

A ICONICIDADE LEXICAL E A NOÇÃO DE "VER COMO"

Ana Lúcia Monteiro Ramalho Poltronieri Martins (UERJ)
anapoltronieri@hotmail.com

Darcília Marindir Pinto Simões (UERJ)
darciliasimoes@gmail.com

1- Da noção de ícone à noção de iconicidade

Em Etimologia, segundo o dicionário Houaiss, em sua versão on-line, a palavra *ícone* vem do francês *icône* (1858) “imagem sacra das igrejas do Oriente”, do russo *ikona* “imagem” e este do grego bizantino *eikóna* “imagem sacra”, derivado do grego *eikôn*, *ónos* “imagem, retrato, imagem refletida em espelho, simulacro, fantasma, imagem de espírito, semelhança”; José Pedro Machado e Nascentes tiram diretamente do grego *eikôn*, *ónos*, pelo latim *ícon*, *ónis* “imagem, representação mental, retrato”; na acepção semio, pelo inglês *icon* “signo cuja forma sugere o significado”, mesma origem; ver *icon* (i/o)- forma histórica: 1914 *ícone*, 1922 *ícono*.

Nos seus estudos sobre o signo, o norte-americano Charles Sanders Peirce reconhece o ícone, inicialmente denominado *likeness* em sua teoria, como uma das partes da divisão triádica do signo: o ícone, o índice e o símbolo. Para Peirce, a relação signíca que o ícone institui é:

Um Signo que se refere ao Objeto que denota apenas em virtude de seus caracteres próprios, caracteres que ele igualmente possui, quer um tal Objeto exista ou não. É certo que, a menos que realmente exista um tal Objeto, o Ícone não atua como signo. Qualquer coisa, seja uma qualidade, um existente individual ou uma lei, é Ícone de qualquer coisa, na medida em que for semelhante a essa coisa e utilizado como um signo seu. (PEIRCE, 2.247 *apud* SANTAELLA, 2004)

Com base no pensamento acima, Peirce reconhece que a principal característica dos signos icônicos é ser, sob certo aspecto, semelhante ou similar ao objeto. Pela análise de Peirce, o signo icônico é similar, mas isso não significa que um (o signo) e outro (o objeto) tenham necessariamente as mesmas propriedades. Cabe aqui o primeiro questionamento: o que significa para um signo icônico ter certa semelhança, em algum aspecto, ao objeto que representa? Muitos responderam a essa pergunta com uma visão redutora, ou seja, super-

ficial, pois conceberam a semelhança como um “ver isto”, a semelhança absoluta, cujo exemplo mais lembrado é a fotografia. Uma análise mais acurada dos planos de uma fotografia (dimensão, profundidade, cor e luz) remete-nos muito mais à ideia de um índice e sua relação de contiguidade com o objeto, seja relação física, seja mental (índices verbais). Essa concepção de ícone como um “ver isto” caracterizará o signo icônico como “motivado” pela forma que representa.

Contrário à linha da iconicidade como semelhança absoluta, o “ver isto”, o semioticista italiano Umberto Eco (1976) afirma que há seis noções ingênuas que corroboram em parte a ideia de que a iconicidade é um “ver isto”:

- (I) O signo icônico tem as mesmas propriedades que o seu objeto;
- (II) O signo icônico é parecido com o objeto que ele representa;
- (III) O signo icônico é análogo ao objeto que ele representa;
- (IV) O signo icônico é “motivado” pelo objeto;
- (V) O signo icônico é “arbitrariamente codificado”;
- (VI) O signo icônico, “motivado” ou arbitrário, pode ser analisado por meio de unidades pertinentes do sistema verbal.

Essas seis características têm um traço em comum: todas priorizam a semelhança na relação signo-objeto. Para Eco (1976) a iconicidade não tem como traço a semelhança, mas a fabricação de uma realidade perceptiva tanto pelo produtor do signo como pelo observador. Nesse sentido, na semiótica da comunicação de Eco, todo e qualquer signo, seja icônico ou não, depende das convenções culturais que imprimem marcas na percepção dos falantes e na representação dos signos em uma sociedade. Na visão de Eco (1976), a semelhança não é senão um fator cultural ligado às experiências individuais e sociais dos interlocutores.

2- Ricoeur e a noção de “ver como”

No estudo VI, denominado “O trabalho da semelhança”, presente no livro *A metáfora viva* (1975/2005), Paul Ricoeur reinterpreta a “função icônica” presente nas metáforas literárias no âmbito do

signo verbal no qual o ícone é essencialmente descrito e não apresentado, isto é, “nada, portanto, sendo mostrado em imagens sensoriais, tudo se passa na linguagem, quaisquer que sejam as associações no espírito do escritor ou do leitor” (RICOEUR, 2000, p. 290). Nota-se, nessa citação, uma clara tendência a separar a iconicidade de um aspecto da linguagem essencialmente imagético, ou seja, uma linguagem reprodutora de imagens, o “ver isto”. Assim, neste quadro, propõe-se que o mais importante na linguagem poética “não é a fusão do sentido com o som, mas a fusão do sentido com um fluxo de imagens evocadas ou ativadas; essa fusão constitui a verdadeira iconicidade do sentido (*iconicity of sense*)” (RICOEUR, 2005, p. 321).

De acordo com Ricoeur (2005), o ato de leitura evidencia o seu caráter icônico, pois:

A linguagem poética é o jogo da linguagem, para falar como Wittgenstein, em que o propósito das palavras é evocar, ativar as imagens. Não somente o sentido e o som funcionam iconicamente um em relação ao outro, mas o próprio sentido é icônico pelo poder de desenvolver-se em imagens. Esta iconicidade apresenta justamente os dois traços de ler: a suspensão e a abertura. Por um lado a imagem é, por excelência, obra da neutralização da realidade natural; por outro, o desdobramento da imagem é algo que “acontece” (*occurs*) e para qual o sentido se abre indefinidamente, dando a interpretação um campo ilimitado; com tal fluxo de imagens, pode-se dizer que ler é conceder seu direito a todos os *data*; na poesia, a abertura ao texto é a abertura ao imaginário que o sentido libera. (RICOEUR, 2005, p. 321)

É praticamente impossível não se lembrar da semiose ilimitada de Peirce quando lemos o excerto acima. O processo de efeito de sentido em um texto somente ocorre a partir do momento em que um intérprete possibilita uma ligação entre um significante e um significado, apresentando/ ativando uma ou várias imagens mentais (um interpretante). Essa imagem apresentada não se associa à ideia de que o intérprete tem a percepção de um “ver isto”, ou seja, uma reprodução do objeto tal qual ele é, porque aquilo que se “vê” é apenas uma possibilidade entre várias outras possibilidades de percepção.

A partir das considerações acima, Ricoeur (2005) postula que a iconicidade se aproxima da noção de “ver como”, noção emprestada de Wittgenstein. Segundo Ricoeur (2005), o “ver como” revela-se pelo ato de ler, ato que é “metade pensamento e metade experiência” (*ibidem*, p.325).

Vale observar que a noção de “ver como” não nega o caráter de semelhança. A semelhança encontra-se na função imaginante da linguagem (Ricoeur) que une o verbal e o não verbal. A esse respeito, Ricoeur afirma que:

Assim, o “ver como” posto em ação no ato de ler assegura a junção entre o sentido verbal e a plenitude imaginária. Tal junção não é mais algo exterior à linguagem, na medida em que pode ser pensada como uma relação, precisamente a semelhança: não mais a semelhança entre duas ideias, mas a mesma que institui o “ver como”; o semelhante, diz claramente Hester, é o que resulta do ato-experiência do “ver como”. “Ver como” define a semelhança e não o inverso (p. 183). Essa antecedência do “ver como” sobre a relação de semelhança é própria ao jogo de linguagem no qual o sentido funciona de maneira icônica. Eis por que o “ver como” pode ter êxito ou fracassar: fracassar, como nas metáforas forçadas porquanto inconsistentes ou fortuitas, ou, ao contrário, como nas metáforas banais e usadas; ter êxito, como nas que facilitam a surpresa e o achado. (RICOEUR, 2005, p. 326)

Com efeito, a noção de “ver como” situa a iconicidade em um patamar que ultrapassa a ideia de resíduo, de uma impressão apresentada. O “ver como” libera a semelhança de uma perspectiva de realidade, conceito ainda pouco claro nos estudos linguísticos, porque situa o significante entre o verbal e o quase visual, isto é, eu “vejo como”, eu não “vejo isto”.

Essa noção de “ver como” abre caminhos para a apresentação de outro tipo de iconicidade- a iconicidade verbal ou lexical, cuja prioridade é o estudo da iconicidade em textos verbais de língua portuguesa.

3- A teoria da iconicidade verbal

O estudo de Paul Ricoeur sobre a semelhança nas metáforas vai ao encontro de inúmeros estudos sobre a iconicidade realizados pelo grupo SELEPROT (Semiótica, leitura e produção de textos) – UERJ, coordenado pela profa. Dra. Darcilia Simões.

De acordo com Simões (2009, p.76) a iconicidade é “uma propriedade semiótica fundada na plasticidade- propriedade da matéria de adquirir formas sensíveis por efeito de uma força exterior.” A partir dessa definição, Simões (2009) postula que:

- (I) O signo verbal é essencialmente uma imagem, uma percepção sonora ou visual;
- (II) No texto, a seleção de palavras e suas relações sintagmáticas agem na produção de uma iconicidade diagramática;
- (III) O projeto de interação texto/leitor reside na natureza da verossimilhança;
- (IV) Evidencia-se a plasticidade textual como uma das formas de se chegar à iconicidade;
- (V) Um ato de fala pode ser falacioso ou verdadeiro. Nesse sentido, a iconicidade também pode ser um despiste;
- (VI) A relação entre imagem textual e cognição na elaboração de um caminho de raciocínio.

Ao assinalar a importância da verossimilhança em sua teoria, Simões (2009) também se afasta da iconicidade ingênua que insere o signo e o objeto no campo da semelhança absoluta. A verossimilhança desvencilha a palavra-símbolo de uma aproximação direta da realidade. Assume a verossimilhança o mesmo “status” de um “ver como”, no qual toda percepção é mediada por efeito de uma força exterior (SIMÕES, 2009) em que “a compreensão de textos procede de uma negociação entre imagens mentais construídas por um enunciador e reconstruídas por um co-enunciador (leitor ou intérprete)” (SIMÕES, 2009, p. 75). Nessa perspectiva, a iconicidade textual procede de uma interação entre texto/leitor/ força exterior (meio social, idade, conhecimentos linguísticos e culturais).

4- Conclusão

Esse artigo teve como finalidade revisitar alguns estudos que confirmaram ou repeliram o conceito de iconicidade no signo verbal. Vimos que em Eco (1976) o problema da iconicidade é praticamente insolúvel se se crê que a iconicidade é semelhança absoluta, visto que todo ato de percepção entre signo e objeto resulta de uma convenção fabricada nos campos sociais, culturais. Já em Ricoeur (2005), a iconicidade é um trabalho de semelhança, mas uma semelhança mediada pelo “como”, ou seja, um “ver como”. Ou seja, o signo parece (o que não quer dizer que seja igual), mas não comparece de fato. Ao finalizar com Simões (2009), quisemos enfatizar que

a verossimilhança é uma proposta de iconicidade na qual não se nega a semelhança, mas também não se abraça uma visão ingênua de semelhança absoluta em relação aos signos verbais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ECO, Umberto. *La production des signes*. Paris: Le Livre de Poche, 1976.

RICOEUR, Paul. *A metáfora viva*. São Paulo: Loyola, 2005.

SANTAELLA, Lúcia. *A teoria geral dos signos: como as linguagens significam as coisas*. São Paulo: Pioneira, 2004.

SIMÕES, Darcília M. Pinto. *Iconicidade verbal: teoria e prática*. Rio de Janeiro: Dialogarts / UERJ, 2009.