

### 3

## A dimensão semiótica do Design

Os homens se compreendem não porque façam uso de signos indicativos de objetos, [...] mas porque eles tocam a mesma corda do seu instrumento espiritual, o que desencadeia em cada um dos interlocutores conceitos que se correspondem sem ser exatamente os mesmos.

(Humboldt)

Um desconforto natural antecede a pesquisa teórica em design. Em decorrência da complexidade dos fenômenos do campo (fator-chave da abertura das molduras teóricas à transdisciplinaridade), as abordagens evitam privilegiar alguns poucos aspectos para preservar a visão do todo. Contudo, tal postura enfrenta inevitavelmente o risco de permanecer na superfície de certos fenômenos, na intersecção de fatores de naturezas diversas. De certa forma, o presente estudo opta por um percurso heterodoxo, buscando num saber muito específico, possíveis contribuições ao entendimento dos fenômenos do design. Se em certa medida esta abordagem carrega o ônus de um relativo fechamento disciplinar, por outro lado agencia um diálogo do campo com as recentes descobertas da corrente semiótica, o que propicia ao design reavaliar a importância da dimensão semiótica dos seus artefatos. Para tanto, este capítulo parte de uma concisa descrição do modelo semiótico discursivo para em seguida investigar as possíveis contribuições ao campo do design da efervescente semiótica do sensível, deslocamento recente da corrente estruturalista, marcado pela ultrapassagem de certos cânones da disciplina.

### 3.1.

#### Semiótica e o estudo das linguagens

Em linhas gerais, o interesse sobre a significação chega de forma tardia aos estudos sociais e, sobretudo, ao vasto campo da comunicação. Até meados dos anos 1970, o que estava efetivamente desenhado entre os pesquisadores

dos chamados fenômenos comunicacionais era um modelo ainda fortemente centrado na teoria matemática, e que tomava a comunicação enquanto *transferência de informação*. A partir de certas aproximações com o campo da linguística, introduzidas na década de 1960 por Jakobson, que passou a enfatizar o estatuto da informação enquanto *mensagem*, começou enfim a se esboçar uma preocupação autêntica entorno da linguagem. Ao fim da década de 1970, com o modelo semiótico-informativo de Eco e Fabbri, a problemática finalmente desviaria seu foco na direção do “funcionamento dos fatores semânticos, introduzidos mediante o conceito de código”<sup>1</sup>. Para Eco e Fabbri, os fenômenos comunicacionais seriam caracterizados como *processos de negociação*, e uma teoria da comunicação mais abrangente “só poderia ser encontrada em uma teoria semiótica geral”<sup>2</sup>.

Em direção contrária à tradição da teoria crítica, o modelo semiótico-informacional e os desdobramentos seguintes desta corrente demonstraram a impossibilidade de “inferir de modo direto regras de reconhecimento (dos ‘efeitos de sentido’) a partir da gramática de produção”<sup>3</sup>. São nestes primeiros movimentos da teoria semiótica que a assimetria das funções de comunicação (aparentemente ignorada pelo *Mass Communication Research*) e uma série de fatores sociais (como a disparidade dos códigos linguísticos) ganham relevo. Como coloca Wolf, não foram necessários muitos esforços para que este modelo semiótico-informacional desse origem a um modelo semiótico-textual.<sup>4</sup>

Como um dos importantes vetores de tais desenvolvimentos, a Semiótica exerceu, em especial a partir da segunda metade do século XX, uma influência inegável no campo da comunicação<sup>5</sup>. Muito provavelmente, a principal contribuição da disciplina, com profundo impacto em diferentes áreas do conhecimento, está relacionada ao esforço em caracterizar aquilo que, nos circuitos da linguagem, possibilita sua organização enquanto sistema de significação. Em outras palavras, e diferentemente de tradições anteriores, a Semiótica opta por problematizar este funcionamento da linguagem tomando-a

---

<sup>1</sup> WOLF, 2003, p. 120.

<sup>2</sup> SANTAELLA, 2001, p.56.

<sup>3</sup> WOLF, op. cit., p. 122.

<sup>4</sup> Ibid., loc. cit.

<sup>5</sup> Mesmo que certos conceitos aqui introduzidos possam ser comuns às diferentes correntes, o termo Semiótica aqui empregado faz referência a tradição estrutural (greimasiana).

como uma função social concretamente inscrita no indivíduo e que garante a este o acesso ao mundo significante.

Nós vivemos num mundo semiótico. Semiótica quer dizer: todas as linguagens. Semiótica quer dizer: o homem não pensa, não sente, não quer, não deseja, não vive só com a linguagem verbal, mas tem uma infinidade de outras linguagens com as quais convive e pelas quais se comunica. Daí o nascimento dessa ciência semiótica, que não vem do nada, mas exatamente da necessidade histórica de ser ler a pluralidade de linguagens.<sup>6</sup>

É este pertencimento ao mundo dos sentidos, essa indissociável faculdade do sujeito para significar, que constrói aquilo que entendemos como da ordem do “ser de linguagem”. Se, como afirmou Greimas, o sujeito é de fato condenado ao sentido, esta condição implica que o mais alto grau de acesso à realidade está contido na linguagem<sup>7</sup>. Portanto, o método semiótico, que toma a linguagem como seu objeto, corresponde à busca do *parecer* das coisas que se apresentam no contato com o mundo. Esta parcialidade apreendida, este *parecer* que substitui a totalidade do mundo, é o universo semiótico, o espaço habitado por cada um de nós e que se difere do espaço do *ser* das coisas de que se ocupa a ontologia.

Apesar de o homem viver num mundo significante, o problema da significação não se coloca ao homem. Ele está oculto pela própria significação enquanto sentido, que “se impõe como uma evidência, como um ‘sentimento de compreensão’ absolutamente natural”<sup>8</sup>. É esta *emergência do sentido* que constitui a questão central de toda investigação semiótica. Partindo de Saussure, para quem “é o ponto de vista que cria o objeto”, Greimas nega o relativismo da significação ressaltando a ambivalência da palavra *sentido*, ao mesmo tempo *sistema* e *processo*. Para o semioticista, a significação pode designar tanto o fazer (o processo de agenciamento do sentido) quanto o estado (o resultado semântico daquilo que está significado). A esta dupla noção, que toma a significação tanto como “produção do sentido” quanto “sentido produzido”, a teoria subjacente postula que o sentido é produção: só pode ser

---

<sup>6</sup> SANTAELLA, 1985. p.44

<sup>7</sup> NIELBA, 2007.

<sup>8</sup> GREIMAS, 1975, p. 14.

entendido como a transformação do sentido dado, ou como “possibilidade de transformação”<sup>9</sup>.

O sentido portanto não significa apenas o que as palavras querem nos dizer, ele é também uma direção, ou seja, na linguagem dos filósofos, uma intencionalidade e uma finalidade. Traduzido para a linguagem linguística, o sentido se identifica com o processo de atualização orientado que, como todo processo semiótico, é pressuposto por – e pressupõe – um sistema ou um programa, virtual e realizado.<sup>10</sup>

Nestes termos, podemos concluir que a Semiótica toma o sentido enquanto *construção*, tanto como o produto de um fazer discursivo de um destinador como quanto o resultado de um fazer interpretativo de um destinatário. Na acepção hjelmsleviana, o sentido é “matéria” (substrato sensível), anterior à produção semiótica, o que permite, enfim, definir a significação como “sentido articulado”<sup>11</sup>. Na esteira do legado hjelmsleviano, Greimas propõe que, para passar do sentido à significação, a leitura semiótica não se resuma aos termos, mas se inicie nas *relações textuais*, pois o sentido somente se transforma em significação à medida que são identificadas as articulações que estabelecem o vir-a-ser da significação<sup>12</sup>. O reconhecimento das relações textuais é inevitavelmente processual, pois se dá no vasculhar detido das estruturas significantes, em busca das discontinuidades e dos desvios operados no e pelo texto: a significação é um “escoamento coagulante do sentido”<sup>13</sup>.

Esta visada essencialmente estruturalista marca a descrição semiótica das condições de emergência do sentido nas diferentes linguagens na forma de uma metalinguagem própria. A descrição semiótica é, por isso, apenas a transposição de um nível de linguagem a uma linguagem diferente, ou ainda, como coloca Greimas, “a construção de uma linguagem artificial adequada”<sup>14</sup>.

---

<sup>9</sup> GREIMAS & COURTÉS, 2008.

<sup>10</sup> GREIMAS, op. cit., p. 15.

<sup>11</sup> HJELMSLEV, 1975.

<sup>12</sup> SOBRAL, 2009.

<sup>13</sup> GREIMAS & FONTANILLE, 1993, p. 20.

<sup>14</sup> GREIMAS, op. cit., 14.

A Semiótica é, portanto, a disciplina que tem como objetivo o “exame dos modos de constituição de todo e qualquer fenômeno de produção de significação e de sentido”<sup>15</sup>. Estes fenômenos são produtos de linguagens humanas, o que nos permite concluir que o objeto da Semiótica é a própria linguagem. A rigor, tal ideia é encontrada já em Saussure, que ao ocupar-se da língua entre os fenômenos humanos previu que somente uma teoria mais ampla (a que chamou semiologia) poderia dar conta da linguagem. Para o linguista suíço, diferentemente da língua, categorizável, a linguagem não se mostra como uma unidade<sup>16</sup>. Este mesmo caráter heteróclito é observado por Greimas, para quem a linguagem não é definível em si, mas apenas os métodos e procedimentos que dão a ver seus produtos. Definir linguagem é, em outros termos, ordenar o “conjunto dos fatos semióticos” que dão origem aos chamados conjuntos significantes<sup>17</sup>. Para Greimas, o mundo apreensível (o mundo signifiante) corresponderia ao conceito de universo semântico, composto por diferentes linguagens justapostas, superpostas ou combinadas. Nestes termos, podemos tratar dos produtos da moda, do cinema, do jornalismo, do design e da publicidade, enquanto formas significantes (fenômenos de linguagem), o que nos conduz a uma definição operacional: uma linguagem é um *sistema de produção de significados*.

Como uma teoria da significação, a Semiótica busca explicitar as condições de apreensão e produção do sentido em cada linguagem, o que é circunstancialmente indissociável das especificidades de cada sistema de produção do sentido. Em última análise, o desenvolvimento da teoria semiótica permite tanto o entendimento dos produtos de linguagem quanto o próprio desenvolvimento das linguagens enquanto processos de produção. Ademais, o caráter descritivo da análise semiótica pode evidenciar os processos significantes engendrados na sintaxe e nos procedimentos formais dos objetos, discursos e práticas da cultura, razão pela qual a disciplina emerge como promissor dispositivo de leitura para os produtos do design. A despeito de outras tradições, e na esteira dos postulados hjelmslevianos, a Semiótica busca reconhecer as articulações entre a forma assumida pelos produtos da

---

<sup>15</sup> SANTAELLA, 1998, p.13.

<sup>16</sup> SAUSSURE, 2006.

<sup>17</sup> GREIMAS & COURTÉS, op. cit, p. 290.

linguagem e os conteúdos propostos, na constituição da função semiótica<sup>18</sup>. Segundo Santaella, é esta associação entre expressão e conteúdo prevista no método semiótico (e cuja distensão objetiva revelar o paralelismo entre estes planos) que garante à disciplina uma proposta científica rigorosa e original.

Que escola ensina a ler uma fotografia? Que escola nos ensina a ler um filme, como filme, um programa de televisão, como televisão? Tanto é assim que se vocês pegam os jornais e lêem as críticas de televisão e de cinema não vão saber se está se tratando de um livro ou de um filme, porque só se fala do enredo.<sup>19</sup>

Sob tal ponto de vista, que toma as formas significantes como produtos de procedimentos de linguagem ou de semióticas (no sentido proposto por Hjelmslev), o design se apresenta como uma atividade construtiva que dá forma a manifestações sensíveis num contexto linguístico muito específico. Tomado enquanto linguagem, o design pode ser pensado a partir de sua inscrição entre os demais produtos e práticas significantes da cultura, ou como veremos a seguir, como *discurso*. Por esta razão, “uma teoria do design que isola a percepção visual da interpretação linguística encoraja a indiferença da significação cultural”<sup>20</sup>.

### 3.2. Design como linguagem

Diferentemente do termo mídia, a palavra semiótica é bastante corriqueira no campo do Design. A disciplina aparece em boa parte dos currículos das instituições universitárias, sendo razoavelmente fácil encontrar obras e autores tratando das possíveis contribuições da teoria da significação para a prática do design. Alguns termos e conceitos bastante específicos da semiótica são oportunamente apropriados pelos designers, reiterando esta “afeição” que parece recíproca entre as duas áreas. Isto porque se o designer encontra no constructo semiótico um consistente recurso teórico para seus

---

<sup>18</sup> A função semiótica pode ser definida como a “relação de pressuposição recíproca (ou solidariedade), que se estabelece entre grandezas do plano da expressão (do significante) e do plano do conteúdo (do significado), no momento do ato da linguagem”. (Greimas e Courtés, 2008, p. 462).

<sup>19</sup> SANTAELLA, op.cit., p.44.

<sup>20</sup> LUPTON & MILLER, 1999, p. 62.

projetos, também o semioticista reconhece nos produtos do design objetos fecundos para sua prática analítica. Mas em que medida os produtos do design despertam como positivamente semioticamente analisáveis?

A semiótica investiga uma plêiade de objetos buscando aclarar os mecanismos de sua significação. Por extensão, podemos concluir que a semiotização dos produtos do design objetiva tanto apreendê-los como manifestações significantes quanto consolidar uma perspectiva de design como linguagem, ou seja, como um sistema de produção de sentido. Mesmo que um consenso não se forme entorno desta definição, é importante reconhecer que ela introduz a possibilidade de uma semiótica dos objetos do design. Nestes termos, tomando o design como linguagem, podemos seguir em sua semiotização.

Não há aroma, som ou aceno do corpo furtivo o bastante que não seja capaz de comunicar. Parece evidente que qualquer fenômeno, para tornar-se um dado cultural, deve necessariamente surgir enquanto fenômeno de comunicação, pois “toda e qualquer atividade ou prática social constituem-se como práticas significantes, isto é, práticas de produção de linguagem e de sentido”<sup>21</sup>. Esta mesma equação vale para os objetos do design.

Inseridos num contexto social, os artefatos do design são tanto o resultado de um processo construtivo, atento a certos critérios técnicos e funcionais, quanto a decorrência material e sensível de um gesto discursivo. Com o avanço da tecnologia nos processos industriais, com a tendência ao encapsulamento das estruturas construtivas e com a desmaterialização do mundo digital, ficam menos claras as marcas da instância de produção inscritas nos objetos. Entretanto, apesar desta dissimulação que lhes oculta o caráter processual da instância produtiva, os objetos não cessam de existir, de ocorrer enquanto fenômeno e, em última análise, de “dizer”. São na mesma medida *suporte* (pois carregam elementos perceptuais como cores, formas, texturas...) e *mensagem* (àquele que os usa e ao que contempla o uso)<sup>22</sup>.

Como coloca Niemeyer (2003), “o produto difunde valores e características culturais”, e sua ocorrência material tem grande impacto na

---

<sup>21</sup> SANTAELLA, 1983, p. 15.

<sup>22</sup> NIEMEYER, 2003, p. 14.

maneira como experimentamos, ocupamos e entendemos nosso território cultural. Isto é tão verdadeiro que sobre essa mesma premissa repousa a validade das chamadas descobertas arqueológicas, tão caras à história. A partir desta dimensão cultural dos objetos industriais, Forty afirma que poucos estudos “mostraram que o design tem algo que ver com lucro e menos ainda foi apontada sua preocupação com a transmissão de ideias”, e conclui que

Longe de ser uma atividade artística neutra e inofensiva, o design, por sua própria natureza, provoca efeitos muito mais duradouros do que os produtos efêmeros da mídia porque pode dar formas tangíveis e permanentes às idéias sobre quem somos e como devemos nos comportar.<sup>23</sup>

Pensemos na expertise envolvida na atividade do cenógrafo de um filme, ou do escritor de um romance, que com rigor e planejamento elegem objetos específicos para construir, tematizar e ambientar suas narrativas. Pensemos na escolha dos adereços e roupas que um candidato utiliza em suas aparições midiáticas, construindo sua imagem diante do eleitorado. Ou ainda nas marcas das corporações internacionais que através da televisão, do rádio ou das placas de publicidade num estádio lotado, fazem parecer que nos falam em particular. O curioso é que, apesar da facilidade em reconhecer que os objetos têm significados, parece não haver uma exata compreensão da função semiótica que desempenham. Este parece ser o caráter da crítica de Carson:

Somente porque algo é legível, isso não quer dizer que comunica; pode ser que esteja comunicando a coisa errada. Alguns títulos tradicionais de livro, enciclopédias, ou muitos livros que os jovens jamais apanhariam numa prateleira, poder-se-ia torná-los mais atraentes. Enviar a mensagem errada ou não enviar uma mensagem suficientemente forte é, no mais das vezes, um problema das publicações. Você pode ser legível, mas que emoção está contida na mensagem?<sup>24</sup>

Segundo Baxter, uma análise histórica demonstra que os aspectos semânticos dos produtos começam a receber maior atenção quando se percebe que a diferenciação a partir dos aspectos funcionais dos mesmos já não é

---

<sup>23</sup> Ibid. p. 11.

<sup>24</sup> CARSON apud HENDEL, 2003.

efetivamente clara. É nas últimas décadas do século XX, com a grande reverberação dos achados das correntes semióticas européia e americana, que podemos reconhecer uma lógica semiótica aplicada aos projetos<sup>25</sup>. O designer austríaco Ettore Sottsass sintetiza essa mudança de perspectiva de um design direcionado à tecnologia para um design relacionado à comunicação: “Hoje, vejo o design mais como um gesto cultural no sentido antropológico que como gesto racionalístico e tecnológico”. E conclui: “O design tornou-se um ato linguístico; começa a comunicar coisas que não se limitam aos mecanismos técnicos”<sup>26</sup>. Decano do ensino e da pesquisa em Design no Brasil, Pignatari dá esta mesma importância à dimensão semiótica dos objetos: “o nosso século é o século do planejamento, do design e dos designers: o desenho industrial e a arquitetura passam a ser estudados e projetados como mensagens e como linguagens”<sup>27</sup>.

O que parecia ponto pacífico entre os autores, ou seja, a importância que tem recebido a dimensão semiótica do Design, surge na fala de Pignatari como crítica a um *modus operandi* do Design que não despontou ainda enquanto prática de linguagem. Para o autor, esta dimensão semiótica é uma instância projetual, e não uma contingência da colocação em circulação dos artefatos para o consumo. Pela natureza procedimental dos projetos, e pelo estreitamento da distância com a Publicidade e o Marketing (que na década de 50 e 60 consolidaram técnicas de grande impacto na dinâmica do consumo), esta preocupação passa a se refletir de maneira efetiva nos métodos empregados. Para Quarante, a partir de certo momento, “não se pode mais pensar em concepção de produto sem uma intenção de comunicação”<sup>28</sup>, o que necessariamente implica direcionar os objetos às demandas mercadológicas, definindo muito claramente seus investimentos semânticos. É através deste agenciamento programático de formas significantes, e que já não parece de maneira alguma deslocado da prática projetual, que o designer tende a assumir seu estatuto moderno, abandonando a ideia romântica de um artífice de senso estético elevado, próximo à figura do artista.

---

<sup>25</sup> BAXTER, 2000.

<sup>26</sup> SOTTASS apud MORAES, 1997, p. 51-52.

<sup>27</sup> PIGNATARI, 1986, p. 15.

<sup>28</sup> QUARANTE apud NOJIMA, p. 124.

Cumprе ressaltar que a semiótica não constitui um edifício teórico homogêneo, assente sobre um conjunto de pressupostos comuns. Na verdade, o termo abarca teorias bastante diferentes, que pouco ou nada tem em comum. São tantas as correntes e tão heterogêneas suas raízes (a rigor, nem sempre relacionáveis), que se faz igualmente importante, num estudo como este, situá-lo de partida, obliterando qualquer tendência ao apaziguamento das tensões entre as diferentes escolas ou a uma aparvalhada semiótica *lato sensu*.

### **3.3. Contribuições da tradição estrutural**

A influência da teoria dos signos do filósofo e matemático americano Charles Sanders Peirce (1839-1914) é fortemente percebida, tanto no ensino quanto na prática do design. Diversas forças parecem intervir em tal aproximação, entre elas a introdução precoce da semiótica peirceana no Brasil, pelo pioneirismo de professores como Haroldo de Campos e Décio Pignatari. Ao final da década de 1970, o programa de Teoria Literária em que se iniciara tal movimento, na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, ampliar-se-ia numa proposta de estudos pós-graduados em Comunicação e Semiótica.

Em 1970, Haroldo de Campos organizou a edição para a *Perspectiva da Pequena Estética* de Max Bense, filósofo alemão e divulgador primeiro da obra peirceana em seu país. Em 1972, a Cultrix editou, com tradução de Octanny S. da Mota e Leonidas Hegenberg, mais coletâneas de escritos escolhidos de Charles Sanders Peirce. Essa coletânea antecederia em muitos anos, as primeiras coletâneas de textos traduzidos de Peirce em vários países da Europa.

A precoce introdução nas universidades brasileiras, sua natureza lógica e a ampla possibilidade de aplicação garantiram à semiótica de Peirce uma ampla disseminação. Pela necessidade de sistematização de questões relativas à definição formal dos artefatos projetuais, o Design logo reconheceu uma afinidade epistemológica com o pragmatismo peirceano.

Muito por conta de tais fatores, esta teoria geral dos processos da significação é a corrente de maior prevalência nos currículos dos cursos do design, o que, sem surpresa, pode levar à impressão, por parte de alunos e

iniciantes, de uma base germinal do pensamento semiótico na obra de Peirce. A rigor, a teoria peirceana é radicalmente (aqui no sentido de “referência às raízes/origens”) distinta das correntes européias, e apesar de totalmente equivocada, é possível que tal impressão de precedência tenha desencorajado abordagens diferentes. No Brasil, é verdade, podemos verificar também uma expressiva referência à obra do francês Roland Barthes, especialmente por sua rica investigação acerca dos sistemas da moda, da fotografia e da publicidade. Entretanto, outras tantas tradições semióticas igualmente profícuas, bem como os últimos achados da linhagem estruturalista francesa têm ainda pouca ou nenhuma penetração no campo acadêmico do Design brasileiro. É nesta exata medida que o presente estudo opta pela matriz semiótica discursiva (estrutural): não para descobrir uma dimensão semiótica virginal até então ignorada no Design, mas para partir ao encontro de tal dimensão por um percurso relativamente infrequente.<sup>29</sup>

A Semiótica estrutural tem uma raiz inequívoca nos estudos linguísticos de Ferdinand Saussure (Genebra, 1857 – Morges, 1913). É neste edifício teórico que a corrente discursiva (ou greimasiana) encontra seus princípios fundamentais. Em seu *Curso de Linguística Geral*, obra póstuma publicada em 1915 (dois anos após a morte de Saussure), o linguista suíço lança os

princípios científicos e metodológicos que fundam as descobertas da economia específica da linguagem articulada, fazendo aparecer, no horizonte de nossas indagações, esse novo objeto por ele identificado, ou seja, a língua como sistema ou estrutura regida por leis e regras específicas e autônomas.<sup>30</sup>

Para Santaella, o caráter revolucionário da obra de Saussure está no centro da noção de estrutura. Como veremos a seguir, é esta noção que nos permite identificar o caráter textual dos fenômenos do mundo, bem como dos objetos do design. Segundo o estruturalismo saussuriano, a interação dos elementos que constituem uma estrutura, como a da língua, é de tal ordem que “a alteração de qualquer elemento, por mínimo que seja, leva à alteração de

---

<sup>29</sup> No presente estudo, a semiótica discursiva (ou estrutural) corresponde à semiótica greimasiana. Mais adiante, empregaremos a expressão semiótica do sensível em referência aos últimos desenvolvimentos desta mesma corrente.

<sup>30</sup> SANTAELLA, 1998, p. 77.

todos os demais elementos do sistema como um todo”<sup>31</sup>. Em outras palavras, a linguística saussuriana não perfaz um apanhado de teorias sobre as línguas naturais em particular (como o inglês ou o português); na verdade, ela examina os mecanismos linguísticos gerais, as regras e os princípios de funcionamento de todas as línguas. A proposta de Saussure caracteriza-se pela “transferência dos conceitos que presidem à análise da linguagem verbal-articulada para o domínio de todos os outros processos de linguagem não-verbais”<sup>32</sup>.

Imaginando que sua linguística seria um ramo de uma ciência mais geral, a que o autor chamou Semiologia, que problematizaria todos os processos significantes, o estruturalismo de Saussure ressoou em diversos campos do conhecimento, como a sociologia, a antropologia, as artes, as ciências políticas... O francês Roland Barthes (1915-1980), com estudos em diferentes linguagens como o teatro, a fotografia, o cinema, a publicidade e a arquitetura, destacou-se nas fases iniciais do desenvolvimento desta semiologia estrutural. Na chamada terceira geração da ciência prevista por Saussure, o nome de maior expressão é o de Algirdas Julien Greimas (1917-1992), que concebeu seu modelo teórico – a semiótica discursiva – a partir de influências reconhecidas da fenomenologia do pós-guerra (sobretudo da obra do filósofo francês Merleau-Ponty) e da antropologia de Levi-Strauss<sup>33</sup>.

Nos anos 1990, especialmente a partir do surgimento de grupos interinstitucionais de estudos (como o Centro de Pesquisas Sociosemióticas, que congrega pesquisadores da PUC-SP e da USP), a Semiótica discursiva passou a ter espaço de destaque não só nos meios vinculados aos estudos linguísticos, mas na comunicação. Ocupando-se dos mecanismos de significação nas diferentes mídias, diversos estudos vêm sendo desenvolvidos há pelo menos duas décadas tomando como objeto a publicidade, a moda, o jornalismo, e tantas outras práticas discursivas. Tendo em vista que algumas iniciativas começam também a se esboçar com resultados positivos no design, parece bastante pertinente resgatar e discutir esta dimensão discursiva.

---

<sup>31</sup> Ibid., loc. cit.

<sup>32</sup> Ibid., p. 79.

<sup>33</sup> RAMALHO, 2002, p.18

### 3.3.1. Design e discurso

Como já foi discutido, a Semiótica do design relaciona-se ao caráter significante das formas empregadas na concepção dos produtos e igualmente à natureza sintática da atividade enquanto linguagem. A partir do reconhecimento destas propriedades semióticas, passa a ser possível tomar o produto de design enquanto resultado de uma prática discursiva. No sentido exato do termo, podemos investigar esta prática como o fazer discursivo de um autor (o designer), tomando seu projeto como objeto de análise (o que vem sendo a forma mais corrente e conhecida das abordagens estruturalistas). Entretanto, pela colocação em circulação de formas significantes tangíveis e ainda mais permanentes que aquelas de outras linguagens, há que se admitir que o consumo, o uso, o gosto, a posse, enfim, uma série de gestos sociais acaba mediada inevitavelmente por objetos. Neste segundo sentido, mais amplo no nosso entendimento, temos que o designer não só investe seus produtos de significados, como também dá forma a vetores de sociabilidade. Dentro de um contexto linguístico e cultural, não é apenas o objeto que fala ao consumidor sobre seus atributos (seus “sabores”); também o consumidor fala através dos objetos, i.e., dá-se a ver no espaço social pelo uso e apropriação que faz dos objetos em seu cotidiano.

Nos domínios de uma cultura capitalista demasiadamente consumista do *fazer-se ver pela posse*, tal lógica parece aplicar-se muito bem. Buscando ostentar certos traços diferenciais (de classe, de individualidade, de nacionalidade, de gênero, de idade...), as pessoas reproduzem padrões de consumo tidos como valorativos ou mesmo distintivos. Contudo, o que parece mais relevante é identificar que o design se inscreve nesta lógica como linguagem, constituindo tanto o substrato destes simulacros no espaço social quanto o vetor que permite ao indivíduo instaurar-se como sujeito de um discurso<sup>34</sup>. Como gesto discursivo, o design é então ato de linguagem, que dá a ver uma mensagem destinada ao *outro* que é ao mesmo tempo e em primeiro

---

<sup>34</sup> Parece importante aqui sanear certos juízos excessivamente redutores quanto a esta perspectiva discursiva, que costumeiramente vêm na leitura semiótica das práticas do consumo uma tentativa perniciosa de legitimar o discurso das marcas. A rigor, aquilo que a Semiótica oferece como virtualidade é a formulação, com base em seu modelo, dos regimes de sentido inscritos nestas práticas, sendo a posse de certo objeto um dado semiótico passível de análise.

lugar destinada ao “*mesmo* que fala: donde se conclui que *falar é falar-se*”<sup>35</sup>. Nestes termos, a Semiótica que problematiza as questões da discursividade desponta como episteme para o design.

A semiótica discursiva caracteriza-se por um dado investimento sobre o mundo, uma espécie de porosidade às formas significantes a que Semprini chamou “*lo sguardo semiótico*”<sup>36</sup>. Diante dos objetos e dos fenômenos, o semioticista tateia ao encontro dos efeitos de sentido, interessado, sobretudo, nos agenciamentos construtivos e nas operações discursivas que garantem a emergência do significado. Este “*modus significandi*” é o que anima a exploração semiótica, que tem por fim último aclarar *como o sentido faz sentido*.

A significação, a rigor, é um “domínio infinitamente vasto, do qual se ocupa o conjunto das disciplinas que constituem as ciências humanas, da filosofia à linguística, da antropologia à história, da psicologia à sociologia”<sup>37</sup>. O que a Semiótica oferece é uma abordagem deste complexo fenômeno a partir das formas assumidas pela linguagem, as manifestações concretas que tornam o sentido “comunicável e partilhável, ainda que parcialmente”<sup>38</sup>. Em outras palavras, aquilo que Greimas chamou o “parecer do sentido”.

O “ser” do mundo e do sujeito não diz respeito à semiótica, mas à ontologia; ele é, para usar outro jargão, a “manifestante” de uma “manifestada” que entrevemos. Espera-se da semiótica, por sua vez, que ela capte o “parecer” e constitua um discurso epistemológico que formularia tais condições, como tantos simulacros explicativos, em particular no que concerne às dificuldades e às aporias levantadas na análise discursiva.<sup>39</sup>

Em certa medida, é na definição deste horizonte epistemológico do olhar semiótico que a disciplina se constituiu. Pouco interessada numa digressão às “essências profundas” do mundo sensível, e igualmente distanciando-se da tradição hermenêutica, a semiótica trilha o que Landowski caracteriza como uma “viagem à nascente do sentido”, partindo das marcas que os enunciados

<sup>35</sup> KRISTEVA, 1969, p. 19.

<sup>36</sup> SEMPRINI, A. (ed.). *Lo sguardo semiotico*, Milão, Angeli, vol. I e II, 1990 e 2003.

<sup>37</sup> BERTRAND, 2002, p.11

<sup>38</sup> Ibid, p.11

<sup>39</sup> GREIMAS & FONTANILLE, op. cit., p. 22.

carregam, e tendo como objetivo a identificação das formas significantes engendradas no e pelo discurso.

Fazer semiótica não é somente tentar compreender num primeiro grau certas coisas (...) que se apresentam aos nossos olhos (...). E também não é apenas procurar desentranhar o sentido de nossa própria implicação nas peripécias de uma história (...). É também – ou, na realidade, é sobretudo – tentar compreender, num segundo grau, o que faz com que compreendamos de tal maneira, e não de outra, o que compreendemos. (LANDOWSKI, 2001)

O olhar semiótico é o olhar sobre a estrutura, sobre o arranjo sintagmático que ordena os elementos em um todo coeso e apreensível. Este todo de sentido corresponde à noção discursiva de *texto*, e constitui a unidade de significação da semiótica discursiva. A origem do termo aponta para uma raiz etimológica comum com “tecer”, permitindo a acepção de texto enquanto um “tecido tramado” ou um “urdimento de fios”, o que pressupõe a interdependência de suas partes, mas também uma intenção e uma competência construtiva<sup>40</sup>.

A noção de texto, distinta da noção empregada pela semiótica peirceana, implica que a significação se dá num nível subjacente aos signos, na tessitura das relações que se estabelecem no interior do todo significante. Para a tradição greimasiana, é o texto (ou enunciado) que serve de ponto de partida à análise. Como apresentado adiante, mesmo com os últimos desenvolvimentos da semiótica discursiva nos anos 1990, que desloca seu foco para além dos limites dos discursos e em direção às práticas sociais e à experiência vivida, a noção operatória de texto permanece central.

Greimas e Courtés esclarecem que os dois termos – texto e discurso – designam “o eixo sintagmático das semióticas não-linguísticas: um ritual, um balé podem ser considerados textos ou discursos”<sup>41</sup>. Se tomarmos, na mesma medida, o design enquanto linguagem, em nada seus produtos se diferenciam de outros discursos sociais. Uma campanha publicitária, um filme, uma obra literária, um utensílio doméstico ou uma coleção proposta por um estilista, todos são, igualmente, textos. Independente de sua natureza, um texto é o

<sup>40</sup> CASTILHO & MARTINS, 2005.

<sup>41</sup> GREIMAS & COURTÉS, op. cit., p. 503.

resultado de uma série de procedimentos construtivos que se organizam entorno de uma **coesão textual**. Em outras palavras, é somente através da análise deste caráter textual – resultante das **relações textuais**, e não de um alinhamento somatório de signos – que uma análise semiótica pode operar<sup>42</sup>. No Design, e em especial no Design Gráfico, em razão do sincretismo dos objetos (bem como de certo “sincretismo semiótico”), costuma-se privilegiar outra acepção para o “textual”<sup>43</sup>.

A natureza semiótica do design gráfico vai-se tornando mais clara ao considerarmos que este se refere à área de conhecimento humano e à prática profissional específica relativas ao ordenamento estético formal de elementos textuais e não-textuais que compõem peças gráficas destinadas à reprodução, com objetivo expressamente comunicacional.<sup>44</sup>

Podemos verificar que para o autor, os “elementos textuais” referem-se aos enunciados verbais que acompanham outros elementos “não-textuais”, como fotos e imagens. O que acaba prejudicado nesta abordagem é tanto o entendimento, tão caro ao Design, da natureza sincrética e da unicidade semiótica de seus artefatos quanto a análise do caráter textual do design enquanto prática discursiva. Como apresentado acima, a dimensão semiótica do design está assente no aparente consenso entre os autores do campo quanto aos aspectos comunicacionais dos artefatos colocados em circulação. O que resta estabelecer é uma forma de equilibrar as múltiplas naturezas destes objetos numa descrição adequada a sua complexidade. Ao tomar o objeto de design como unidade de sentido, “identificável de imediato como compondo um todo relativamente autônomo”<sup>45</sup>, este equilíbrio parece se esboçar, pois suas múltiplas naturezas (semióticas) são resolvidas no conceito do sincretismo de linguagem. Segundo Greimas e Courtés, semióticas sincréticas são aquelas que acionam várias linguagens de manifestação, como a ópera ou o cinema. Como uma destas linguagens, também o Design recruta ordens sensoriais diversas na construção de seus projetos, o que resulta em uma densidade

---

<sup>42</sup> BARROS, 1990.

<sup>43</sup> Entendemos como sincréticas as semióticas que – como o teatro ou o cinema – acionam várias linguagens de maneira concomitante.

<sup>44</sup> VILLAS-BOAS, 1997, p.11

<sup>45</sup> LANDOWSKI, 2001, p. 25.

fenomenológica não traduzida na proposta de Villas-Boas. Em outras palavras, a relação dos indivíduos com os objetos resolve este caráter complexo numa experiência identificável enquanto unidade pela superposição das diferentes ordens apreendidas.

Esta condição parece adequada à análise dos objetos do design gráfico, mas também do design de produto. Como entender a aquisição de um objeto complexo como um automóvel sem pesar, junto às cilindradas, ao desempenho e ao preço, aqueles aspectos da ordem do sensível, como o característico “cheiro de carro novo”, o contorno sensual de seu corpo/lataria, ou o ronco excitante do motor? Não estariam estes dados igualmente ao acesso do consumidor como qualquer outro argumento que o vendedor possa empregar? E, por conseguinte, não seria mesmo ao corpo dos sujeitos que o designer e os seus objetos acenam?

Estas questões sugerem que a aritmética do projeto não pode dirigir-se a outro resultado que não uma *unidade sincrética*. É a imediatez desta unidade que a análise semiótica desmancha na busca pelas reiterações que articulam a coerência textual e que, uma vez expostas, dão acesso aos mecanismos da significação. Analogamente, no exemplo a seguir, verificamos o emparelhamento de aspectos sintáticos em torno de uma proposta narrativa e que, ademais, dá forma a uma unidade sincrética nos termos colocados.

O mercado editorial é uma área em que proliferam iniciativas de design que ilustram muito bem a reiteração entre diferentes ordens sensoriais que um objeto pode tocar. Os chamados “livros-objeto”, por exemplo, ao subverter a sintaxe convencional das encadernações, propõem uma estrutura inusitada, poética e que reitera em seu projeto editorial o conteúdo do livro.

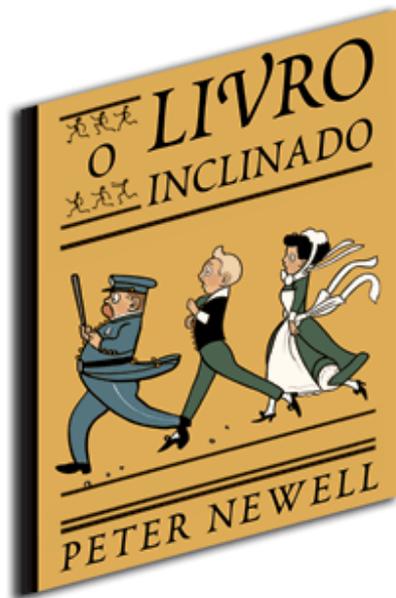


Figura 3 - *O Livro Inclinado*, de Peter Newell, editado pela Cosac Naify.  
(<http://editora.cosacnaify.com.br/ObraSinopse/11201/O-livro-inclinado.aspx>)

A divertida desobediência formal de “O Livro Inclinado” não só antecipa as desventuras do carrinho de bebê que foge desgovernado ladeira abaixo, como proporciona ao seu leitor uma nova dimensão significativa acessada pela sinestesia. A subversão que o formato não ortogonal desta obra infantil opera leva a criança a estabelecer, à medida que lê, relações entre expectativas e descobertas que surgem na convergência dos códigos empregados (o verbal, o visual, o tátil...), e que pressupõem um leitor ativo, criador e em construção. Este deslizamento entre forma e conteúdo, muito comum na arte e na poesia concreta, tem particular relevância na prática do Design: pode operar em proveito de uma coesão textual, mas concomitantemente no sentido do “desvio”. No exemplo, o projeto desmancha uma expectativa quanto à forma do livro a partir de uma *ruptura paradigmática*, substituindo ortogonalidade por inclinação. Como resultado deste método, temos não apenas uma nova forma, mas também uma nova sintaxe: de certo modo, um método *poético*. Como coloca Jakobson, a função poética da linguagem se dá na projeção do chamado eixo de similaridade (paradigmático) sobre o eixo de contiguidade (sintagmático)<sup>46</sup>. Ao sobrepor e confundir os eixos, aproximando sintagma e paradigma, o projeto dá ao arranjo sintagmático (o livro) o caráter analógico e paradigmático.

<sup>46</sup> JAKOBSON apud PIGNATARI, 2004.

Pode-se perceber que este método a que nos reportamos, formalista em certo sentido, acompanha o convite jakobsoniano de fazer o estudo da função poética ultrapassar os limites da poesia, introduzindo-o no universo não-verbal dos objetos<sup>47</sup>. Esta perspectiva, se não faz coincidir, ao menos aproxima a prática projetual de um duelo salutar com as rotinas da linguagem do Design, analogamente à revolução da língua que Barthes propõe através da literatura. Se para o francês, “é no interior da língua que ela deve ser combatida, desviada”, é no gesto projetivo, ou seja, no exercício do Design, que o designer deve “trapacear”<sup>48</sup>.

### 3.3.2. Do texto ao contexto: semiótica das situações

Nesta condição de sistema significante, o Design está, entre outras linguagens, imbricado na trama das semióticas do universo linguístico e, inevitavelmente, nos limites de um contexto social e histórico<sup>49</sup>. O modelo semiótico, a seu tempo, reservou a este aspecto das linguagens, ou seja, à sua ocorrência num espaço ou contexto, dois tratamentos diversos. Inicialmente reportando-se ao contexto a partir do exame da enunciação, ou seja, como o efeito de sentido de “extradiscursividade” gerado no próprio texto e, portanto, tornado real por ele mesmo, a semiótica tomou como seu objeto os enunciados<sup>50</sup>. Mais adiante, já pela via do projeto sociosemiótico, passou a ocupar-se das *situações*, circunscrevendo como seu objeto “as relações discursivas (...) construídas pelos textos do cotidiano e nas formas de interação entre os sujeitos”<sup>51</sup>. Para Landowski, tais situações estão estabelecidas no macrotexto englobante, “um espaço aberto, sem fronteiras definidas, e do qual não se pode dizer de antemão exatamente onde ele começa, nem, ainda menos, onde termina”<sup>52</sup>.

---

<sup>47</sup> JAKOBSON, 2001.

<sup>48</sup> BARHES, 1988.

<sup>49</sup> Muito recorrentemente em seu dicionário, Greimas & Courtés adotam o termo “semiótica” como conjunto significante tratado pela teoria semiótica. Essa “semiótica-objeto” aparece aqui, então, nesta acepção.

<sup>50</sup> SOBRAL, 2009.

<sup>51</sup> CASTILHO, 2004, p. 96.

<sup>52</sup> LANDOWSKI, 1996, p. 33.

A incorporação desta noção resolve certo desconforto da prática discursiva, na medida em que recupera e ilumina a noção de situação enquanto dado semiótico. Sem abrir mão do critério da imanência, as análises semióticas passam a reconhecer que a estrutura do texto, por assim dizer, convoca e autoriza a presença do não-textual mantendo o intradiscursivo como “espaço privilegiado de instauração das modulações que o sentido assume a partir desse contexto”<sup>53</sup>. A importância desta abertura do modelo às questões relativas ao contexto sócio-histórico está, para Landowski, na irredutibilidade do conjunto de dispositivos semióticos – textuais e contextuais – necessários à apreensão do sentido.<sup>54</sup>

(...) basta tirar qualquer objeto de seu contexto — por exemplo, uma moeda, uma máscara, uma armadura ou o mais modesto utensílio doméstico — e colocá-lo na vitrina de um museu para que ele mude de estatuto, perca seu sentido original e, com um pouco de sorte, transforme-se aos olhos do público em ‘objeto de arte’.<sup>55</sup>

É pelo deslocamento a partir do texto em direção às práticas discursivas e às situações que a Semiótica redefine o papel dos sujeitos na produção do sentido, i.e., redesenha a noção mesma de significação. Mesmo considerando que os textos (e os objetos em geral) significam, não há como admitir um sentido que seria o seu, uma propriedade que, como coloca Landowski, se assemelharia a um perfume que “parece emanar deles e que, ou nos envolve imediatamente, ou só se deixa definir a custa de muitos esforços”<sup>56</sup>. A condição que o sentido requer para sua ocorrência é, para a Semiótica das situações, a própria emergência do fazer interpretativo de um sujeito que o construa. Só há sentido que seja construção. Em certa medida, como previsto já na noção textual dos sistemas de linguagem, o objeto autônomo só é enunciado porque é, igualmente, enunciação. Entretanto, o que o estudo das situações introduz é uma ampliação do conceito de texto, que incorpora enfim a noção mesma do *fazer* dos sujeitos no mundo que os rodeia, e ajuda a reter o sentido enquanto dimensão vivida do ser no mundo. Como coloca Fechine:

---

<sup>53</sup> SOBRAL, op.cit. p. 65.

<sup>54</sup> LANDOWSKI, op. cit.

<sup>55</sup> Ibid, p. 32.

<sup>56</sup> Id., 2001, p. 29.

A primeira consequência metodológica de tal direcionamento é o despreendimento da semiótica de um corpus textual de referência (texto *stricto sensu*) e a sua conseqüente preocupação em descrever agora um sentido que se dá em ato, seja nas experiências individuais, seja nas práticas sociais cotidianas, nas quais estão necessariamente envolvidos os componentes afetivos e sensoriais.<sup>57</sup>

Desta feita, cumpre ressaltar que o interesse de uma abordagem sociosemiótica é oferecer um aparato conceptual para “enxergar de forma homogênea (tanto) as configurações de ordem textual (quanto) os dispositivos institucionais que as enquadram e as regularidades (ou as rupturas) no plano das práticas (...) que resultam na categorização dos discursos em circulação”.<sup>58</sup>

Este movimento da teoria no sentido de cobrir os regimes do contato dos sujeitos com as superfícies de emergência do significado está, como veremos adiante, na nascente de uma Semiótica da experiência sensível. Por ora, para colocar em contato o Design e o método semiótico de maneira mais clara, examinaremos o caráter gerativo que os aproxima.

### **3.3.3. A lógica gerativa do Design (e do sentido)**

Numa perspectiva semiótica, o Design é uma atividade construtiva que articula formas e conteúdos. Como gesto de linguagem, a atividade coloca em curso uma ordenação sintática visando cumprir requisitos projetuais de naturezas distintas, do desenvolvimento de embalagens para alimentos ao projeto de habitáculos automobilísticos. Cada projeto é, tomado como ato linguístico, uma ação criadora que joga com as possibilidades de um sistema: um arranjo de virtualidades que o designer atualiza em seus agenciamentos projetuais, com vistas a dar forma segundo planejamento prévio a um todo significante. Por tal natureza, o Design admite – não como imperativo, mas

---

<sup>57</sup> FECHINE, 2006, p. 3.

<sup>58</sup> LANDOWSKI, 1996, p. 35.

como vocação – o itinerário da subversão, do jogo e da ruptura, “no esplendor de uma revolução permanente da linguagem”<sup>59</sup>.

A disposição para um Design revolucionário e transformador passa necessariamente pela compreensão deste ato linguístico gerador. Aliás, a turbidez em torno deste aspecto leva constantemente à reprodução de paradigmas formais, técnicos ou estéticos, tomados como preceitos projetuais invariantes. É o caso do estudante que projeta cadeiras comparando as vantagens de pernas cilíndricas sobre as formas prismáticas. Inspirado nos hábitos de uma tribo indígena nômade da Bolívia (os ayoreo), o arquiteto chileno Alejandro Aravena deu forma a um dos grandes sucessos do Salão do Móvel de Milão de 2010. Sua “não-cadeira” deixa de lado os paradigmas formais usualmente previstos para o objeto, experimentando com uma sintaxe inusitada.



Figura 4 - “Chairless”  
(<http://www.vitra.com>)

A solução surpreendentemente simples deste curioso “dispositivo de sentar” subverte diferentes aspectos formais da cadeira “tradicional”: não tem espaldar ou quatro pernas, não traz duas superfícies ortogonais, tampouco pode ser usada para a troca de lâmpadas. Entretanto, sua sintaxe original permite uma maneira de sentar absolutamente relaxada, envolve uma materialidade

---

<sup>59</sup> BARTHES, 1978, p. 16.

mínima e privilegia a portabilidade, o que faz dela uma opção sem igual para situações como concertos musicais, viagens ao campo ou passeios no parque.

O caso acima, inusitado e ao mesmo tempo exemplar, ilustra como a criação em Design precisa dissolver certas invariantes projetuais para integrar os objetos às práticas de seus usuários e também restaurar, por meio de um ato sistemático de ruptura, sua vocação transgressora. Ainda que enfrente resistência por parecer associada a um Design “extrovertido”, deve-se reconhecer que é esta possibilidade de transgredir que evita que o Design se resolva nos tratados estéticos, como uma cosmética geral dos objetos do mundo, em busca de nada mais que o eterno retorno do novo. Se fazemos corresponder o projeto a um ato transgressor é menos pelo imperativo da inovação de que o designer é refém, e mais pela criatividade de que é tributário. Ou seja, projetar é inclusive – ou sobretudo – identificar paradigmas e revertê-los mediante critérios próprios de Design nos espaços oferecidos pelo método. Em outras palavras, as soluções projetuais que o método faz surgir dependem tanto de uma organização metodológica quanto de uma incessante tentativa de revelar-lhe as brechas, as fendas, os “descaminhos” a trilhar. Para tanto, não bastaria apenas pensar *com* método, mas pensar *o* método. Como coloca Coelho:

O substantivo método chega-nos do latim *methodus*, que provém da locução grega *meta* (meta) + *hodos* (caminho). Seria, então, o caminho para se atingir uma finalidade. (...) Em realidade, é muito difícil perceber método separado do processo, sendo este caracterizado pelas grandes etapas que aquele deve percorrer. De fato, o processo seria um método em movimento.<sup>60</sup>

Enfim, temos que método, inclusive – ou sobretudo – o de Design, guarda estreita relação com a ideia de um *caminho* sobre o qual se desenovelam as componentes de um problema, rumo a uma solução que atenda parâmetros técnicos previamente definidos. Neste caminho, o projeto se caracteriza por partir de um momento inicial de abstração para um momento final de realização. É o que podemos depreender também da proposta de Bomfim, que sistematiza os métodos do Design em três grandes fases:

---

<sup>60</sup> COELHO, 2008, p. 252.

- **Fase Analítica:** o problema é definido, e são traçados requisitos, e os dados são levantamento (sobre projetos concorrentes ou similares, perfil do usuário, materiais e tecnologia, etc.). Em seguida, as informações levantadas são analisadas e gera-se o conceito do projeto;

- **Fase Criativa:** são geradas alternativas e as melhores ideias são selecionadas. Por fim, elege-se a alternativa mais adequada à solução do projeto;

- **Fase Executiva:** o projeto é detalhado, encaminhado para a execução, seguindo-se o acompanhamento da produção.<sup>61</sup>

O que estas três fases esclarecem é o *encadeamento gerativo* que o método projetual prescreve: o Design está relacionado com a definição formal, a concretização do que esteve, outrora, no plano das ideias, por meio de ações ordenadas. Os diferentes sentidos comportados pelo substantivo “projeto”, como um design realizado (“este edifício é um belo projeto”), como algo em curso (“o projeto está dentro do prazo”), ou mesmo como uma ação ainda não iniciada (“...está em fase de projeto”), parecem denotar que seu melhor entendimento esteja mesmo contido na passagem do abstrato para o concreto através do método. A esse respeito, Coelho observa que

(...) A palavra método, assim como técnica e processo, tem acepções diferentes para teóricos distintos. Muitos, de maneira adequada, preferem utilizar o termo técnica como genérico, deixando para método o rótulo ou seu SIFNIFICADO adjetivo. Para outros, enquanto método apresenta o caminho (mais afeto ao processo, em nosso esquema), a técnica fornece o ato concreto de realização.<sup>62</sup>

Desta dupla articulação da noção de projeto com método (percurso) e técnica (realização), os projetistas colocam em curso a passagem do abstrato ao concreto por meio de uma sucessão de etapas que tornam cada vez mais tangível aquela solução que a problemática previa como virtualidade. Se esta lógica geradora apresentada acima procede, o Design admite uma aproximação com o conceito semiótico do *percurso gerativo*, que prevê que todo objeto

---

<sup>61</sup> BOMFIM, 1995.

<sup>62</sup> COELHO, op. cit., loc. cit.

pode ser analisado decompondo-se as etapas de sua produção no sentido contrário a ela.

Como já foi colocado, a função semiótica é a solidariedade entre um plano da expressão e um plano do conteúdo. Este último é concebido na forma de um percurso de “engendramento do ou dos sentidos”<sup>63</sup>. Em sua Semântica Estrutural, Greimas propõe as bases deste modelo, que designa “a economia geral de uma teoria semiótica” em que os componentes “se articulam uns com os outros de acordo com um ‘percurso’ que vai do mais simples ao mais complexo, do mais abstrato ao mais concreto”<sup>64</sup>.

O percurso gerativo é um simulacro metodológico: um modelo teórico que tem em vista reproduzir o trajeto da construção de um objeto (texto), da forma como ele poderia ter sido concebido, e não como o foi de fato. Em termos gerais, o modelo simula a dinâmica do sentido a partir da instância da produção, ou seja, discrimina as etapas entranhadas na arquitetura do texto e reconstrói o projeto discursivo executado pelo destinador. Para tanto, parte do princípio que todo texto apresenta uma superfície de maior concretude sob a qual estão estruturados patamares mais profundos e abstratos, que se revelam pela análise. O modelo distingue estes diferentes patamares em três níveis: o *discursivo* (ou superficial), o *narrativo* e o *fundamental* (ou profundo), passíveis de descrição autônoma e portadores de um componente sintático e outro semântico. Enquanto a produção em qualquer linguagem pode ser traduzida numa trajetória do abstrato para o concreto (da ideia ou concepção à formalização, como demonstrado acima, tomando o método do Design como exemplo), na análise o percurso é o inverso. Inicialmente são identificados os elementos mais superficiais e concretos para, a partir destes, seguir ao encontro dos elementos mais profundos e abstratos, que estão na base das chamadas estruturas semio-narrativas.

---

<sup>63</sup> BARROS, 2003, p. 88.

<sup>64</sup> GREIMAS & COURTÉS, op. cit., p. 232.



Quadro 1 – Percurso Gerativo do Sentido (adaptado de Fiorin, 2004).

No nível profundo ou fundamental, o mais abstrato dos três, o texto apresenta as relações semânticas mínimas, sobre a qual as demais estruturas do discurso se organizaram. É sobre esta ideia de relação que a semiótica greimasiana concebe a geração do sentido, e não como referência. Para Greimas e Courtés, pode-se entender o conceito de relação como “a atividade cognitiva que estabelece, de maneira concomitante, tanto identidade quanto alteridade de duas ou várias grandezas”<sup>65</sup>. Esta distinção é fundante, na medida em que pressupõe o sentido como uma operação textual sobre um eixo semântico cujos extremos são termos em oposição. Desta forma, podem-se substituir as operações de afirmação e negação do quadrado semiótico (as chamadas oposições semânticas de base) por inflexões de tonicidade e repensar a noção dos termos simples em termos complexos.

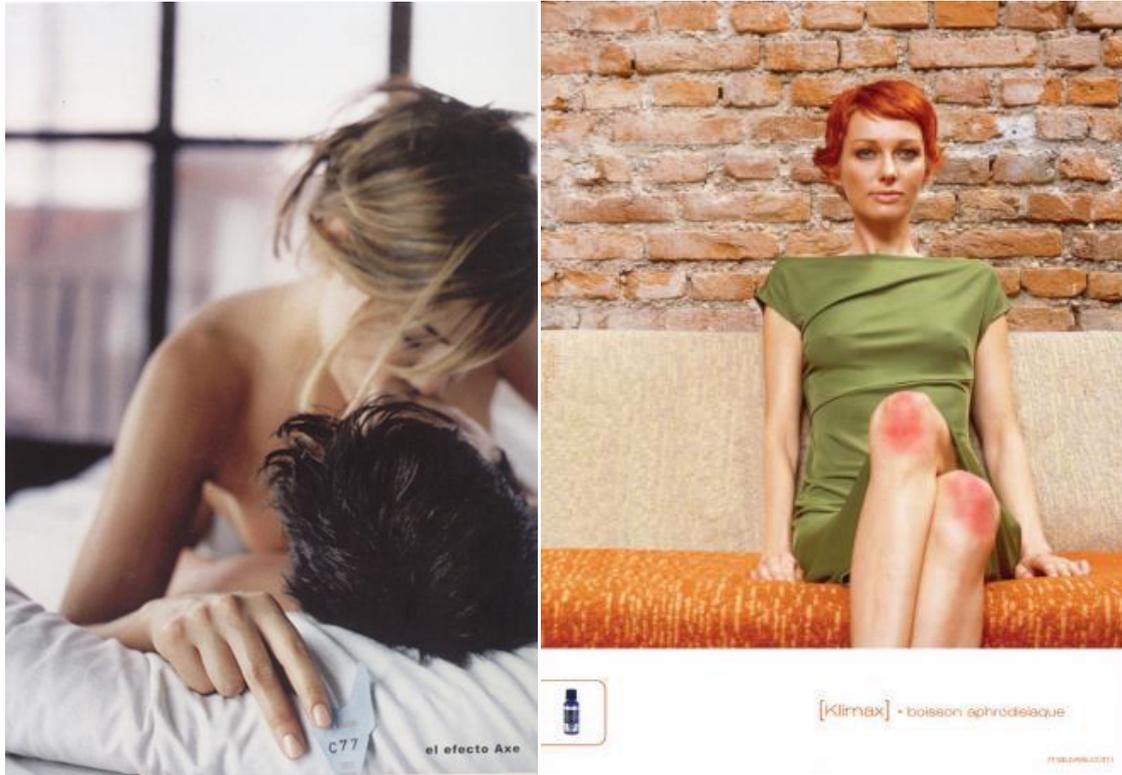
Isto quer dizer, por exemplo, que *vida* define-se em relação a *morte*, e não em relação a “fatos” ou coisas” de um suposto mundo tomado como real. Há, portanto, um eixo semântico, cujos extremos são vida e morte, que garante o sentido nesse domínio de experiência. Esse eixo tem natureza contínua, servindo de base para os recortes lexicais que se podem fazer sobre ele.<sup>66</sup>

Nos anúncios publicitários da figura 4, podemos observar a construção semiótica de produtos distintos tendo como valor de base a mesma ênfase em seu exacerbado poder afrodisíaco. Nos dois enunciados, o produto ofertado se apresenta como o vetor para o ato sexual, figurativizado na imagem “a” e

<sup>65</sup> GREIMAS & COURTÉS, op. cit., p. 418.

<sup>66</sup> PIETROFORTE, 2008, p. 16.

pressuposto na imagem “b”. Mesmo havendo um sentido anedótico relevante nos dois anúncios, o que os aproxima de maneira mais contundente é realmente o investimento semântico profundo que os gracejos recobrem: ambos prometem não apenas o acesso aos prazeres do sexo, mas seu excesso.



a

b

Figura 5 - O arrebatamento, anúncio de Axe (Revista Playboy, 2008); Klimax (Revista Esquire, 2003)

Como colocado, no nível fundamental o sentido do texto se expressa pela estruturação de um eixo semântico, que tem termos opostos em suas extremidades. No exemplo acima, podemos perceber que as narrativas pressupõem uma ruptura, uma descontinuidade que se dá pelo uso dos produtos que instauram um novo estado das coisas. Seus usuários, tomados que estão pelos encantos proporcionados pelos produtos, despertam apetites sexuais descontrolados, de maneira arrebatadora. De certa forma, o que ambos os anúncios prometem é uma espécie de banalização do ato sexual, ou seja, uma transformação narrativa entre a falta da conjunção com um parceiro sexual e a abundância. Em “a”, esta abundância é quantitativa, marcada pela senha

numérica da parceira, por sua posição de iniciativa (sobre o parceiro) e pela figurativização do período diurno (a luz difusa que entra pela janela revela os primeiros momentos do dia). Em “b”, uma abundância qualitativa, pois de maneira mais sutil, a compulsão mediada pelo produto é apresentada no resultado de um ato sexual intenso, que deixou marcas no corpo da jovem aparentemente recatada.

Como coloca Barros, “no nível mais abstrato e simples, o das estruturas fundamentais, os sentidos do texto são entendidos como uma categoria ou oposição semântica”<sup>67</sup>. Cada um dos termos desta categoria recebe um investimento semântico diferente, que é construído pelo próprio texto, nas circunstâncias de sua estrutura narrativa.

É a *oposição* chamada *tímica* entre *euforia* e *disforia*, isto é, entre um sentimento positivo e um negativo de nós mesmos, entre o bem-estar e o mal-estar, que sentimos antes de tudo no plano do corpo e que, de acordo com a semiótica greimasiana, é a raiz somática dos nossos juízos de valor.<sup>68</sup>

Desta forma, podemos observar que as categorias de base dos anúncios apresentados acima relacionam-se a um estado inicial (disfórico) de baixa ou monótona atividade sexual, e um estado final (eufórico) de intensa atividade sexual. Pelo uso do produto, passamos da continuidade (quando os indivíduos estão em conjunção com sua rotina) à ruptura (quando disjuntos da rotina, os indivíduos experimentam o incomum).

No nível fundamental, as estruturas profundas podem ser formuladas como termos do chamado *quadrado semiótico*, que consiste na representação gráfica da articulação lógica de uma categoria semântica. Desta feita, o quadrado semiótico expressa visualmente a noção saussureana de que o significado é obtido por oposição ao menos entre dois termos, e que um termo não se define substancialmente, mas sim no feixe de relações que contrai. O esquema do quadrado semiótico permite indexar as relações diferenciais que desenham o nível profundo do percurso generativo. Contudo, estas categorias constituem valores virtuais, que acabarão atualizados e revestidos de

---

<sup>67</sup> BARROS, 2003, p. 189.

<sup>68</sup> VOLLI, 2007, p. 131.

concretude na passagem ao nível narrativo mediante uma junção com os sujeitos da sintaxe narrativa de superfície<sup>69</sup>. Para ilustrar estes procedimentos, podemos tomar como exemplo a lógica semântica que se põe em operação na construção identitária das grandes corporações, que buscam distinguir-se no mercado frente à concorrência. Para tanto, é bastante recorrente a ocupação de espaços semióticos não apenas distintos, mas diametralmente opostos. Foi o que Floch, em minuciosa análise, verificou entre marcas como IBM e Apple, posicionadas uma em relação à outra como alternativas radicalmente divergentes<sup>70</sup>. Já no mercado de refrigerantes, Heilbrun demonstrou a existência de uma dinâmica semelhante operada pela Virgin-cola diante da líder de mercado. Posicionada como “anti-herói”, ela busca justamente “desestabilizar o herói da história, a Coca-Cola”.<sup>71</sup>

Como colocado, é somente no nível narrativo que estas categorias são operacionalizadas. Isto porque a passagem de um nível inferior (mais abstrato) para um nível imediatamente superior (mais concreto) produz a variação de conteúdos invariantes, de tal sorte que se até o momento ocupamo-nos das categorias semânticas gerais dos textos, passamos agora às suas estruturas narrativas. A oposição inicial, que coloca em relação dois termos contrários e que aparece como uma recorrência na trama textual, neste nível intermediário orientará o chamado *percurso narrativo*, em que os enunciados mínimos se articulam para construir a complexidade narrativa do texto<sup>72</sup>. Para a semiótica, a sintaxe narrativa comporta dois tipos de enunciados: de estado e de fazer. Enquanto o primeiro tipo estabelece relações da ordem da junção entre sujeitos e objetos, o segundo tipo se refere às transformações vividas pelos sujeitos na transição entre dois enunciados de estado sucessivos. Como explica Fiorin:

---

<sup>69</sup> GREIMAS & COURTÉS, op. cit., p. 331.

<sup>70</sup> FLOCH, 2000.

<sup>71</sup> HEILBRUN, 2002, p.77

<sup>72</sup> A rica análise das funções narrativas dos contos eslavos realizadas por Propp contribuiu para a formulação do modelo teórico de Greimas, que deu forma à chamada semiótica narrativa. Entretanto, enquanto as funções propianas buscavam identificar certas unidades sintagmáticas que se faziam constantes e cuja sucessão perfaziam o conto, o esquema narrativo semiótico busca dar conta de todas as classes discursivas. Para mais sobre a estrutura narrativa proppiana, veja PROPP, Vladimir Iakovlevich. *Morfologia do conto maravilhoso*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1984.

Os textos não são narrativas mínimas. Ao contrário, são narrativas complexas, em que uma série de enunciados de fazer e de ser (de estado) estão organizados hierarquicamente. Uma narrativa complexa estrutura-se numa sequência canônica, que compreende quatro fases: a manipulação, a competência, a performance e a sanção.<sup>73</sup>

O percurso narrativo canônico pode ser entendido como a sequência geral das transformações narrativas, cuja operacionalidade resulta da ampla conveniência das quatro fases apontadas. Cada enunciado estaria, dessa forma, estruturado sintaticamente em: uma fase inicial em que se afirma um contrato entre um destinador-manipulador e um sujeito (manipulação); uma segunda fase em que este último se qualifica para cumprir o contrato (competência); uma fase de realização e ação própria do sujeito (performance) e uma fase final em que o destinador avalia a ação do sujeito positiva ou negativamente (sanção)<sup>74</sup>.

Na comunicação de marca, por certos imperativos dos enunciados publicitários (como a inteligibilidade e a clareza argumentativa), é bastante comum reconhecer esta lógica narrativa, mesmo quando apenas uma das etapas está encenada. Os anúncios a seguir, com produtos inseridos numa sequência narrativa bastante clara, encenam a fase da manipulação e suas diferentes modalidades. Enquanto o primeiro (figura 6) opera pela oferta de uma “vantagem” que a posse do produto oferece (tentação), o segundo (figura 7) manipula seu destinatário pela ameaça contida na não adesão à sua proposta narrativa (intimidação).

---

<sup>73</sup> FIORIN, 2004, p. 22.

<sup>74</sup> SOLDI, 2008, p. 218.



Figura 6 – *Tentação*, Valisère (Marie Claire, 2008).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0721256/CA



Figura 7 – *Intimidação*, Nationwide, Columbus, Ohio, 2007.  
 ([http://adsoftheworld.com/media/ambient/nationwide\\_insurance\\_spilt\\_paint](http://adsoftheworld.com/media/ambient/nationwide_insurance_spilt_paint))

Já no anúncio da figura 7 (dos prazeres proporcionados por um preservativo texturizado) e na mídia ambiental da figura 8 (que brinca com os limites entre o público e o privado dos sanitários masculinos), identificamos

respectivamente a manipulação por descrédito (provocação) e por valorização (sedução) dos actantes envolvidos. Como podemos observar, tanto no anúncio da seguradora (figura 6) quanto no painel das interessadas jovens (figura 8), as imagens arrastam seus interlocutores para dentro das narrativas, rompendo certos limites que os anúncios convencionalmente parecem respeitar.



Figura 8 – *Provocação*, Lifestyles Ribbed Condoms ([http://adsoftheworld.com/media/print/lifestyles\\_ribbed\\_condoms\\_juicer\\_1](http://adsoftheworld.com/media/print/lifestyles_ribbed_condoms_juicer_1))



Figura 9 – *Sedução*, banheiro masculino no Sofitel de Queenstown, Nova Zelândia. (<http://www.fun-stuff.net/tag/funny-toilet/>)

Podemos depreender que no nível das estruturas narrativas, os textos apresentam as relações entre os sujeitos e os objetos colocados em circulação. É neste sentido que Heilbrunn sugere tomar as manifestações de marca (um logotipo, por exemplo) como narrativas, uma vez que ao contar uma história, estas manifestações propõem horizontes de sentido em que os consumidores podem perceber as promessas de certos valores<sup>75</sup>. Tal propriedade pode ser observada nos famosos cartazes do designer gráfico japonês Shigeo Fukuda (figura 9), que se notabilizou pelo equilíbrio entre notável síntese gráfica e grande elaboração narrativa.

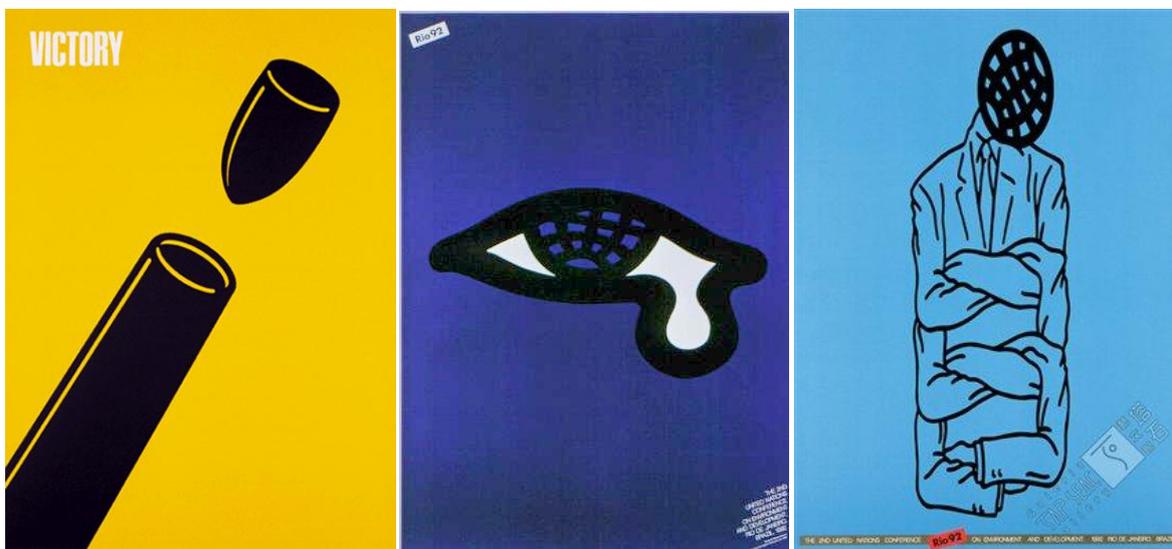


Figura 10 – Narrativas gráficas de Shigeo Fukuda.  
(<http://www.designishistory.com/1960/shigeo-fukuda/>)

No amplo espectro das manifestações publicitárias, cumpre observar que os discursos das marcas não são discursos sobre objetos, a construir simulacros dos produtos anunciados, como um entendimento parcial da dimensão narrativa poderia sugerir. Em tempo, o que os anúncios empreendem passa, inevitavelmente, por esta arquitetura semântica dos produtos. Contudo, muito mais sutil (e por isso mais comumente ignorada) é a construção de certos atributos semióticos dos sujeitos pressupostos nestes atos discursivos

<sup>75</sup> HEILBRUN, op. cit.

particulares: o anunciante, o consumidor em potencial, o consumidor fidelizado, o resistente, o indiferente, o concorrente, os sujeitos da chamada opinião pública, enfim, destinatários diversos tocados em sua sensibilidade durante seu percurso histórico. Uma vez que toda manifestação de marca reitera um projeto discursivo mais amplo (o estatuto semiótico da marca), esta dinâmica de papéis em seu entorno respeita uma série de aspectos referentes a este projeto, que ao mesmo tempo ancora as manifestações e serve de fio condutor às novas iniciativas discursivas. Nestes termos, Semprini defende que cada uma destas manifestações seja considerada “um enunciado em si, uma estrutura semiótica completa, um micro-discurso no qual pode-se aplicar o modelo de análise semio-narrativo”<sup>76</sup>. O que garantiria a estas manifestações sua efetividade seria sua coerência ao projeto semiótico.

É o que verificamos quando uma empresa lança, apóia ou patrocina um evento, uma ação ou uma campanha de natureza social. Nestes casos, o retorno institucional é efetivamente *discursivo*. Envolver-se em questões de caráter ambiental, por exemplo, é expediente corriqueiro entre empresas que objetivam parecer mais sustentáveis. A Petrobrás (estatal petrolífera de importância mundial) mantém, desde 1983, apoio ao Projeto TAMAR, que desenvolve ações de proteção às tartarugas marinhas na costa brasileira. É evidente que tal apoio é fundamental ao projeto e que seus resultados (amplamente noticiados) têm grande relevância. Mas igualmente interessante (do ponto de vista semiótico) é o que o apoio à causa (enquanto prática discursiva) faz pela estatal, garantindo-lhe uma identidade ligada à preservação e ao meio ambiente, tão cara a uma empresa que explora recursos naturais num panorama de crise ambiental. Esta contrapartida midiática (discursiva) é resultado da uma iniciativa programática coerente com o projeto semiótico da marca e confirma a dinâmica narrativa das práticas publicitárias.

Completando o percurso gerativo, as estruturas narrativas abstratas são recobertas mais superficialmente pelas figuras e temas do nível discursivo, que lhes dão concretude. Segundo Fiorin, “os esquemas narrativos são assumidos pelo sujeito da enunciação que os converte em discurso”, num movimento de

---

<sup>76</sup> SEMPRINI, op. cit., p. 167.

variação dos conteúdos narrativos invariantes<sup>77</sup>. Para o autor, a enunciação é a etapa pressuposta em todo ato discursivo, que corresponde à instância de sua produção. Em outras palavras, nenhum texto, objeto ou discurso se enuncia por si só, na ausência de um sujeito produtor, ou sem destinação.

A enunciação constitui-se inevitavelmente de um *eu-aqui-agora*, pressupostos no ato enunciativo. Por esta razão, a sintaxe discursiva ocupa-se de três procedimentos de discursivização: a actorialização, a espacialização e a temporalização, o que abrange respectivamente as categorias de pessoa e as coordenadas espaço-temporais. O sujeito da enunciação pode ainda ser desdobrado num enunciador (o simulacro de quem fala) e num enunciatário (o simulacro daquele a quem se dirige o enunciador), ambos apreensíveis a partir dos textos. O primeiro realiza um *fazer persuasivo*, buscando que o enunciatário aceite o que ele diz, enquanto o segundo realiza um *fazer interpretativo* a partir dos procedimentos argumentativos empregados. As relações entre enunciador e enunciatário e as projeções da instância da enunciação no enunciado perfazem a sintaxe discursiva.<sup>78</sup>

Como colocado anteriormente, na semântica do nível discursivo os esquemas narrativos abstratos podem receber investimentos temáticos e figurativos. O discurso nada mais é, portanto, que a “narrativa ‘enriquecida’ por todas as opções do sujeito da enunciação”<sup>79</sup>. Segundo Fiorin, “tematização e figurativização são dois níveis de concretização do sentido. Todos os textos tematizam o nível narrativo e depois esse nível temático poderá ou não ser figurativizado”<sup>80</sup>. Enquanto os discursos figurativos têm uma função descritiva ou representativa, por criarem efeitos de realidade, os discursos do tipo temático têm uma função predicativa ou interpretativa, pela classificação e ordenação da realidade significativa. Contudo, é preciso destacar que esta oposição entre tema e figura, que remete à relação entre abstrato e concreto, não se dá de maneira absoluta, mas numa gradação extremamente complexa. Desta forma, quando um texto é classificado como figurativo ou temático, o que está colocado é um carácter predominante de uma destas modalidades, e não

---

<sup>77</sup> FIORIN, op. cit. p. 39.

<sup>78</sup> Ibid., loc. cit.

<sup>79</sup> BARROS, 2003, p. 53.

<sup>80</sup> Ibid, p. 64.

sua exclusividade. Para Greimas, a figuratividade é a “tela do parecer cuja virtude consiste em entreabrir, em deixar entrever, em razão de sua imperfeição ou por culpa dela, como que uma possibilidade de além sentido”<sup>81</sup>.

Proveniente da teoria estética, o termo figuratividade designa a “imitação do mundo pela disposição das formas numa superfície”<sup>82</sup>. Greimas e Courtés afirmam que a figurativização depende da atribuição a um objeto sintático de um “investimento semântico que permitirá ao enunciatário reconhecê-lo como uma figura”<sup>83</sup>. Para Bertrand,

Todo conteúdo de um sistema de representação (visual, verbal ou outro) tem um correspondente no plano da expressão do mundo natural, isto é, da percepção. As formas de adequação, configuradas pelo uso, entre a semiótica do mundo natural e a das manifestações discursivas, formam o objeto da semiótica figurativa. Esta se interessa, pois, pela representação (a mimesis), pelas relações entre figuratividade e abstração, pelos vínculos entre a atividade sensorial da percepção e as formas de sua discursivização.<sup>84</sup>

Neste escopo, o termo figura se refere às unidades da expressão ou do conteúdo de qualquer sistema semiótico que tem um correspondente perceptível no mundo natural<sup>85</sup>. Podem ser figuras um automóvel, uma casa, o casamento, o voto, a felicidade, a guerra, o azul, enfim, todos aqueles investimentos que conferem contornos figurativos ao texto e que possibilitam ao seu leitor acessá-lo. Como coloca Bertrand, os textos conectam-se ao mundo natural através da figuratividade, responsável por estabelecer uma “uma correspondência entre as figuras semânticas que desfilam sob os olhos do leitor e as do mundo, que ele experimenta sem cessar em sua experiência sensível”<sup>86</sup>.

A importância das figuras instauradas nos textos não está ligada à identificação dos indícios pictóricos que o texto carrega, ou às propriedades que fazem com que um elemento textual guarde certa semelhança com outro

---

<sup>81</sup> GREIMAS, 1987, p. 78.

<sup>82</sup> BERTRAND, 2002, p.154.

<sup>83</sup> GREIMAS & COURTÉS, op. cit., p. 186.

<sup>84</sup> BERTRAND, op.cit., p. 420.

<sup>85</sup> Em semiótica, o mundo natural é “o parecer segundo o qual o universo se apresenta ao homem como um conjunto de qualidades sensíveis, dotados de certa organização” (Greimas e Courtés, op. cit. p. 186).

<sup>86</sup> BERTRAND, op.cit., p. 29

não textual, tomado então como seu referente<sup>87</sup>. Não se trata, portanto, de verificar a capacidade de significar, entre o figurativo e o abstrato, ou de buscar nas equivalências com o mundo certas sutilezas que o texto promove, mas de reconhecer na articulação entre propriedades sensíveis e propriedades discursivas, o encadeamento do chamado *percurso figurativo*. Este encadeamento, “fundamentado na associação de figuras – próprio de um universo cultural determinado –, é em parte livre e em parte obrigatório, na medida em que lançada uma primeira figura, essa exige apenas algumas, com exclusão de outras”<sup>88</sup>. Por exemplo, para o tema “sagrado”, o enunciador pode empregar figuras como a cruz, a virgem, o sacerdote, das quais dependerão os desdobramentos figurativos subsequentes, como o arranjo espaço-temporal, as relações de antagonismo, etc.

A noção de figuratividade nos permite estabelecer uma gradação que partindo da abstração, chega à iconicidade como etapa última da figurativização do discurso. Para a semiótica discursiva, a iconicidade do figurativo está ligada à ideia de ilusão referencial, que pode ser definida como

resultado de um conjunto de procedimentos mobilizados para produzir o efeito de sentido ‘realidade’, aparecendo assim como duplamente condicionada pela concepção culturalmente variável da “realidade” e pela ideologia realista assumida pelos produtores e usuários desta ou daquela semiótica.<sup>89</sup>

Desta feita, enquanto a figuração corresponde à conversão dos temas em figuras, a iconização dota as figuras de investimentos particularizantes que produzem a ilusão referencial. O importante é ressaltar que a veridicção (capacidade dos discursos de expressarem seu conteúdo de modo a fazê-lo parecer verdadeiro) não é dependente da iconicidade, mas da coesão das escolhas figurativas e temáticas mobilizadas pelo enunciador, que está ligada ao surgimento das *isotopias figurativas*. A isotopia, propriedade interna dos discursos, é um conceito emprestado da Física que no universo semiótico designa “a permanência de um efeito de sentido ao longo da cadeia do

---

<sup>87</sup> Este fenômeno particular, que dá forma aos chamados signos icônicos de Peirce, é estudado pela semiótica discursiva nos termos da intertextualidade.

<sup>88</sup> GREIMAS & COURTÉS, op. cit., p.213.

<sup>89</sup> Ibid., p. 251.

discurso”<sup>90</sup>. As isotopias são feixes figurativos ou temáticos que dão coerência aos textos, não raro assegurada pela redundância ou pela repetição de um número limitado de traços semânticos. De acordo com Greimas & Courtés, “a isotopia constitui um crivo de leitura que torna homogênea a superfície do texto, uma vez que permite elidir ambiguidades”. São as isotopias que garantem, para um dado texto, a finitude das leituras possíveis, pois elas estariam simplesmente ligadas “ao caráter polissêmico dos lexemas, cujas virtualidades de exploração são em número finito”<sup>91</sup>. Como lembra Oliveira, as isotopias estabelecem um espaço fiduciário subjacente à leitura que instaura o *crer verdadeiro*, base de um contrato de veridicção que leva à adesão do sujeito ao sensível.<sup>92</sup>

### 3.3.4. O significativo plástico

Na figura 10, a justaposição dos conhecidos logotipos da IBM e da Apple demonstra a diferença da gradação figurativa que duas empresas concorrentes empregam no sentido de reafirmar as descontinuidades entre seus projetos semânticos<sup>93</sup>. Como pode ser observado, antes de qualquer relação de ordem figurativa – ou aquém da categoria propriamente icônica – as qualidades plásticas das marcas enquanto enunciados visuais reiteram graficamente a divergência de posicionamento comercial entre as duas corporações.



Figura 11 – Logotipo IBM e a “maçã” da Apple  
(www.brandsoftheworld.com)

<sup>90</sup> BERTRAND, *op. cit.*, p. 153.

<sup>91</sup> GREIMAS & COURTÉS, *op. cit.*, p. 247.

<sup>92</sup> OLIVEIRA, 2004.

<sup>93</sup> Um estudo completo sobre os projetos de identidade das empresas supracitadas pode ser encontrado em Floch, Jean-Marie. *Visual Identities*, London: Continuum, 2000.

O que o esquema acima demonstra é que a cadeia sintagmática do mercado cobra das empresas um esforço muito específico na construção de traços identitários diferenciais. Não obstante, estas assinaturas dão forma a uma série de sentidos – mais ou menos claros – que às empresas interessam manifestar. Por esta razão, o desenvolvimento de uma identidade corporativa deve atentar para o caráter de *fragmento discursivo* dos logotipos: produtos do design gráfico, estas imagens inscrevem-se no projeto semiótico mais geral que as corporações constroem, como manifestações do que Semprini denomina “marca”.

A marca é uma instância eminentemente semiótica. Podemos então considerar seu aparecimento no mercado como um processo de enunciação, a saber, o movimento fundamental de conversão pelo qual uma entidade semiótica abstrata se transforma em uma ocorrência concreta.<sup>94</sup>

Nestes termos, assumimos que a totalidade do sentido de uma instituição está sujeita à voracidade do fluxo da experiência vivida, só podendo ser experimentada no contínuo da interação. Como ocorrências de caráter complexo, de difícil circunscrição, as marcas são “manifestações que (...) poderíamos considerar abertas, ‘dinâmicas’, ainda por vir, isto é, que não oferecendo o caráter de unidades fechadas, só se deixarão captar em ato”<sup>95</sup>. É este caráter que retomaremos a seguir, a partir da semiótica da experiência sensível. Por ora, cumpre destacar dois aspectos: em primeiro lugar, a importância da problematização do percurso figurativo na análise das identidades corporativas. Em segundo, a possibilidade de, a partir dos limites da figuratividade, se buscar uma linguagem diversa, que não apenas dê conta dos objetos “denomináveis” que os textos mobilizam (suas figuras), mas de certos traços aquém ou além do propriamente figurativo<sup>96</sup>. Esta linguagem estaria contida numa semiótica plástica.

Para Greimas, a preocupação com a dimensão plástica deve surgir quando o *corpus* de análise está situado no momento posterior à ruptura

---

<sup>94</sup> SEMPRINI, op. cit., p. 156.

<sup>95</sup> LANDOWSKI, 2001, p. 25.

<sup>96</sup> GREIMAS apud OLIVEIRA, 2004.

epistemológica que coloca em questão a chamada leitura figurativa<sup>97</sup>. Buscando estabelecer princípios de exploração para o significante plástico que atendam à totalidade dos sistemas de significação, a semiótica estrutural reconhece desdobramentos absolutamente fundamentais na Glossemática do dinamarquês Louis Hjelmslev (1899-1965). Em sua nova disciplina, Hjelmslev propõe que as linguagens apresentam-se como a solidariedade entre dois planos em pressuposição recíproca: o **plano da expressão** e o **plano do conteúdo**. Como coloca Greimas, enquanto o plano da expressão corresponde ao significante de Saussure, o plano do conteúdo corresponde ao seu conceito de significado. A função semiótica (o ato da linguagem) é a realização desta articulação entre os dois planos.

(...) expressão e conteúdo são solidários e um pressupõe necessariamente o outro. Uma expressão só é expressão porque é a expressão de um conteúdo, e um conteúdo só é conteúdo porque é conteúdo de uma expressão. Do mesmo modo, é impossível existir (...) um conteúdo sem expressão e uma expressão sem conteúdo.<sup>98</sup>

Destinada a dar conta de objetos que não são mais apenas aqueles da linguística saussureana, a semiótica estrutural (e a derivação conhecida como semiótica plástica) se apropria dos achados hjelmslevianos para fazer distinção entre os chamados **sistemas simbólicos** e os **sistemas semióticos**. Greimas e Courtés observam que os símbolos são estruturas interpretáveis como grandezas refratárias a uma análise em figuras<sup>99</sup>. Portanto, os sistemas simbólicos – como os sinais de trânsito, o alfabeto ocidental e as bandeiras de agremiações, partidos ou nações – são linguagens cujos planos de expressão e de conteúdo estão em conformidade total. A cada elemento da expressão corresponde um – e somente um – elemento significante, sem que uma descrição pormenorizada acabe revelando-se útil. São, portanto, signos indivisíveis em unidades menores. Já os chamados sistemas semióticos operam em linguagens em que não há conformidade ou isomorfia entre os planos. É

---

<sup>97</sup> Esta proposta remete aos trabalhos do *atelier* de estudos do visual da *Ecole des Hautes Etudes em Sciences Sociales*, do qual, além de Greimas, faziam parte Jean Marie Floch, Felix Thulermann, entre outros.

<sup>98</sup> HJELMSLEV, 1975. p. 54.

<sup>99</sup> GREIMAS & COURTÉS, op. cit..

preciso descrever isoladamente cada um dos planos para, em seguida, buscar as chamadas relações de homologação. Um terceiro tipo de sistema, no entrecruzamento dos dois anteriores, constitui o objeto de maior interesse da chamada semiótica plástica, qual seja, a chamada *linguagem semissimbólica* (ou poética). Sua natureza está relacionada não com a correspondência entre elementos isolados da expressão e do conteúdo, mas com feixes de categorias que se revelam correspondentes no ato da linguagem. Como proposto por Greimas e Courtés, as linguagens semissimbólicas são “sistemas significantes caracterizados não pela conformidade entre as unidades do plano do conteúdo e do plano da expressão, mas pela correlação entre categorias dos dois planos”<sup>100</sup>. Como exemplo, os autores apontam a gestualidade da cabeça que comumente empregamos para confirmar ou negar qualquer coisa. Se tomarmos os gestos como linguagem, decompondo-os em significante (expressão) e significado (conteúdo), temos o seguinte esquema:

CATEGORIAS DA EXPRESSÃO	CATEGORIAS DO CONTEÚDO
<i>verticalidade</i>	<i>SIM</i>
<i>horizontalidade</i>	<i>NÃO</i>

Quadro 2 – Semissimbolismo

O que o exemplo revela é que, num sistema de linguagem, uma ordem semi-simbólica se instaura quando categorias da expressão operam em conformidade com as categorias do conteúdo (se o contrário de verticalidade é horizontalidade, tais categorias da expressão terão significados contrários no plano do conteúdo)<sup>101</sup>. Segundo Floch, a pesquisa sobre os sistemas semi-simbólicos foi impulsionada por aquilo que os pintores denominaram

<sup>100</sup> THURLEMANN apud GREIMAS & COURTÉS, 1986.

<sup>101</sup> TEIXEIRA apud BASTOS, 2008.

*contrastes plásticos*, i.e., a co-presença de dois termos contrários de uma categoria plástica numa mesma superfície<sup>102</sup>.

A dimensão plástica dos textos visuais erige-se a partir da articulação dos *formantes*, as menores unidades da expressão, por meio de procedimentos relacionais. O formante pode ser de várias ordens – matérico, eidético, cromático ou topológico – e sua participação na constituição do plano da expressão deve ser examinada na articulação com o plano do conteúdo<sup>103</sup>. Cada um destes dois planos designa “separadamente os dois termos da dicotomia *significante/significado* ou *expressão/conteúdo* que a função semiótica reúne”<sup>104</sup>. No trajeto da análise da dimensão plástica, são verificados traços, elementos, manifestações visuais que são recorrentes no plano da expressão, e que ao longo do texto indiciam os procedimentos de concretização do conteúdo pela matéria significante operados pelo enunciador. Este procedimento de análise dos formantes – que opera aquém das figuras mobilizadas pelo texto – busca contornar a lexicalização dos textos visuais (a confusão entre o “visível” e o “dizível”) que perpassa a abordagem figurativa. Para Greimas, estes textos cobram uma linguagem diferente, e apesar das investigações figurativas constituírem um componente autônomo da semiótica geral, não parecem “estar em condição de especificar o domínio particular que se tenta circunscrever”<sup>105</sup>. Sobre esta linguagem plástica que a semiótica passa a buscar, Oliveira acrescenta:

Considerando que um texto visual (...) é construído por um arranjo específico de sua plástica, organizada por mecanismos estruturais particulares de seu sistema com as suas regras, resultando em uma dada sintagmatização das unidades mínimas; optamos por denominar plástica a semiótica que se ocupa da descrição do arranjo da expressão de todo e qualquer texto visual. Trata-se, portanto, de uma semiótica de caráter geral do ponto de vista de seus fundamentos teóricos e de seus procedimentos metodológicos.<sup>106</sup>

---

<sup>102</sup> FLOCH, 1985.

<sup>103</sup> GREIMAS apud OLIVEIRA, 2004, p.18-46.

<sup>104</sup> GREIMAS & COURTÉS, op. cit. p. 336.

<sup>105</sup> GREIMAS apud OLIVEIRA, op. cit., p. 82.

<sup>106</sup> OLIVEIRA, 2004, p. 12.

### 3.4. A dimensão sensível do design

No final do século XX, a semiótica francesa, sob forte influência dos fenomenólogos do pós-guerra, desloca seu foco de interesse. Como coloca Landowski, “o benefício essencial dos reencontros com a inspiração fenomenológica é o fato de ajudarmos a sair de uma problemática do ‘texto’ no sentido estrito”<sup>107</sup>. Após os movimentos em direção ao que o próprio autor classifica de uma semiótica das situações, em seus últimos desdobramentos, a semiótica francesa passa a se ocupar da dimensão sensível do significado, e de suas inflexões sobre o corpo. A noção distanciada e estetizante predominante nas abordagens narrativas – preocupadas essencialmente com a economia das trocas entre sujeitos – dá lugar a uma abordagem centrada no contato direto entre sujeitos, não necessariamente mediado pelos objetos postos em circulação.

Neste novo momento da teoria semiótica, a incorporação da noção de corpo ajuda a entender a experiência e a apreensão do sentido enquanto fenômeno perceptivo, ou, nos termos merleau-pontyanos, enquanto experiência vivida *em ato*. Em consonância, Landowski introduz uma ruptura com a acepção canônica do fenômeno da significação, ampliando a definição para englobar além do objeto (semiótico), o sujeito que constrói o significado. Sua crítica ao caráter fundamentalista do projeto semiótico figurativo-narrativo busca dirimir o cientificismo que insistentemente manteve afastadas teoria e experiência. Introduzir a problematização do sujeito no universo dos interesses semióticos é, em certa medida, uma questão de protagonismo, dado que se “o sentido não existe para se ‘pegar’ (como seria um tesouro quando se cava a superfície) é porque ele, em todos os casos, deve ser construído”<sup>108</sup>. O sentido é, portanto, aquilo que introduz o sujeito no mundo.

Num terceiro momento, ao tomar a interação dos sujeitos do mundo como positivities semiotizáveis, e aproximando ainda mais fortemente o vínculo com a matriz fenomenológica, a teoria colocou em curso um olhar sobre a chamada experiência sensível.

---

<sup>107</sup> LANDOWSKI, 2001, p. 27.

<sup>108</sup> Ibid.

Também, sob muitos aspectos, é para a mesma fonte de inspiração (a fenomenologia) que, hoje, a pesquisa mais avançada se volta novamente, redescobrimo, através da dimensão do “sensível” e da “estesia”, ao mesmo tempo a presença do corpo e a mediação da percepção como “lugar não linguístico onde se situa a apreensão da significação” (Greimas, 1966: 8).<sup>109</sup>

Tendo em vista tal dimensão *estésica* dos objetos estudados, a semiótica desloca agora seu foco sobre aqueles efeitos de sentido produzidos pelo contato dinâmico, pela presença interativa apta a fazer sentido em si. Esta nova abordagem se distingue das anteriores por considerar que uma transformação de estado sofrida por um sujeito pode ser simplesmente o resultado de sua “exposição” a um outro presentificado. Este regime de interação dispensaria um vetor, um significante ou mesmo um objeto de valor a circular e a determinar papéis narrativos. Seria, em outras palavras, colocado em jogo entre actantes e dar-se-ia por *contágio*.

É isso que reconhecemos ao dizer que o tipo de contágio que nos interessa pressupõe, na falta de causas ou razões, a presença de um sujeito para o outro. No simples estar-lá de dois atores enquanto corpos-sujeitos, cada um já oferece a seu parceiro, e percebe dele, uma espécie de texto minimal.<sup>110</sup>

O exemplo inicial apresentado pelo autor é o do riso. Em sua opinião, a hilaridade que arrebatava um sujeito pode se dar em razão da decodificação e da interpretação de um evento, ou mesmo de uma piada, o que seria da ordem de uma comicidade narrativa e racional. Em outras palavras, segundo um modelo cognitivo de processamento e mediação. Por outro lado, o mesmo estado de hilaridade pode nos atingir simplesmente pela presença, diante de nós, de um segundo sujeito já vitimado pelo cômico: alguém que ri. É o mecanismo estésico, este estado imanente do outro que possui e contagia aqueles ao seu redor.

O que perpassa a proposta de uma semiótica do sensível é, em última análise, uma tentativa de afastamento do modelo canônico da semiótica

---

<sup>109</sup> LANDOWSKI, op. cit., p. 27.

<sup>110</sup> Ibid., p. 7.

narrativa, por meio de novos regimes de interação do sujeito com o mundo, que não estejam somente ligados a uma economia de trocas entre actantes. Pela via da estesia, a semiótica se abre as possibilidades da intersubjetividade, tendo em vista o retorno à sensibilidade e à noção fenomenológica de corpo como instância de apreensão do sentido. Para o corpo, o mundo é um todo significativo, distante de um conjunto fragmentário de positivities apreendidas nas trocas entre sujeitos. Esta aproximação entre o corpo que sente e o mundo sentido (experiência vivida em ato) conduz a uma aproximação entre sujeito e objeto, ou ao que podemos reconhecer como da ordem mesmo do intersubjetivo, pois

(...) o que sabemos ou cremos saber do outro não pode resultar exclusivamente de uma atitude objetivante cuja consequência é reduzir o outro ao estatuto de uma imagem, de uma representação, de um “objeto de valor”. Sempre haverá também lugar, tanto no plano intersubjetivo quanto no intersomático, para um tipo de conhecimento outro, precisamente *estésico*.<sup>111</sup>

Este espaço do corpo na produção e apreensão do sentido tem, na concepção fenomenológica, uma primazia irredutível. Para Merleau-Ponty, é aqui que se dá a compreensão da intencionalidade do outro (e sua atitude para comigo), pois é através do meu corpo que posso torná-la minha: o corpo é intencionalidade que se exprime, e que secreta a própria significação. É esta convocação ao sentir do corpo que as imagens analisadas nos capítulos a seguir apresentam, e que lhes garante a unidade enquanto corpus. Cada uma delas, de acordo com um projeto semiótico de *fazer sentir*, mobiliza pelo menos uma ordem sensorial de modo a tocar o corpo dos destinatários, amortizando qualquer distância objetivante. Nos corpos enlaçados pelos recursos discursivos das mídias alternativas, estamos nós mesmos, partícipes presentificados na astuta encenação publicitária. Diante de tais dispositivos midiáticos, cumpre reconhecer, nos termos da proposta landowskiana, que já não cabe a noção de um “observador que julga e finalmente decide, mas um corpo que experimenta a qualidade sensível da presença do outro corpo”<sup>112</sup>. O *corpo-objeto*, distante, imagético, estético, dá lugar ao *corpo-sujeito*,

---

<sup>111</sup> Ibid, p. 11.

<sup>112</sup> Ibid., p. 9.

somatizado, que opera por experimentar o mundo na própria superfície corporal, num movimento proprioceptivo que tem o outro como extensão, que tem no outro referência.

Mesmo que todo objeto cultural, toda manifestação artística, todo objeto de Design ou anúncio publicitário possa ser investigado segundo tal perspectiva, ou seja, enquanto ocorrências fenomenológicas dadas a perceber por sujeitos acionados em sua corporeidade, as mídias alternativas parecem oportunizar exatamente este ponto de contato com o corpo, no sentido de garantir um encontro mais efetivo com as ordens sensoriais de seus interlocutores. Em outras palavras, parece haver em sua lógica semiótica uma adequação à noção de um sentido é menos um dado perceptivo dado a saber, e mais uma manifestação imanente dada a sentir. Nos capítulos seguintes, tentamos reconstruir o quadro geral em que tal suposição se ampara, e em que tais iniciativas encontram sua condição de existência.