

## SEMIÓTICA DE UM DISCURSO POLÍTICO

\* Sergio Augusto de Oliveira

### RESUMO

*A impressão causada pelo marketing político, pela eloquência dos discursos inflamados e, principalmente, dando ênfase ao desejo popular, a campanha política para eleição presidencial de 1988, deu-nos dados para uma análise dentro dos princípios da Semiótica Peirciana.*

*Ante as perspectivas das promessas, do "poderio das decisões" dos mecanismos de persuasão aliados aos meios de comunicação de massa, o povo ávido por soluções, "entendeu" a mensagem e fez uso de sua arma. Tanto o descamisado como o descalço investiram na imagem e nos atributos das prometidas soluções.*

*Neste artigo, pretendemos analisar, baseados nos estudos Peircianos, estes acontecimentos.*

\* Prof. do Depto. de Psicologia - CESULON

## SEMIÓTICA DE UM DISCURSO POLÍTICO

Semiótica pode ser definida como teoria geral dos signos. Peirce fa mais fundo em sua definição e dizia que Semiótica é uma doutrina quase necessária ou formal dos signos: "Por doutrina" quase necessária ou formal, quero significar que observamos os caracteres desses signos tais como os conhecemos, e dessa observação, somos levados a pronunciamentos eminentemente falíveis e, portanto, nesse sentido, de modo algum necessários, sobre o que devem ser os caracteres de todos os signos usados por uma inteligência "científica", ou seja, por uma inteligência capaz de aprender pela experiência.

Tudo para Peirce, era signo, inclusive, o próprio homem "Em qualquer momento, o homem é um pensamento, e como o pensamento é uma espécie de símbolo, resposta geral às questões: Que é o homem? - O que ele é? Um símbolo?"

Semiótica também pode ser definida como uma ciência - ou quase ciência que estuda as linguagens - verbais e não verbais. O seu objetivo fundamental é investigar exaustivamente todas as manifestações fenomenológicas capazes de apresentar significação e sentido.

Estes fenômenos podem ser um quadro expressionista à la alemão, como também um discurso político veiculado pela televisão. Tudo é possível de ser analisado pela semiótica: Nada passa despercebido ao seu crivo.

Peirce diferenciava o modo pelo qual estes fenômenos atingiam a consciência do ser humano. Daí surgiram as categorias do pensamento e da natureza. Peirce aplicou estas categorias aos mais diversos campos do conhecimento científico e filosófico. Essas categorias, segundo Ana Lucia Santaella, não são psicológicas, mas retiradas da análise mais rigorosamente lógica do que aparece no mundo. "Não perguntamos o que realmente existe, apenas o que aparece a cada um de nós em todos os momentos de nossa vida. Analiso a experiência, que é a resultante de nossa vida passada, e nela encontro três elementos. Denomino-os categorias", escreveu Peirce. Essas três categorias são, a rigor, a base da semiótica peirciana.

## AS TRÊS CATEGORIAS

Tudo que possui movimento é formado por, no mínimo, três elementos. Marx, por exemplo, ao virar de ponta cabeça a dialética de Hegel, estabeleceu uma teoria materialista da história. Isto é, a tese "confrontada" com a antítese resultaria em uma síntese, um resultado que é, na verdade mais uma tese. E assim sucessivamente, Tese-Antítese-Síntese.

Peirce fez o mesmo com as linguagens. Um signo, por exemplo, possui três elementos intrinsecamente, intermitentes.

Peirce denominou-os de primeiridade, secundidade e terceiridade.

**Primeiridade:** pode ser considerado como a "qualidade de um sentimento". "Modo ou modalidade de ser daquilo que é tal como é, positivamente e sem qualquer referência a outra coisa".

Thomas S. Knigh, Segundo Décio Pignatari, "entende que a primeiridade, referindo-se a um sentido de qualidade ou a uma idéia de sentimento, seria um estado de consciência sobre o qual pouco pode ser afirmado, a não ser em termos negativos: é incomparável, inexplicável, impermutável, inalisável, não relacional, indescritível, intelectual. Tratando-se de consciência instantânea, é não cognitivo, original, instantâneo; é um simples sentido de qualidade - o sentido de qualidade uma cor por exemplo". Quer dizer, é a sensação instantânea que se tem ao entrar em contato com uma música, uma propaganda. Este momento é, claro, inexplicável, indescritível etc...

Uma característica fundamental da primeiridade peirciana é a subjetividade. Nesse estágio a recepção de determinado signo, ou linguagem, se dá efetivamente no campo emocional de, digamos, consciência de dado receptor.

A sensação instantânea de ouvir uma canção clássica de um músico como Wagner é única, individual.

O mesmo pode ocorrer, certamente, com a fruição de uma obra de arte moderna. Nestes tipos de manifestações culturais, aliás, as características do estágio de primeiridade é a mais incidente aos não iniciados. Isto é, as pessoas ao fruir um objeto artístico não conseguem articular um discurso analítico sobre o que presenciaram. As análises são invariavelmente assim: "eu senti uma coisa estranha...", bonita, alegre. Este quadro tem uma coisa forte, estimulante. Mas nada que indique uma secundidade ou terceiridade peircianas.

Nos discursos políticos o fenômeno observado com as obras de arte se repete. Principalmente nos discursos dos candidatos a Presidente da República neste primeiro turno.

A análise de um dos candidatos que passou para o 2º turno, será objeto deste trabalho no próximo capítulo.

**Secundidade:** a característica fundamental desta categoria é, segundo Peirce, o modo de ser daquilo que é tal como é, com respeito a um segundo, mas sem levar em consideração qualquer terceiro. “É, também como escreveu Lúcia Santaella, a arena da existência cotidiana”. É o real nu e cru. A Antítese, a reação a um primeiro.

Certamente, onde quer que haja um fenômeno, escreve Santaella há uma qualidade, isto é, sua primeiridade. Mas a qualidade é apenas uma parte do fenômeno, visto que, para existir, a qualidade tem que estar encarnada numa matéria. A factualidade de existir (secundidade) está nessa corporificação material”.

A secundidade é a experiência, o choque, de resistência entre uma qualidade e sua expressão real. É o objeto como ele é.

A secundidade entra em reação com a primeiridade, é, em última análise, seu oposto, sua antítese. Há um confronto, do qual, certamente vai surgir mais um elemento, a síntese, a terceiridade.

**Terceiridade:** A característica fundamental de terceiridade Peirciana é a racionalização, o discurso analítico. “Aproxima um primeiro a um segundo numa síntese intelectual, correspondente à camada de inteligibilidade num pensamento em signos, através da qual representamos ou interpretamos o mundo”, escreve Santaella.

Peirce diz que a terceiridade é o interpretante de uma primeiridade. Quer dizer, a terceiridade, em interpretar um, de maneira racional, traduzir significativamente um primeiro. São leis, generalizações de um fenômeno humano. Trata-se de uma compreensão objetiva de um fenômeno através de um discurso analítico-racional. Também, vale dizer, a terceiridade consiste em generalizações.

Em tudo, escreve Décio Pignatari, haverá algo considerado como começo (primeiro) e algo que pode ser considerado como fim (segundo), mas para conhecer a totalidade precisamos conhecer a relação entre o começo e o fim - o processo (terceiridade). Nas palavras de Peirce: “O modo de ser que consiste (grife dela) no fato de fatos futuros de secundidade virem a adquirir caráter geral, eu chamo de terceiridade”.

## 2º PARTE

Depois de uma pequena introdução sobre os conceitos básicos de semiótica e dos três estágios ou, como diz Pignatari, as tricotomias de Peirce, o trabalho tomará outro rumo.

Baseado nos conceitos peircianos tentar-se-á fazer uma análise semiótica da propaganda política do candidato a presidente da república pelo PRN, o ex-governador de Alagoas, Fernando Collor de Melo. Não se trata, porém de fazer uma análise tendenciosa, partidária. Basicamente serão analisados os discursos verbais do candidato nos três primeiros dias da propaganda gratuita, do TRE.

Não é objetivo, também, deste trabalho produzir um texto conclusivo, mas apenas tentar demonstrar quando o discurso é totalmente desprovido de uma postura política objetiva, principalmente se levarmos em consideração a intimidade político-partidária de Collor com a ditadura militar, que foi a rigor, quem levou o Brasil a este caos social e, sobretudo, econômico de hoje.

No primeiro dia de propaganda gratuita, o candidato Collor de Melo afirmou que **JUNTOS CONSTRUÍREMOS UM PAÍS NOVO**. Pela primeira das triconomias de Peirce - a primeiridade - podemos traduzir este discurso dessa forma - o governo do Presidente Collor de Melo construirá um novo país juntamente com todos os brasileiros que o elegeram em 17 de dezembro. Todos, afinal, pobres ou paupérrimos. Como a primeiridade é o "modo de ser aquilo que é tal como é... sem qualquer referência a outra coisa", evidentemente que o discurso do candidato é digamos, eficiente e pode inclusive, atingir ao seu objetivo de levá-lo à Presidência.

Entretanto, se verificarmos quem foi o político Fernando Collor em toda a sua trajetória política e, sobretudo, os seus procedimentos como governador de Alagoas no caso dos usineiros de álcool. Collor efetivamente pagou duas vezes a esses usineiros, utilizando, descabidamente, o erário público para beneficiar uma pequena parcela (rica) da sociedade. A isso, evidentemente, pode ser acrescentado a própria campanha política do candidato: Quem é que a está financiando? Com que interesse?

Conclui-se que o candidato Collor de Melo como exemplo de um hábito partidário de (terceiridade) não é, certamente, o salvador dos pobres como se diz ser. É possível que ele e que sua candidatura seja um fenômeno político-eleitoral arquitetado por uma excepcional equipe de publicitários políticos. Acrescenta-se a isso, claro, a falta de informação, de educação, da população que votou no candidato no 1º turno da eleição. Evidentemente não é apenas através de uma propaganda política eficiente que se atinge os objetivos. Há outras variáveis mas, sem dúvida a propaganda é fundamental.

Outras afirmações do candidato nas propagandas gratuitas: "**NÃO PRECISAMOS NEGOCIAR COM NINGUÉM**" - "**A UNIÃO EM TORNO DOS IDEIAIS**" - "**COLLOR É PROGRESSO**" - "**ACABAREI COM OS MARAJÁS**" - "**ACABAREI COM AS MORDOMIAS**".

Uma primeira análise (primeiridade) verifica-se que, realmente o Presidente Collor pretende transformar o país em um país de 1º mundo, pois ele não negocia com ninguém, não há conchavos espúrios que possam prejudicar o seu governo a partir de sua posse. Ele, Collor, faz o pacto com o povo, como se costuma dizer. "A união em torno de ideais" evidencia a identificação que o candidato pretende ter, como presidente, com os mais pobres, "os descamisados, os pés descalços", Collor, sem dúvida alguma, é progresso. Em tese, é claro, na televisão.

Collor, ao contrário do que diz, foi Prefeito "biônico de Maceió", quer dizer, foi indicado por algum general que estava no poder naquele momento. Quem, em última análise, recebe um presente desse deve ter, necessariamente, íntimas ligações com as propostas, sobretudo, econômicas com que lhe concedeu tal privilégio. É evidente que Collor se beneficiou politicamente com a ditadura militar. Ele também foi membro do partido que deu sustentação política (PDS) aos generais no Congresso Nacional, votando, inclusive, no candidato dos militares no Colégio Eleitoral, em 85, Paulo Salim Maluf.

É difícil acreditar que tenha ocorrido uma revolução nos princípios do candidato Collor, Generalizando (terceiridade), pode se dizer que, efetivamente, Collor está enganando a população. Nem toda, obviamente, mas uma grande parte. Como acreditar que este candidato representa o progresso - só se for o "Progresso com Ordem", da nossa Bandeira Nacional positivista e, claro, ditatorial.

Evidentemente, pode se votar nele por exclusão, por não querer votar, por princípios políticos, no outro candidato que foi para o segundo turno. Afim, justifica-se (nem tanto) o voto consciente em Collor. Mas até acreditar que ele pretende resolver todos os problemas que afligem o povo brasileiro - fome, habitação, transporte, educação - há uma distância superlativa.

Em nível de terceiridade, de síntese entre primeiridade/secundidade, pode se concluir que o candidato Fernando Collor de Melo não é a mesma pessoa que afirma que não pertence a grupos econômicos, que não precisa de apoio de ninguém, que vai acabar em pouco tempo com o sofrimento dos mais pobres, porque, afinal, todo o seu passado - o presente: observe as alianças políticas do PRN - demonstram justamente o contrário de seu discurso político na televisão, na propaganda eleitoral gratuita do TRE. Trata-se, portanto, de apenas discurso bem articulado atingindo a população menos preparada politicamente pela emoção, pelas promessas, afinal, sentimentais - primeiridade, enfim.

No discurso político, quando o discurso é assimilado sem uma análise contextual, comparando as "propostas" com as realidades objetivas de quem está propondo, há o risco de ocorrer uma distorção. Na política, em especial, o discurso é progresso no nível de primeiridade (apenas) é prejudicial, sem dúvida, ao processo político. Porque, principalmente, é possível propor soluções inverossímeis, impraticáveis e sem, contudo, ser questionado.

Se levarmos em consideração as tricotomias peircianas no caso específico da candidatura Collor é possível, inegavelmente, ensaiar algumas conclusões - não todas, é óbvio - significativas. Mas, efetivamente, quem não possui elementos objetivos com os quais possa cotejar com as propagandas na televisão de algum candidato, no caso, de Fernando Collor de Melo, fica difícil, quase impossível fazer uma avaliação sistemática, racional e, portanto, de terceiridade, de suas reais intenções como Presidente da República.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BONVINCINO, R. **A Crise das Linguagens Políticas**. Folha de São Paulo 09.11.89 Cidades, p. 4, 1989.
- PEIRCE, C. S. **Semiótica e Filosofia**, São Paulo: Cultrix, 1972.
- SILVEIRA, E. F. B. da A produção dos Sígnos numa Estrutura Social Antagônica. **TRANSFORMAÇÃO**, São paulo, v.3, p. 81-90, 1980.