



Análise Estética do Andrógino a Partir da Semiótica Peirciana¹

Mariane NOLIBOS²

Letícia RIBEIRO³

Fernando SANTOS⁴

Universidade Federal do Pampa, São Borja, RS

RESUMO

Este artigo tem como finalidade explicar o conceito da semiótica peirciana e identificar os elementos básicos do signo, por meio de uma análise estética do andrógino vinculada na capa da revista Dossier, no EUA, referente ao mês de Maio de 2011. Tendo como base os conceitos de semiologia do livro Panorama da Semiótica de Platão a Peirce, do autor Winfried Noth.

PALAVRAS-CHAVE: Semiótica; andrógino; publicidade; Peirce; Dossier.

INTRODUÇÃO

O gênero masculino e feminino é um conceito que surgiu na década de 70 para explicar que sexo social não é determinado pelo sexo biológico, ou seja, que a sociedade inventa uma diferença cultural entre homem e mulher e criando assim uma divisão independente das diferenças biológicas. No senso comum, consideramos o sexo como a determinação biológica de um indivíduo homem ou mulher, mas gênero por sua vez é uma determinação sócio-cultural e para defini-lo é necessário considerar a sociedade em que o indivíduo está inserido, e como ela encara a sexualidade alheia. Assim a definição de gênero é fundada no contexto cultural em que a pessoa vive assim gênero no Brasil, é

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Publicidade e Propaganda do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2012.

² Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIPAMPA-RS, email: mariane.nolibos@bol.com.br:

³ Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIPAMPA-RS, email: leticia_igpyahoo.com.br

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIPAMPA-RS, email: fernandosantor@terra.com.br



definido de uma maneira e na Índia de outra, pois as diferenças de gêneros são multáveis e socialmente construídas podendo ser mudadas conforme a cultura do lugar que segundo Castilhos,

O conceito de gênero refere-se categoria de análise das ciências sociais para questionar a suposta essencialidade da diferença dos sexos, a idéia de que mulheres são passivas, emocionais e frágeis; homens são ativos, racionais e fortes. Na perspectiva de gênero, essas características são produto de uma situação histórico-cultural e política; as diferenças são produto de uma construção social. Portanto, não existe naturalmente o gênero masculino e feminino. (CASTILHOS, 2008)

Na maioria das vezes não há dificuldade nenhuma em determinar gênero, pois a grande maioria dos seres humanos são considerados homens ou mulheres. Mesmo depois dos estudos sobre gênero e sexualidade que surgiram no século XX, onde o gênero deixou de ser determinada apenas pelo sexo, a divisão mais conhecida, e a referência quando se trata de gênero é masculino e feminino. Esses são considerados estereótipos de gêneros, que são as representações generalizadas do masculino e do feminino, sendo que essas imagens são valorizadas e distinguem o que o homem e a mulher devem fazer, numa divisão desigual. Também são rotuladas imagens, onde o homem deve ser o forte, o durão e mulher por sua vez é a frágil, a dependente, ou então homem é pra produção e mulher para reprodução. Esses são os estereótipos geralmente reproduzidos pela mídia, signos que representam os sexos em questão, onde não há meio termo, ou se é homem, ou se é mulher. Nesse contexto, qualquer outro tipo de gênero, ou seja, os andróginos começaram a ganhar destaque, dos homossexuais ou transexuais que ao trocarem de sexo, se definem como um gênero. O andrógino explora a figura do ser assexuado não muito homem e nem muito mulher, é considerado um sexo neutro.

Androgenia

O Termo androgenia se refere a dois conceitos: a mistura de características femininas e masculinas em um único ser, ou a se refere a forma de descrever algo que não é nem masculino e nem feminino. Ambos os conceitos podem servir de base para a análise, a seguir, porém vamos tratar apenas da mistura das características. O andrógino além de ter traços de ambos os sexos pode ter comportamentos ambíguos, tornando difícil definir seu gênero apenas por sua aparência e modo de agir. A androgenia ficou ligada por muito tempo a sexualidade, o ser andrógino já era considerado homossexual ou bissexual, por sua aparência, porém a androgenia não tem ligação nenhuma com



orientação sexual, uma vez que essas pessoas podem ser tanto heterossexuais, homossexuais ou bissexuais.

Para a biologia andrógino possui dois sexos, contudo para os psicólogos androginia é um fenômeno cultural, e nada tem a ver como homossexualidade como já foi dito anteriormente, a pessoa andrógina não precisa ter um comportamento sexual ambíguo, e na sociedade contemporânea ela pode até ser vista por um outro prisma como na incorporação de papéis sociais do sexo oposto: O homem sensível e a mulher que impõe opiniões. Os primeiros andróginos explícitos no Brasil foram mostrados na vogue brasileira na década de 70, inspirado em cantores pop americanos. A androginia já está presente na mídia a algum tempo, representados por ícones como Mick Jagger e David Bowie que eram o máximo da contestação e da contracultura, agora estão na TV, nos desfiles de moda e nas ruas. Contudo os andróginos do sec. XXI cruzam referências masculinas e femininas por pura estética.

O andrógino é certamente uma das grandes imagens da estética do artifício. Exemplos: as figuras magras, desfalecentes e sinuosas da pintura e poesia pré-rafaelista do estilo Art Nouveau; os corpos esbeltos, fluidos e assexuados em gravuras e posters, ou apresentados em relevo em lâmpadas e cinzeiros; a obsessiva vacuidade andrógina por trás da beleza perfeita de Greta Garbo. (SINGER, 2000, p. 35)

No mundo da moda o ser assexuado já é explorado há décadas, mas recentemente ganhou uma nova dimensão, com feições muito femininas como o modelo sérvio Andrej Pejic tem feito sua fama nas passarelas desfilando vestido de mulher, contrario acontece com a modelo brasileira Carla Monfort que chamou atenção ao desfilando com roupas masculinas no Fashion Rio. Assim a indústria da moda nunca explorou tanto a discussão entre masculino e feminino, não só na moda, mas a música, o cinema, tem se utilizado do sexo neutro em suas produções. Androginia tá se tornando o ícone da pós-modernidade, apesar de toda discussão ainda sobre o tema.

Signo, Semiose e Semiótica de Peirce

Desde Platão e Aristóteles já havia uma apreensão, para com os fenômenos das significações, donde constituímos os processos comunicacionais. O signo tem uma grande importância para o estudo das linguagens, uma vez que ele é o responsável pelo elemento produtor de significado. Sendo o signo o produtor de sentido, ele está presente em todas as coisas, ou seja, como disse Peirce “tudo é signo, até mesmo aquilo que não foi dito, nem visto”, assim como o pensamento, o susto, que apesar de não serem



perceptíveis de sentidos, também funcionam como signos. O signo também pode ser entendido como algo que pode ser colocado no lugar de outra coisa, é como se ele fosse a representação dessa “coisa”. O signo é um produto mental que se forma numa cadeia de relações, o que vale salientar que para que esse produto mental seja entendido, os seres que se comunicam precisam fazer uso da mesma língua ou linguagem, caso contrário não há um entendimento entre eles, seria mais ou menos, como estar num país estrangeiro e não saber falar da língua utilizada por eles, ou então, como falar com um surdo sem estar usando a linguagem de sinais deles.

Peirce é considerado um dos mais importantes fundadores da semiótica, uma vez que ele conseguiu reduzir ao máximo o número de categorias que contêm a multiplicidade dos fenômenos do mundo, um projeto que vinha sido traçado desde Aristóteles. Charles Peirce criou uma fenomenologia com apenas três categorias formais e universais que se apresentam à percepção e a mente, chamadas de primeiridade, secundidade e terceiridade. A primeiridade segundo ele “é o modo de ser daquilo que é tal como é positivamente e sem referencia a outra coisa qualquer” (CP, 8, 328 apud 63 NOTH), ou seja, a primeiridade é o estímulo inicial, é algo que se apresenta a mente, mas que não é racionalizado é um signo que não é entendido, que tem a possibilidade de ser qualquer coisa. Para Peirce a secundidade inicia quando “ela nos aparece em fatos tais como o outro, a relação, compulsão, efeito, dependência, independência, negação, ocorrência, realidade, resultado”. (NOTH, 2003, p. 64), por tanto, a secundidade ocorre quando o fenômeno passa a ter uma existência real, podendo ser relacionado ou comparado com alguma coisa. No caso da terceiridade, Peirce dizia que “é a categoria da mediação, do hábito, da memória, da continuidade, da síntese, da comunicação, da representação, da semiose e dos signos” (NOTH, 2003, p.64), nesse caso, aquela simples possibilidade de ser alguma coisa, que diz respeito à categoria da primeiridade, passa então, a representar uma coisa real, um signo. Essa relação triádica entre os três elementos primeiridade, secundidade e terceiridade, segundo Peirce são as categorias pelas quais todos os fenômenos percebidos devem passar, para assim chegarem a ser considerados como signos.

Peirce acreditava que os símbolos podiam significar alguma coisa para uma pessoa em particular, e assim, aplicava a terminologia idiossincrática nos seus estudos dos signos. Numa fase chamada de pré-terminológica, ou seja, numa fase em que antecede o uso e os estudos dos termos, Peirce chamou os “três constituintes do signo como signo, coisa significada e cognição produzida na mente.” (CP, 1.372 apud 66



NOTH). Logo em seguida, Peirce adotou outro estudo para o significado dos termos, que passou a chamar de semiose. De onde passou a explicar que a função o signo era triádica, ou seja, um real que só existe a partir da relação de três elementos, que seriam o representâmen, o objeto e por fim o interpretante, onde segundo Noth,

O relacionamento do signo com seus três componentes é assunto de relevância central nessa definição. O signo não é uma classe de objetos, mas a função de um objeto no processo da semiose. O signo por tanto, tem sua existência na mente do receptor e não no mundo exterior. (NOTH, 2003, p.66).

O Representâmen é o objeto perceptível do modelo peirciano, é a partir dele que o receptor nota a presença de um signo, e que segundo Peirce, esse objeto perceptível “é o veículo que traz para mente algo de fora”. O objeto é aquilo que é referido pelo signo, podendo ser reais e mentais. No caso dos objetos reais, que são aqueles objetos pelos quais temos conhecimentos perceptíveis, ou seja, são os objetos que podem ser percebidos e compreendidos, ao contrário dos objetos mentais, que são entidades puramente imaginárias de caráter de um signo ou pensamento. Peirce passou a chamar esses dois objetos de objeto dinâmico e objeto imediato respectivamente. Uma vez que o objeto dinâmico seria o “objeto fora do signo”, dessa forma ele seria um objeto real. Já no caso do objeto imediato que seria o “objeto dentro do signo”, o objeto “como o signo mesmo o representa e cujo ser depende, por tanto, da representação dele no signo” (CP, 4.536, apud 68 NOTH), ou seja, diz respeito a representação mental de um objeto, quer exista ou não.

O terceiro e último elemento denominado Peirce é o interpretante que é a significação do signo ou efeito do signo. Peirce também criou três classes maiores de interpretantes, que são elas, o interpretante imediato, o interpretante dinâmico e o interpretante final. O interpretante imediato se refere a “qualidade da impressão que um signo é capaz de produzir, sem uma reação atual” (CP, 8.315), ou seja, é interpretação típica de um signo. Interpretante dinâmico é o efeito direto produzido por um signo sobre um interprete é a experimentado em cada ato de maneira diferente, e a interpretante final esta ligado a categoria do hábito e da lei.

Peirce criou três tricotomias para classificar os signos, levando em consideração as possibilidades de combinar a primeiridade, secundidade e a terceiridade. A primeira tricotomia é a combinação da primeiridade com o quali-signo, que é um signo que só tem uma qualidade, como por exemplo, a cor que nos passa, em seguida a combinação da secundidade com o sin-signo, que é quando passo a identificar e a diferenciar, aquela



cor, mas ainda não sei de que cor se trata e por fim ele criou a combinação da terceiridade com o leji-signo que é quando descubro do que se trata, e isso se torna uma lei, como no exemplo aquela cor passa a representar o azul do céu.

A segunda tricotomia de Peirce, descreve os signos sob o ponto de vista das relações entre representâmen e objeto, considerada por ele, como a tricotomia mais importante que é formada pelos elementos ícone, índice e o símbolo. O ícone participa da primeiridade e é um signo que tem todas as qualidades de um elemento real, por inteiro. O índice participa da secundidade e é um signo que sugere ou indica que é alguma coisa. O símbolo por sua vez participa da categoria da terceiridade e é um signo que se refere ao objeto que significa em valor de uma lei, normalmente uma associação de idéias. A terceira tricotomia “ que considera o signo do ponto de vista da relação entre representâmen e interpretante – um signo pode ser rema, dicente” (NOTH, 2003, p. 87). Rema quer dizer que algo sozinha não tem nenhum significado, ou seja, “qualquer signo que não é verdadeiro nem falso, como quase cada uma palavra por si, exceto sim e não” (CP, 8.337 apud 88 NOTH). O dicente que seria a segunda categoria do signo e que tem relação com outras coisas. Pro fim passa para o signo de uma lei, assim como é chamado o signo do argumento, que são as razões.

De acordo com os conceitos de Peirce já apresentados, serão analisadas a objetivação, a referencialidade e a significação presentes nesse nessa capa de revista Americana referente ao mês Maio de 2011.





A mensagem em si

Esta capa de revista é classificada como simples composta por lingüística, índice e simbólica de acordo com a Triádica do signo. A primeira mensagem que pode ser vista, diz respeito aos nomes próprios que faz parte da mensagem lingüística, que são eles Shiririn Neshat, David Lynch, Gary Shteyngart, Dan Savage, Yusef, Komunyakaa.

A segunda mensagem diz respeito ao índice, que é uma referencia do real, porém essa referencia aparece pela metade, sendo assim, a imagem do andrógino (ser com traços femininos e masculinos) apresentada pela imagem exposta na capa da revista, seria a mensagem índice do anuncio. Pode-se notar através das cores preto e branco que se trata de um ser de sexo neutro, podendo ser notado através das cores da foto em preto e branco que também faz referencia a fotografia antiga e a estética antiquada. Em seqüência o nome da revista concebe o caráter simbólico da mensagem, pois sendo um signo elaborado, não apresenta similaridade com seu objeto, pois é um símbolo enraizado e que representa a revista.

Quali-signo: Se trata das qualidades, como o simples fato do uso das cores, que podem representar algo.

Sin-signo: As cores preto e branco da imagem.

Legi-signo: Se refere a neutralidade do sexo.

A Referencialidade da Mensagem

Se tratando da mensagem e seus aspectos singulares, ou seja, trata do o tema central. Nesse caso a imagem da capa da Revista Dossier tem aspectos únicos, e traz sugestões ao tema da mensagem a que ela se refere. Assim podemos apontar as características femininas e masculinas presentes nela. O primeiro e mais perceptível elemento é o dorso desnudo, que é o elemento indicial que junto com o rosto e o penteado feminino indicam a mistura dessas duas características e a construção da imagem andrógina.

Tendo visto as características que fazem alusão ao sexo neutro, podemos ver o paradoxo que a mensagem traz, com uma figura que apresenta características dos dois sexos. O modelo representa através da caracterização parcial feminina e o torso nu em um novo gênero, o andrógino. Assim, fica claro que o fato de não ter nenhuma mensagem falando sobre androginia, e o fato de ter pouco destaque, faz com que um leitor tenha dificuldade de interpretar a imagem. Por isso, é necessário que o símbolo



seja entendido é preciso que interpretante esteja habituado ao meio em que o signo está sendo estabelecida, no caso a androginia. Caso contrário a imagem só trará confusão na mente do receptor e assim a mensagem não será passada. O nome da revista e a fotografia de um andrógino só farão sentido como símbolo, se o leitor conhecer o contexto.

Ícone: Seria o rosto da pessoa exposta na foto.

Índice: toda a pessoa exposta na foto.

Símbolo: O nome da revista, nesse caso Dossier.

A interpretação da Mensagem

A revista é referencia em explorar assuntos que trazem certo desconforto ao serem expostos, assim tratando se de uma capa mostrando a androginia de forma impactante, entendemos que mensagem exposta tem a função de por em debate, a questão de delimitação do gênero e fortalecer o caráter chocante da revista.

Esse efeito emotivo baseia-se no apelo da imagem ao apresentar o modelo andrógino maquiado de forma especifica. Assim a questão do sexo neutro é abordada de forma explícita, fazendo com que a capa comunique aos leitores a nova reflexão de gênero comumente posta em questão na atualidade.

Por fim vem o efeito lógico, que está nas interpretações lógicas. Ao mostrarem um andrógino de forma explicita, logo lembram a figura do homossexual, o que remete novamente a questão da gênero, e até que ponto ela é válida. Assim o objetivo de comunicação é por em debate a divisão de gênero em frente a opinião publica, usando uma figura andrógina que é a antítese dessa antiquada divisão.

Conclusão

No fim deste artigo, podemos ver como a análise semiótica transcende o superficial. Com base na teoria de Peirce percebemos as potencialidades que uma análise semiótica pode nos dar, onde mostra que qualquer mensagem transmitida é muito mais que o que estamos acostumados a ver comumente em peças comunicacionais. Assim exploramos a relação de signo e suas articulações, como os efeitos que a mensagem transmite ao seu receptor.



Além também da questão do gênero e da androginia que relacionamos com as teorias peircianas.



BIBLIOGRAFIA:

LOPES, Lauro; VILODRE, Silvano; VILODRE, Goellneer; FELIPE, Neckel. **Corpo gênero e sexualidade:** Petrópolis: Vozes, 2007.

NOTH, Winfried. **Panoramada semiótica: de Platão a Peirce:** São Paulo: Annablume, 2003.

REFERÊNCIAS:

<http://www.brassadesign.com.br/blog/?p=131> 20/12/2011 as 14h:59min