

E ditar, produzir e fazer circular livros que possam colaborar com a melhoria do ensino no Brasil, estabelecer uma ponte entre a produção do conhecimento e a sociedade. Promover a circulação do saber, enfim. Esta tem sido, desde o início, a preocupação da Editora Contexto.

Boa leitura!

Siga-nos:



www.editoracontexto.com.br



Sumário

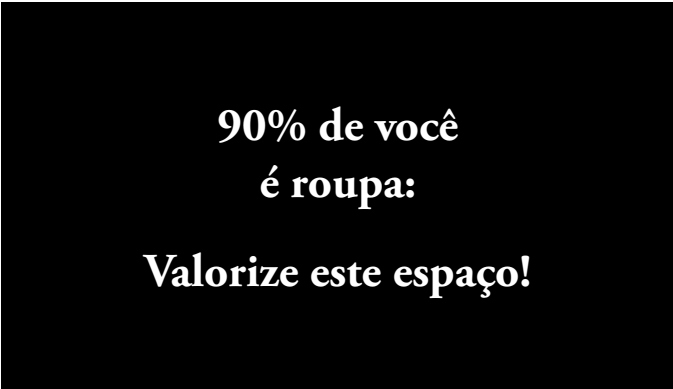
Conversa com o leitor.....	9
O que é e para que serve a Semiótica?.....	17
Ferramentas semióticas.....	41
Desvendando o discurso político e corporativo.....	129
Nazismo, um modelo exemplar de totalitarismo.....	149
A invenção da “raça pura”.....	159
A função dos signos no exercício do poder totalitário.....	183
Primo Levi e a desconstrução semiótica da identidade em Auschwitz.....	201
Bibliografia.....	219
O autor.....	223

Conversa com o leitor

Caro leitor,

Para apresentar este livro, vou começar contando como, a partir de um cenário aparentemente banal, fui descobrindo, pouco a pouco, o alcance da Semiótica e de que modo essa incrível ciência “detetivesca” pode ajudar-nos a entender o mundo em que vivemos.

Certa vez, andando pelas ruas da cidade, deparei com um intrigante cartaz publicitário com os dizeres:



**90% de você
é roupa:
Valorize este espaço!**

À primeira vista, a mensagem era óbvia: devemos investir na roupa, pois ela tem a função de cobrir e proteger nosso corpo. Mas, ao reler o texto mais atentamente, perguntei-me se seria essa a única leitura: a roupa serviria apenas para cobrir e proteger nosso corpo? Pareceu-me, caro leitor, que o cartaz estaria nos dizendo algo mais sobre o significado da roupa. Resolvi aprofundar-me na análise do anúncio. Caminhando pela avenida e contemplando o enorme cartaz negro, pensei um pouco mais e percebi, num relance, que o sentido do texto ia muito além daquela primeira leitura. Com efeito, se o vestuário abriga a quase totalidade do corpo, devemos *valorizar* esse espaço, pois, além de proteger, a roupa pode não só revelar aspectos de nosso perfil (gostos, cultura, nível socioeconômico, profissão etc.), mas também ser útil para a construção de nossa aparência e, conseqüentemente, de nossa identidade. Portanto, ao escolhermos determinada peça do vestuário, podemos ter a intenção de comunicar um determinado significado sobre nossa imagem social (juventude, elegância, modernidade, poder aquisitivo, cultura, profissão etc.). A roupa – e, certamente, qualquer outro objeto – pode ter, enfim, significados socioculturais que ultrapassam sua função utilitária. Aí, ao adquirir tais significados, o vestuário, a exemplo de palavras, gestos, sons e imagens, passa a funcionar como uma autêntica ferramenta de comunicação e se transforma em *signo*. O termo *signo* – proposto pela Linguística e pela Semiótica – designa qualquer elemento sonoro, visual, olfativo, gustativo ou tátil que se torna portador de significados referentes a objetos, situações, sensações, experiências, enfim, a tudo que envolve nossa vivência no mundo.

É evidente que a comunicação seria impossível sem os signos que constituem, destarte, a matéria-prima da Semiótica, a ciência que estuda os signos e seus “parceiros” (sinais, símbolos e índices) que utilizamos na comunicação. Como bem salientou Roland Barthes, o talentoso semioticista, tudo pode virar *signo* (Barthes, 1971: 46-7); assim, um aparelho iPhone Apple pode significar que seu proprietário é jovem, moderno, inteligente e até “bem de vida”.

– *Pois bem, e daí?* – poderia perguntar o atento leitor.

Vamos, então, satisfazer o leitor e mostrar aonde queremos chegar.

Partindo do princípio de que não só a roupa mas tudo pode virar signo, pensei na quantidade e na variedade de objetos, situações, ocupações etc. que nos envolvem – em maior ou menor escala, conforme o nível socioeconômico das pessoas – e fiquei procurando imaginar o tamanho do universo de signos em que vivemos. O leitor certamente sabe que, para nossa sobrevivência física, psicológica e social, os signos são indispensáveis para comunicarmos nossos desejos e necessidades. Embora pareça bastante óbvio, nunca será demais sublinhar que sempre devemos recorrer aos signos para indicar os infindáveis objetos e as situações que fazem parte do nosso cotidiano: casa, móveis, cadeiras, mesas, aparelho de TV ou tela de plasma, máquinas de lavar roupa e louças, forno micro-ondas, liquidificador, fogão, geladeira, freezer, celular, iPhone, notebook, pen-drive, aplicativos, Fortnite, cosméticos, fio dental, pasta dental, escova de dentes, escova de cabelo, barbeador, cremes, perfumes, carteira, bolsa (Louis Vuitton, se possível), gravata (Hermès, se possível),

carro, Waze, ônibus, metrô, escola, universidade, emprego, desempenho profissional, relacionamento social e familiar, atividades culturais e políticas, viagens etc. etc. etc.

O fato é que vivemos “afogados” em signos. Por isso, poderíamos propor a seguinte mudança na frase do cartaz publicitário:

99% de você é signo! Tenha consciência desse universo de signos e saiba como lidar com eles!

Meu entusiasmo pela Semiótica começou bem cedo. Estava concluindo o curso secundário quando um episódio me ajudou a definir minha carreira. Meu trabalho de análise das personagens de *Quincas Borba*, de Machado de Assis, fora elogiado por Dino Preti, exemplar professor de Língua Portuguesa. A razão do elogio devia-se ao fato de que pude interpretar o comportamento manipulador das personagens com base nos signos e índices habilmente desenhados por Machado de Assis. Já era uma iniciação à Semiótica. Animado com a avaliação do trabalho, decidi cursar Letras Clássicas na Universidade de São Paulo, o que me levou a ser contemplado com uma bolsa de estudos para fazer um doutorado na área de Linguística na Universidade de Lyon, na França. Durante minha estada na França, o interesse pela Semiótica foi tal que, ao retornar ao Brasil, ela se tornou o centro de minhas atividades de docência, pesquisa, orientação de teses, palestras, congressos e publicações. Vale observar que minha atração pela Semiótica foi estimulada por sua abrangente aplicabilidade nos vários campos das ciências humanas e nas áreas de atividades políticas, governamentais e corporativas. Mas o que me fascina e desafia no trato com a Semiótica tem sido sua competência em desvendar o que há por trás dos

diversos tipos de discurso, sobretudo o discurso político e corporativo. Considerando a amplitude, a complexidade e a infinidade de temas que podem ser abarcados pela Semiótica, julguei ser indispensável apresentar ao leitor casos práticos de aplicação da teoria na análise e interpretação de alguns tipos de discurso. Foi inevitável, então, escolher determinados exemplos.

– *Quais tipos, qual o critério de escolha?* – poderia perguntar, com razão, o atento leitor.

O critério foi a relevância dos casos no atual contexto social, político e econômico. Julguei que seria pertinente tratar de casos que afetam diretamente a vida das pessoas. Sobretudo neste momento em que, no mundo inteiro, nuvens totalitárias começam a encobrir e turvar os horizontes da cidadania, pareceu-me mais do que oportuno demonstrar como o discurso corporativo e o discurso político podem constituir o suporte que justifique toda uma estratégia de dominação totalitária que suprime a liberdade, o diálogo, a diversidade, acentuando as desigualdades sociais.

Tais pressupostos me permitem explicar a organização deste livro, composto de sete capítulos. Preocupado com a aplicabilidade dos conceitos de semiótica, pareceu-me útil começar, no primeiro capítulo, com o relato de uma experiência assustadora que vivenciei, na qual as “ferramentas” semióticas tiveram um papel decisivo para ajudar-me a enfrentar uma situação aparentemente complicada. Por esta razão, no segundo capítulo, esclarecemos em que consistem e como funcionam as ferramentas semióticas. No terceiro, utilizei as ferramentas semióticas para analisar e interpretar o discurso

político e o discurso corporativo, procurando demonstrar como eles – mais do que informar – podem ser manipulados para gerar um efeito favorável, ou melhor, uma imagem positiva, ética, transparente do comunicador ou da instituição que ele representa. Mas o que ocorre, em geral, é que esse discurso funciona de modo a “esconder” aspectos negativos mais do que “mostrar”. A análise semiótica pode revelar como o discurso, em situações de crise, é articulado, em sua face “direita”, para transmitir uma imagem de perfeição e de heroísmo, embora, em seu “avesso”, tal discurso contenha os pressupostos típicos de uma narrativa autoritária, conservadora e discriminatória. O papel da Semiótica é desvendar esse “avesso”. Para ilustrar, de modo cabal e irrefutável, como o discurso pode ser manipulado, a fim de criar narrativas que justifiquem a construção de um estado totalitário, dedicamos os quatro capítulos seguintes ao caso do nazismo, uma “escola” exemplar de totalitarismo... que não morreu com Hitler, seu líder máximo, mas continua, até hoje, bem viva e atuante. Nesses capítulos, o leitor poderá acompanhar a edificação do nazismo, começando pela fabricação de uma pseudoteoria da raça pura, suporte para a organização dogmática e vertical do estado totalitário, para as práticas de discriminação marcadas por um nacionalismo fanático e, no limite, para a eliminação das chamadas “antirraças”, nos campos de concentração e de extermínio. A raiz desse processo singular foi o discurso, feito de palavras ou signos linguísticos, tal como podemos verificar em *Mein Kampf* (*Minha Luta*), a “cartilha” do totalitarismo nazista escrita por Hitler. A função das ferramentas semióticas foi detectar, por trás do discurso eufórico

e vencedor, os dogmas racistas e totalitários alojados na face oculta desse mesmo discurso.

É fundamental que estejamos atentos ao verdadeiro significado do discurso, pois ele pode conduzir à supressão do outro, do diferente, do “antirraça”, como bem advertiu Primo Levi, ele próprio sobrevivente do campo de concentração e extermínio de Auschwitz:

Muitos, pessoas ou povos, podem chegar a pensar, conscientemente ou não, que “cada estrangeiro é um inimigo”. Em geral, essa convicção jaz no fundo das almas como uma infecção latente; manifesta-se apenas em ações esporádicas e não coordenadas; não fica na origem de um sistema de pensamento. Quando isto acontece, porém, quando o dogma não enunciado se torna premissa maior de um silogismo, então, como último elo da corrente, está o Campo de Extermínio. Este é o produto de uma concepção de mundo levada às suas últimas consequências com uma lógica rigorosa. (Levi, 1988: 7)