

## **“Porquê a Semiótica?”**

Zara Pinto Coelho

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS)

Universidade do Minho, Braga

zara@ics.uminho.pt

Pinto-Coelho, Z. (2010) “Porquê a semiótica”, Workshop *Espaços da Semiótica*, 1º Encontro do Grupo de Trabalho de Semiótica – SOPCOM, Convento dos Dominicanos, Lisboa, 26 Fevereiro 2010.

### **Resumo**

Nesta comunicação realço algumas das razões pelas quais o ponto de vista da semiótica social (Hodge e Kress, 1988; Martins, 2002) é fundamental para uma investigação crítica da comunicação humana.

**Palavras-chave:** semiótica social, sociosemiótica; investigação em comunicação

### **Abstract**

In this paper, I point out some of the reasons why a social semiotic approach (Hodge e Kress, 1988; Martins, 2002) is needed for a critical endeavour in communication research.

**Keywords:** social semiotics; sociosemiotics; communication research

Gunther Kress, em conversas informais, costuma dizer que “um dia os semióticos vão mandar no mundo”. Esse dia, quando chegar, significa que finalmente se compreendeu que todas as nossas acções sociais são semióticas, pelo menos parcialmente, e vice-versa, que todas as nossas acções semióticas são sociais. Expliquemo-nos.

As nossas acções sociais são semióticas porque as mudanças nas práticas sociais são muito influenciadas pelas mudanças nas práticas discursivas e nas suas manifestações textuais (van Leeuwen, 2005). Vejamos, por exemplo, o caso dos processos de produção semiótica industrial, como a produção de jornais. Em muitos contextos, devido às possibilidades oferecidas pelas tecnologias electrónicas, relatar, escrever, editar, formatar, e publicar estão a fundir-se numa prática única, significando que um só indivíduo controla todo o processo de produção. Obviamente que esta mudança nas

práticas discursivas, com consequências no tipo de textos produzidos, implica toda uma reestruturação no modo de organização social deste tipo de produção semiótica.

Inversamente, compreendemos todas as acções semióticas como acções sociais: porque os recursos semióticos não são apenas meios de troca, mas foram produzidos ao longo de histórias culturais, em resultado de interesses e propósitos específicos (Jewitt e Oyama, 2001; Kress e van Leeuwen, 2005); porque a significação não é apenas um processo enraizado nos recursos semióticos, mas um processo profundamente inserido e afectado por discursos, por normas culturais e por estruturas de poder (Martins, 2002); porque os textos são produzidos para realizarem determinadas acções, nunca são feitos por “acidente” (Yedema, 2001), e porque a construção de um texto implica a mobilização de recursos, de um campo de significados potenciais, que precisam de ser activados pelos seus produtores e intérpretes (Jewitt e Oyama, 2001).

Por isso, quando ouvimos um aluno de doutoramento (interessado em aprofundar a questão do *agenda-setting*, tão popular nos estudos jornalísticos, e em fazer uma análise de conteúdo de textos jornalísticos sobre “a religião”) afirmar que não consegue ver a pertinência da semiótica para o seu objecto de estudo, ficamos profundamente perplexos. Como poderemos explicar a este aluno (e a tantos outros) que ele como nós vive no mundo do “Sr Sigma”, um mundo de signos? O que fazer para inverter a tendência de imobilizar os textos e de os tornar “dados” ou produtos acabados, que cortamos e colocamos aqui e acolá de forma a encaixarem-se num SPSS ilusoriamente perfeito na sua exactidão e precisão?

Como nos diz a semiótica social e a análise crítica do discurso (e.g. Weiss e Wodak, 2003), o texto constitui apenas a parte visível de um processo comunicativo complexo de produção e de compreensão que é interactivo por natureza, e que ocorre numa situação concreta e numa sociedade e cultura. Não deveremos, portanto, cortar a semiótica da sociedade, nem a semiótica do pensamento social e político.

Partindo desta posição, o texto passa a ser visto como um traço, uma manifestação de um processo discursivo e social, o que significa que o texto não encerra em si mesmo o seu conteúdo, ou seja, o seu sentido, a sua significância. De facto, as teorias semânticas do discurso permitem-nos já perceber que o conteúdo ou a significação “não é o que está dentro do texto”, nem é produzido só pelo falante, nem só pelo ouvinte. A produção do significado resulta de uma interacção contextualizada, de uma negociação dinâmica entre os recursos cognitivos que o analista/leitor traz para a interpretação, o que está (e também não está, mas poderia estar) de forma mais ou menos explícita num texto e

contexto e o significado potencial do mesmo (Thomas, 1995: 22). Uma metáfora que nos poderá ajudar a compreender este processo de co-construção do sentido é a metáfora de discurso como um icebergue, ou como um *blueprint*, proposta por Tomlin *et al* (1997: 64) para substituir a metáfora mais comum do discurso como um “contentor”. Nesta visão, o produtor do texto age como uma espécie de arquitecto, e o seu texto não deve ser visto como um *constructo* semântico completamente preenchido, mas sim como uma espécie de planta que ajuda o leitor na construção da representação conceptual dos assuntos em causa. Tal como as plantas dos edifícios não contêm os materiais de construção reais, mas retratam por convenção a forma como esses materiais devem ser usados, também o texto contém pouco ou nenhum significado *per se*, mas serve por convenção para guiar o leitor na construção de um edifício conceptual. Nesse sentido, o texto fornece pistas na base das quais a/o leitor ou o visionador pode trabalhar, não sendo, no entanto, a única fonte de informação usada pelo mesmo para compreender o que o produtor quis dizer. Na verdade, a/o leitor ou visionador usa toda a informação ao seu dispor para atribuir sentido ao texto. Sabe-se já, por exemplo, o papel determinante, porque constrangedor e também potenciador, da representação que os participantes têm do contexto em que se desenrola a interacção, nomeadamente, a representação que fazem de si próprios, dos papéis, propósitos ou finalidades mútuas, do tipo de relações sociais em jogo, do quadro espacial e temporal em que se desenrola a interacção verbal, da série de textos e discursos em que o texto se inscreve, etc. (van Dijk, 2008). A determinação pelos interlocutores sobre a informação temática ou mais importante está muito ligada a estes objectivos mais globais de natureza retórica. Para além desta informação, que é dinâmica, o leitor usa elementos das crenças, opiniões e atitudes que já tinha antes de ter começado a comunicar. Sem querer entrar na complexidade dos processos cognitivos e sociais envolvidos no processamento do discurso durante um evento comunicativo concreto, quero no entanto sublinhar que dar sentido ao discurso envolve a construção estratégica de uma representação do texto e do contexto, mas também dos acontecimentos ou acções abordadas no mesmo, com base nos significados semânticos e nos significados interaccionais, juntamente com a aplicação de um conhecimento e de opiniões socialmente partilhadas (van Dijk, 2005: 35). Isto quer dizer que processamos os textos em modos pragmáticos normais, inferindo significados que não foram ditos explicitamente (Grice, 1975). Simplificando, a informação linguística ou semiótica dá-nos pistas para procurar inferências relevantes, mas as inferências que fazemos dependem das suposições, do conhecimento (incluindo o

conhecimento sobre o saber-dizer ou convenções relativas a situações comunicativas específicas - *gêneros* de discurso, e.g. Bazerman, 2006), das crenças, das opiniões e das ideologias que trazemos para a interpretação. Como os leitores ou visionadores não vêm para a tarefa de tirar inferências com assunções e conhecimentos ou opiniões idênticas, as suas interpretações podem divergir.

Mas será então que a partir de um texto poderemos dizer tudo o que nos pode passar pela cabeça? Na verdade, como qualquer outro semiótico acredito que o potencial significativo dos textos é limitado, quer dizer, embora o número de leituras possa ser infinito, não o é com certeza o seu alcance semântico. Daí a importância de analisarmos os modos como produtores de signos usam ou modelam os signos numa determinada situação de comunicação de forma a que o texto, como um signo complexo, responda aos seus interesses e propósitos e às suas intenções. Evidentemente que este tipo de análise não permite fazer afirmações sobre o uso situado dos textos, ou sobre a forma como os leitores ou visionadores os dizem usar, tarefa que nas Ciências da Comunicação estará entregue aos estudos da recepção. No entanto, a análise semiótica dá meios para descrever e compreender “o que está a ser usado” (Bezemer e Kress, 2008: 171). E, nesse quadro, pode colocar hipóteses mais ou menos seguras sobre as leituras e os efeitos das representações. Ao chamar a atenção para os potenciais e constrangimentos daquilo que está a ser usado, para a agência do produtores dos signos e para a importância das suas ações no processo de produção do significado, a semiótica têm pelo menos um papel fundamental no quadro das ciências da comunicação portuguesas: o de combater a ilusão da transparência dos signos. Porque a forma, a substância material através da qual o significado é realizado e tornado disponível aos outros, conta. Se as nossas leituras analíticas partirem deste princípio, do pressuposto de uma relação motivada entre o significante e o significado, entre o modo como se mostra/diz/faz (*o como*) e aquilo que se mostra/diz/faz (*o quê*), somos obrigados a prestar atenção “aos detalhes” e a analisar os textos de uma forma sistemática, com a ajuda dos vários instrumentos disponíveis. Esta tarefa, ainda que complexa, pode parecer muito mecânica e até mesmo “infantil”, como dizem os nossos alunos. No entanto, analisar não é “apenas” identificar ou descrever traços formais. É preciso fazê-los falar, chamando ao diálogo os saberes de outras ciências sociais, para renegociar os significados potenciais desses traços, para colocar questões e abrir as portas a novas possibilidades semióticas. Neste quadro, a semiótica social constitui apenas um dos elementos de uma equação interdisciplinar. Mas um elemento

fundamental: permite ultrapassar o nível da suspeição vaga e da resposta intuitiva, dando instrumentos para descrever a forma como os recursos semióticos são usados. Este é um caminho para tornar estranhos, menos naturais e menos evidentes os significados potenciais desses usos. Segui-lo significa abrir as portas à interrogação permanente.

## Referências

- Bezemer, J.; Kress, G. (2008) “Writing in multimodal texts: a social semiotic account of designs for learning”, *Written Communication*, vol. 25, n° 2, 166-195.
- Dionísio, A.; Hoffnagel, J. (orgs.) (2006) *Gêneros Textuais, Tipificação e Interação*. Charles Barzerman, S. Paulo: Cortez Editora.
- Grice, P. (1999 /1975) “Logic and conversation” in A. Jaworski, A.; N. Coupland, N. (eds.) (1999) *The Discourse Reader*, Londres: Routledge, pp. 76-88.
- Hodge, B.; Kress, G. (1988) *Social Semiotics*, Cambridge: Polity Press.
- Jewitt, C. e Oyama, R. (2001) “Visual meaning: a social semiotic approach” in Theo van Leeuwen e Carey Jewitt, (Eds.) *Handbook of Visual Analysis*, Londres: Sage, pp. 134-157.
- Kress, G., van Leeuwen, T. (2003) *Reading Images*, Londres: Routledge.
- Martins, M. (2001) *A Linguagem, a Verdade e o Poder. Ensaio de Semiótica Social*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, Fundação para a Ciência e Tecnologia.
- Thomas, J. (1995) *Meaning in Interaction*, Essex: Longman Group Limited.
- Tomlin, R.; Forrest, L.; Pu, M; Kim, M. ( 1997) “Discourse semantics” in Teun van Dijk (Eds.) *Discourse as Structure and Process, Discourse Studies. A Multidisciplinary Introduction*, Londres, Sage, I. vol, pp. 63-111.
- Van Dijk, T. (2005) *Discurso, Notícia e Ideologia. Estudos na Análise Crítica do Discurso*, Porto: Campo das Letras.
- van Dijk, T. (2008) *Discourse and Context. A Sociocognitive Approach*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Van Leeuwen, T. (2005) *Introducing Social Semiotics*, New York: Routledge.
- Weiss, G.; Wodak, R. (2003) *Critical Discourse Analysis. Theory and Interdisciplinarity*, N.Y, Palgrave MacMillan.

Yedema, R. (2001) “Analysing film and television. A social semiótic account of *Hospital: an Unhelthy Business*, in Theo van Leeuwen e Carey Jewitt, (eds.) *Handbook of Visual Analysis*, Londres: Sage, pp. 183-204.