto de se converterem em “modelo” para ações comunicativas de Estado de mesmo fim. Isso serve como testemunho grandiloquente que as políticas comunicativas de Estados diferentes absorvem soluções argumentativas e estéticas, porque reconhecem nelas sua potencialidade como versáteis mecanismos de adesão social.



Figura 59 – Inglaterra

"Merecem a vitória"

Fonte: earthstation (2008)



Figura 60 – Estados Unidos

"Eu quero você no exército"

Fonte: poster.genstab (2008)



Figura 61 – Alemanha

“Você também. Seus amigos o esperam na divisão francesa da Armada SS”

Fonte: third-reich-books (2008)



Figura 62 – Itália

“Faça todo o seu dever”

Fonte: diggerhistory (2008)

Os quatro cartazes têm a mesma idéia original de Leete. A Figura 59, produzido pelas forças armadas inglesas, já durante a II Grande Guerra, substitui a figura do Lorde Kitchener pelo primeiro ministro Winston Churchill. Nele permanece a mesma relação de interação, imperativa, autoritária, só que em trajes civis. Perde um pouco da “naturalidade” por estar em preto e branco.

A figura 60, como já dissemos, criada por James Flagg em 1917, produzidos três anos depois, também preserva os mesmos recursos imagéticos de Leete. A diferença é o plano, que passa a ser médio, e a relação ideal, que é a própria imagem do “Tio Sam”, “personificação” nacional dos Estados Unidos, e a ideal que é o texto “EU QUERO VOCÊ NO EXÉRCITO”.

A figura 61, produzida pelas forças de ocupação alemãs na França, também tem os mesmos critério da Figura 51, só que sob um fundo negro, e uma iluminação que parte da direita para esquerda, ressaltando um tom sombrio, reforçando o poder da polícia secreta nazista, a Waffen SS (Armada SS).

Na figura 62, de 1914, quando o participante exige uma demanda, é um manifesto de propaganda para a subscrição do contrato de empréstimo para a manutenção dos custos da guerra italiana. Muda, aí, o enquadramento, para um plano mais geral, o grau de saliência é estabelecido com o participante representado em primeiro plano. Apesar da tensão criada pelo fato do tronco estar em posição oblíqua, mas com o rosto numa posição frontal, há a ocorrência de uma demanda estabelecida com o participante interativo.

À guisa de um desfecho, pode-se afirmar, então, que os cartazes estudados estabelecem um contato físico do texto com o leitor-observador, que executa a atividade crítica de desvelamento em relação ao que lê, na busca da apreensão de significados e horizontes pré-calculados pelo produtor desses gêneros impressos.

Considerações Finais

TODOS NÓS SABEMOS QUE A ARTE NÃO É A VERDADE. A ARTE É UMA MENTIRA QUE NOS FAZ COMPREENDER A VERDADE, PELO MENOS A VERDADE QUE NOS É DADO COMPREENDER.

PABLO PICASSO (1923)

Neste ponto de nossa investigação, devemos condensar o percurso até aqui estabelecido, de maneira a extrair algumas consequências fundamentais, que permitam tornar o conjunto de relações apresentado mais evidenciado, e a possibilidade de indicar caminhos para desenvolvimentos futuros.

Por isso mesmo, ao concluirmos esta pesquisa – que também é o fechamento de uma etapa importante de nossa vida –, passamos a delinear outra(s) percursos(s) investigativo(s). Para nós, esses indicativos são indispensáveis, porque eles são o resultado de um sentimento de incompletude, muito comum em quem inicia jornadas desta natureza e se dá conta que muita coisa foi deixada de lado, por pressões de precisão e ajuste metodológicos.

Nossa aventura intelectual sobre o cartaz procurou deixar demonstrada, em essência, a articulação entre plataformas semióticas (seu funcionamento interno e para fora de sua estrutura significante) na ambição de colher os seus efeitos estéticos

e a orientação ideológica que lhe é imposta. Os jogos visuais, as articulações entre textos e imagens, entre texto e contexto, deram-nos um panorama senão completo, pelo menos razoável, de sua organização interna e de seus diferentes efeitos, quer de sentido, quer estéticos.

Na maioria das vezes, as estratégias estéticas passam despercebidas à consciência do leitor comum, onde quer que ocorram, porque ela não é da ordem do cálculo e da racionalidade, mas do fascínio, do sentir e do reagir ao sentimento. Há muito, os diferentes *medias* (anteriores às sofisticadas engrenagens tecnológicas que reproduzem a informação indefinidamente) foram convocados pelas classes dominantes a desenvolver formas/fórmulas comunicativas para fustigar as populações a absorver o poder e seus ideais. Não há só uma etapa da história da humanidade em que seus líderes tenham deixado de usar os dispositivos do afeto, da emoção para o exercício da soberania, e, em certos casos, para levar as populações ao sacrifício, ao martírio e à morte.

Em tempos modernos, em que a civilização alcança níveis cada vez mais altos de consciência e de direitos, a instrumentalização do sensível tornou-se essencial nos embates ideológicos da contemporaneidade, em especial nos que são travados na arena política. O século XX foi marcado por grandes acontecimentos e por mudanças políticas de envergadura: as grandes guerras, o comunismo, o fascismo, o nacional-socialismo, a queda o muro de Berlim, a ascensão das massas ao plano político nacional. O poder, em nossos dias, não é mais exercido pela força bruta, mas pela força argumentativa e pelos caminhos da experiência estética.

E, de fato: a *instrumentalização do sensível* transformou-se em *assunto de Estado*, tratada com a mesma atenção e zelo que qualquer outro que exija a assistência de profissionais muito bem treinados, e cientes das implicações e do alcance do que elaboram e lançam às populações. Esses profissionais entendem, como poucos, as armadilhas da ilusão, o que as imagens são capazes de produzir, o

que ela contém de potência vinculativa através do choro, do riso, da ironia, do medo, da esperança, da destruição.

Nenhum projeto de Estado, na contemporaneidade, dispensa os “predicados” que chegam através das operações sensíveis, nem mesmo aqueles que defendem o holocausto. Mesmo aí, o jogo persuasivo incorporará alguma forma de ajuste afetivo, a exemplo do utilizado durante o governo Bush para invadir o Iraque, e ceifar milhares de vidas, que se escudou na “ilusão” do medo, na terrificante visão do fim de tudo: “Os iraquianos têm armas de destruição em massa”.

O cenário de guerra é, para a “inteligência” do Estado, muito propício à consolidação de medidas extremas, e exemplos não faltam para dar guarida a essa assertiva. Por isso mesmo, o objeto sobre que aplicamos os nossos esforços investigativos, o cartaz de guerra, é, de fato, um manancial de informação singularíssimo, que carrega um tal nível de tensão e de dramaticidade, poucas vezes encontrado em tempos de paz. O medo é a tônica que, em geral, invade os espaços comunicativos do Estado em cenários de beligerância, quando o poder, para se manter poder, atinge a população com apelos de alta intensidade, manipulando os afetos coletivos.

Trata-se de estratégias racionais, em que o estético se mostra inteiramente submetido à instrumentalização, à condução consciente e deliberada da afetividade. O que encontramos, portanto, é o maior submetimento do estético ao ideológico, e que, por isso mesmo, é capaz de emprestar maior eficiência ao empreendimento comunicativo. Não é à toa, portanto, o quanto a propaganda e a publicidade levam às últimas consequências o emparelamento do estético à funcionalidade.

O que se extrai, daí, é: quanto mais preso o estético a uma finalidade precisa, a um específico objetivo, maior o controle que pode estabelecer sobre o continente da recepção. E os afetos que surgem do contato com tais medidas comunicativas são determinados por essa força primitiva que nos mantém vivos.

Se, desde sempre, as populações foram alvo da ação de várias estratégias de persuasão e manipulação de parte do Estado, é indispensável pôr em consideração os propósitos a que serve, os fins que tais medidas pretendem alcançar. O grande processo de comunicação de nossos dias é determinado pelo planejamento, que pensa a reação do público e procura convencê-lo eficazmente. Ele se utiliza de recursos que não nasceram hoje, mas que estão integrados a uma cadeia de sinais, de signos, cuja origem se perde no tempo. E se propusermos entender a mecânica comunicativa, da mais simples à mais complexa, e contribuir para tornar melhor a existência, é necessário a atenção rigorosa aos instrumentos que permitem elucidar os seus processos e dinâmicas de forma crítica e cautelosa.

Como dito, o estudo que aqui se fecha abre oportunidades para pesquisar outras relações através dos jogos de visualidade, como a própria imagem da palavra²¹, como também sobre outros fatores que não puderam ser contemplados ao longo da investigação. O percurso estabelecido neste estudo – cuja trama se fez pela articulação dos sentidos e do estético, e seu indeslindável vínculo ideológico – nos instiga a verificar outros aspectos surgidos de nosso trabalho avaliativo. Como, por exemplo, tomar, numa perspectiva comparativa, cartazes de guerra de períodos históricos diferentes e de países distintos, para avaliar as semelhanças e as diferenças de recursos de linguagem e de seus efeitos estéticos e ideológicos. Percebemos, também, nos anúncios que sofreram influência do cartaz de Leete, medidas enunciativas diferenciadas, e que supomos capazes de enredar o leitor em diferentes relações de leitura e de excitação estética.

Como se sabe, o cartaz de Leete utilizado nesta pesquisa é fruto da propaganda política e outro interessante viés de pesquisa seria observar, na publicidade de nossos dias, os jogos de visualidade conforme propostos por este autor. Outro aspecto interessante a ser desenvolvido é o sentido de heroísmo a que a

²¹ Na obra *Alltype: informação, cognição e estética no discurso tipográfico* (2006), desenvolvemos discussão sobre o efeito estético da letra.

peça de Leete remete, um seu ingrediente estético que consideramos de razoável força. É bom ressaltar, que o *heróico* é, também, uma categoria estética, que integra o rol das consagradas formalizações do sensível.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, D B. L. **Icons of contemporary childhood: a visual and lexicogrammatical investigation of toy advertisements.** 2006. 300f. Tese (Doutorado) Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

ALMEIDA, D. B. L. **Do texto às imagens: novas fronteiras do letramento a partir de uma perspectiva sócio-semiótica visual.** (produção no prelo), 2008.

BAKHTIN, Mikhail. (V. N. Volochinov). **Marxismo e filosofia da linguagem – Problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem.** 12.ed. São Paulo: Hucitec, 2006.

BARNICOAT, J. **Los carteles: su historia e lenguaje.** Barcelona, Editorial Gustavo Gilli, 1972.

BAUDRILLARD, Jean. **As estratégias fatais.** Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

BENSE, Max. **Pequena estética.** São Paulo: Perspectiva, 1971.

BOUQUET, Simon. **Introdução à leitura de Saussure.** São Paulo. Cultrix, 2004.

BSU. Disponível em <<http://www.bsu.edu/libraries/images>>. Acesso em 21-01-2008.

CALVIN. Disponível em <<http://www.calvin.edu>>. Acesso em 21-01-2008.

CARVALHO, Castelar de. **Para compreender Saussure.** Rio de Janeiro. Editora Rio, 1984.

CASTANHO, César Arruda. **Dicionário Universal das idéias.** São Paulo. Editora Meca, S/D.

CLARK, Katerina; HOLQUIST, Michael. **Mikhail Bakhtin**. São Paulo: Perspectiva, 1998. (Coleção Perspectiva).

COELHO NETTO, J. TEIXEIRA. **Semiótica, informação e comunicação**. São Paulo : Perspectiva, 1999.

DASCAL, Marcelo (Org.). **Pragmática** – problemas, críticas, perspectivas da lingüística. In: Fundamentos metodológicos da lingüística. Vol. IV: Pragmática. Campinas, SP: 1982.

DIGGERHISTORY. Disponível em <<http://www.diggerhistory.info>>. Acesso em 21-01-2008.

DIGITAL.LIBRARY.UNT. Disponível em <<http://digital.library.unt.edu>>. Acesso em 21-01-2008.

DONDIS, D. A. **La sintaxis de la imagen**: introducción al alfabeto visual. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1976

DUCROT, Oswald; TODOROV, Tzvetan. **Dicionário Enciclopédico das ciências da linguagem**. São Paulo, Perspectiva, 1998

EARTHSTATION1. Disponível em <<http://http://earthstation1.com>>. Acesso em 21-01-2008.

ECO, Umberto. **As formas do conteúdo**. São Paulo: Perspectiva, Edusp, 1974.

ECO, Umberto. **Conceito de texto**. São Paulo: T. A. Queiroz, Edusp, 1984.

ECO, Umberto. **Lector in fabula**. São Paulo: Perspectiva, Edusp, 1986.

ECO, Umberto. **A estrutura ausente**. São Paulo: Perspectiva, 1983. (Coleção Ensaio).

ECO, Umberto. **Leitura do texto literário**. Lisboa: Editorial Presença, 1983

ECO, Umberto . **Tratado geral de semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1985.

(Coleção Ensaaios).

ENCFIL. Disponível em <<http://encfil.goldeye.info/pragmatismo.htm>>. Acesso em 21-01-2008.

ENCICLOPÉDIA EINAUDI. Lisboa, Imprensa Nacional-Casa da Moeda, v. 17, 1984.

FARACO, Carlos Alberto. **Linguagem & diálogo: as idéias lingüísticas do círculo de Bakhtin**. Curitiba: Criar Edições, 2003.

FERNANDES, José David C. **Alltype**: informação, cognição e estética no discurso tipográfico. João Pessoa : Editora da UFPB, UFRN, Marca de Fantasia, 2006.

FERREIRA, Aurélio B. H. **Novo dicionário Aurélio de Língua Portuguesa**. São Paulo: Positivo, 2004.

FIRSTWORLDWAR. Disponível em<<http://www.firstworldwar.com/posters>>. Acesso em 21-01-2008.

GARCIA, Wilson. **A presença sócio-semiótica da palavra na comunicação social** in Pluricom [Em linha]. São Paulo, 2008. Disponível na em <<http://www.pluricom.com.br/forum.php?artigo=8> >. Acesso em 15-01-2009.

GGUERRAS. Disponível em<<http://www.gguerras.wordpress.com>>. Acesso em 21-01-2008.

GULIB.LAUSUN. Disponível em <<http://gulib.lausun.georgetown.edu/dept/speccoll/britpost/posters.htm>>. Acesso em 21-01-2008.

HAUSER, Arnold. **A arte e a sociedade**. Lisboa: Editorial Presença, 1984.

HOGG, J et all. **Psicologia e artes visuales**. Barcelona, Editorial Gustavo Gilli, 1969

INFOPÉDIA. [Em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2008. Disponível em <[http://www.infopedia.pt/\\$nominalismo](http://www.infopedia.pt/$nominalismo)>. Acesso em 21-09-2008.

JOLY, Matine. **A imagem e os signos**. Edições 70, Lisboa, 2005

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Campinas, Papirus, 1996.

JOUVE, Vincent. **A Leitura**. São Paulo: UNESP, 2002.

KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. **Reading images: the grammar of visual design**. London, Routledge, 2000.

LÉVY, Pierre. **A ideografia dinâmica: rumo a uma imaginação artificial**. São Paulo, Loyola, 1998.

MAINGUENEAU, Dominique. **Pragmática para o discurso literário**. (Tradução de Marina Appenzeller. Revisão da tradução: Eduardo Brandão). São Paulo: Martins Fontes, 1996.

MARCONDES, Danilo. **Desfazendo mitos sobre a pragmática**. In: **ALCEU** – v.1 – nº1 – p 38-46 – jul-dez 2000.

MARI, H. **Entre o conhecer e o representar: para uma fundamentação das práticas semióticas e das práticas lingüísticas**. Tese de doutorado. Belo Horizonte: FALE/UFMG. 1998.

MOLES, Abraham. **Teoria da informação e percepção estética**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro; Brasília: Ed. UnB, 1978.

MOLES, Abraham. **O cartaz**. São Paulo: Perspectiva, 1978.

NÖTH, Winfried. **Panorama da semiótica: de Platão a Pierce**. São Paulo: Anna Blume, 1995.

NOVELLINO, M. O. **Gramática Sistêmico-Funcional e o estudo de imagens em livro didático de inglês como língua estrangeira**. Proceedings, 33rd International Systemic Functional Congress, 2006.

OGDEN, C.K.; RICHARDS, I. A. **O significado de significado**: um estudo da influência da linguagem sobre o pensamento e sobre a ciência do simbolismo. São Paulo : Zahar Editores, 1972

PEIRCE, Charles S. **Escritos coligidos**. 2. ed. São Paulo: Abril Cultural, 1980. (Coleção Os pensadores, 36).

PEIRCE, Charles S. **Semiótica**. 2. ed., São Paulo: Perspectiva, 1990.

PEIRCE, Charles S. **Razón e invención del pensamiento pragmatista** *Anthropos*, n. 212, pp. 132-139

PÉNINOU, Geoges. **Semiótica de la publicidad**. Barcelona, Editorial Gustavo Gilli, 1976.

PEREZ, Clotilde. **Signos da marca**: expressividade e sensorialidade. São Paulo: Pioneira Thomsom Learning, 2004.

PERUZZOLO, Adair Caetano. **Elementos de semiologia da comunicação**. Bauru: Edusc, 2004.

PETERMANN, J. **Imagens na publicidade**: significações e persuasão. Unirevista. v. 1, n. 3 (julho 2006). Unisinos, São Leopoldo.

PINTO, Joana Plaza. **Pragmática**. In: MUSSALIM, Fernanda e BENTES, Anna Christina (Orgs.). Introdução à lingüística: domínios s fronteiras. v.2 . São Paulo: Cortez, 2001.

POSTER. Disponível em<<http://poster.genstab.ru>>. Acesso em 21-01-2008.

PROPAGANDAPOSTERS. Disponível em <<http://www.propagandaposters.us>>.

Acesso em 21-01-2008.

PURL. Disponível em<<http://purl.pt>>. Acesso em 21-01-2008.

ROYALALBERTAMUSEUM. Disponível

em<<http://www.royalalbertamuseum.ca>>. Acesso em 21-01-2008.

PLAZA, Julio. **Tradução intersemiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2001.

SANTAELLA, Lúcia. **A assinatura das coisas**: Peirce e a literatura. Rio de Janeiro, Imago, 1992

SANTAELLA, Lúcia. **A percepção**: uma teoria semiótica. São Paulo: Experimento, 1993.

SANTAELLA, Lúcia. **Estética: de Platão a Peirce**. 2. ed. São Paulo: Experimento, 1994.

SANTAELLA, Lúcia. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Pioneira Thomsom Learning, 2005.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 1999.

SANTAELLA, Lúcia; WINFRIELD, Nöth. **Imagem**: cognição, semiótica, mídia. 2. ed., São Paulo: Iluminuras, 1999.

SAUSSURE, F. **Curso de lingüística geral**. São Paulo: Edusp, 1990.

SECONDWORLDWARHISTORY. Disponível

em<<http://www.secondworldwarhistory.com>>. Acesso em 21-01-2008.

SILVA, Silvano Alves Bezerra da. **Estética utilitária**: interação através da experiência sensível com a publicidade. São Leopoldo, RS: Unisinos/Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação (tese doutoral), 2005.

SILVEIRA, Jane Rita. **A Imagem:** interpretação e comunicação. In: **Linguagem em (Dis)curso**, volume 5, número especial, 2005.

SILVEIRA, Lauro F. B. **Curso de semiótica geral**, São Paulo, Quartier Latin, 2007.

THIRD-REICH-BOOKS. Disponível em <<http://www.third-reich-books.com>>.

Acesso em 21-01-2008.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**. Petropolis, Vozes, 1998.

TODOROV, Tzvetan; DUCROT, Oswald. **Dicionário enciclopédico das ciências das linguagens**. São Paulo: Perspectiva, 1998.

VILCHES, Lorenzo. **La lectura de la imagen:** prensa, cine e televisión. Barcelona: Paidós, 2008.

WALTHER-BENSE, Elisabeth. **A teoria geral dos signos**. São Paulo: Perspectiva, 2000.

WORLD-WAR. Disponível em <<http://www.world-war.com>>. Acesso em 21-01-2008.

WOLRDWAR1. Disponível em <<http://www.worldwar1.com>>. Acesso em 21-01-2008.