

PROPAGANDA POLÍTICA ELEITORAL: POSSIBILIDADES DE LEITURA

Maria Luceli Faria BATISTOTE¹
Dayne da Silva Caldeira SAIBERT²

Resumo

Neste artigo, propomos a leitura de um cartaz de propaganda política do ator Jair Bolsonaro, mobilizando conceitos advindos da Semiótica francesa, fundada por Algirdas Julien Greimas, a fim de identificar as estratégias enunciativas por meio do exame do plano de conteúdo, visando determinar os elementos do nível fundamental e do nível discursivo, bem como do plano de expressão e as relações semissimbólicas. Como quadro teórico, encontra-se respaldo em Barros (2005, 2003), Fiorin (2002), Floch (1981), Greimas (2002), Pietroforte (2004), Batistote (2012). O percurso analítico empreendido mostra como as estratégias enunciativas no cartaz de propaganda política de Jair Bolsonaro contribuíram para a adesão do enunciário ao discurso veiculado.

Palavras-chave: Semiótica discursiva. Leitura. Estratégias enunciativas. Semissimbolismo.

Abstract

In this article, we propose the reading of a political propaganda poster by actor Jair Bolsonaro, mobilizing concepts arising from French Semiotics, founded by Algirdas Julien Greimas, the in order to identify the enunciative strategies through the examination of the content, in order to determine the elements of the fundamental level and the discursive, as well as the plan of expression and semi-symbolic relations. Like theoretical framework, is supported by Barros (2005, 2003), Fiorin (2002), Floch (1981), Greimas (2002), Pietroforte (2004), Batistote (2012). The analytical path undertaken shows how the strategies enunciative on the political propaganda poster of Jair Bolsonaro contributed to the adhesion of enunciatee to the conveyed speech.

Keywords: Discursive semiotics. Reading. Enunciative strategies. Semi-symbolism.

Palavras iniciais

A escolha pelo aparato teórico-metodológico da semiótica discursiva, desenvolvida por Algirdas Julien Greimas, fez-se por entender que tal vertente se

¹ Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, FAALC, Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens, Campo Grande, MS, Brasil. Endereço eletrônico: marialucelifaria@gmail.com

² Mestranda em Estudos de Linguagens pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, FAALC, Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens, Campo Grande, MS, Brasil. Endereço eletrônico: daynesaibert@gmail.com

propõe à análise de textos verbais e não verbais. Assim, à diferença da linguística, a semiótica não limita suas pesquisas ao campo verbal, mas abre-as para qualquer sistema de signos, contemplando artes visuais, música, fotografia, cinema e práticas gestuais.

Para a semiótica discursiva, o texto resulta da junção de um plano de conteúdo com um plano de expressão; entende-se, nesse caso, que o discurso - aquilo que é dito - pode ser analisado não apenas num conto ou poema, mas também numa imagem. De acordo com Fiorin (1999), o texto é uma unidade de construção de sentidos que pode ser usado para a compreensão de uma linguagem verbal ou não verbal.

Nessa conjuntura, selecionamos como *corpus* um cartaz de propaganda política veiculado no *Facebook* de Jair Bolsonaro, então candidato à presidência da República, no processo eleitoral de 2018. O objeto de análise em questão une duas linguagens distintas, a verbal (texto) e a não verbal (visual), portanto, formado por linguagem sincrética.

Em 2018, a campanha eleitoral de Jair Bolsonaro, fortemente marcada pelo uso da internet, teve como base de propagação de seu discurso a utilização das redes sociais, em especial, o *Facebook*. Tal recurso proporcionou o contato direto com seus eleitores/apoiadores, tornando-se um importante canal para que o candidato de extrema direita fosse eleito. Apesar de exercer cargos políticos acerca de quatro décadas, o então deputado federal passou a obter maior destaque apenas nos últimos anos por meio da *internet*, sendo reconhecido por explorar temas como o acesso amplo da população ao porte de arma, o discurso contra a corrupção, por sua característica política conservadora³ e, sobretudo, por ser defensor dos princípios da família tradicional e dos bons costumes.

Por ocorrências como essas, o modo como se deu a construção da propaganda política de Jair Bolsonaro, exposta pelos meios modernos de comunicação, despertou o interesse em refletir acerca das estratégias enunciativas nos cartazes políticos publicados no *Facebook* do então candidato.

Para dar conta da exposição dos conteúdos mencionados, este artigo organiza-se em duas seções. Na primeira seção, traçamos um breve panorama da fundamentação teórica abordando, sobretudo, o percurso da semiótica discursiva e seus desdobramentos. Na segunda seção, debruçamo-nos sobre a análise do cartaz político, selecionado para este trabalho.

³ Ideologia política e social que defende a manutenção das instituições sociais tradicionais no contexto da cultura e da civilização.

Cabe ressaltar que se todo discurso tem por finalidade persuadir, o discurso político é, por excelência, o lugar em que se expressam as máscaras sociais, isto é, o simulacro em que o enunciador se revela de acordo com o contexto social, no caso, de uma nação.

Um pouco de teoria

A semiótica discursiva foi desenvolvida por Algirdas Julien Greimas, a partir da segunda metade da década de 1960, com base na linguística estrutural de Saussure e Hjelmslev. A proposta semiótica procura descrever e explicar os sentidos construídos nos textos desenvolvidos ao longo do processo de comunicação. À semiótica não interessa propriamente o significado, mas a arquitetura textual que produz o sentido.

A fim de propiciar um melhor exame do objeto, o texto deve ser estudado, inicialmente, a partir do seu plano de conteúdo, de modo a distanciar-se das questões implicadas pela especificidade das demais manifestações - gestuais, visuais, sincréticas e verbais. Com isso, a semiótica deve ser compreendida como a teoria engajada em explicar os sentidos do texto, pela investigação, primeiramente, de seu plano do conteúdo (BARROS, 2005). Este, por sua vez, é concebido sob a forma de um percurso gerativo, o qual permite a visualização de como a significação é construída internamente no texto.

O percurso gerativo de sentido, instrumental metodológico desenvolvido para análise semiótica, é composto por uma sucessão de patamares, cada um passível de receber uma descrição apropriada, que evidencia como se produz e se interpreta o sentido, num processo que parte do mais simples ao mais complexo (FIORIN, 2002). São três os níveis que o constituem: o fundamental, o narrativo e o discursivo; cada um desses níveis comporta uma sintaxe (os mecanismos que organizam, ordenam os conteúdos) e uma semântica (os conteúdos propriamente ditos, que são ordenados pela sintaxe). À junção dessa sintaxe com essa semântica, podemos chamar de “gramática semiótica” (BARROS, 2002).

Para o exame acerca das estratégias enunciativas na propaganda política do ator Jair Bolsonaro, buscamos mobilizar o nível fundamental e o nível discursivo do percurso gerativo de sentido, para a compreensão do processo da construção da imagem de Jair Bolsonaro, durante o período de propaganda eleitoral de 2018.

O nível fundamental, considerado o mais simples e abstrato, a significação aparece organizada como uma oposição semântica mínima que passa a constituir uma categoria

semântica fundamental, cujos termos são classificados como eufóricos (positivos) ou disfóricos (negativos).

As estruturas elementares da significação são representadas pelo quadrado semiótico. Para Greimas & Courtés (1979, p 29-30), o quadrado semiótico deve ser entendido como a representação visual da articulação lógica de uma categoria semântica qualquer, sendo organizado a partir de uma oposição tal que *a vs b*, a qual é preenchida por conceitos binários, em que há uma relação de contrariedade, contradição e complementariedade.

O nível discursivo se desdobra em componentes semântico e sintático. Na semântica discursiva, destacam-se as noções de tematização e figurativização. A tematização é o processo de investimento semântico que não corresponde a uma representação do mundo natural; já a figurativização recobre os percursos temáticos abstratos, com elementos correspondentes ao mundo natural, pois apelam a um dos sentidos pelos quais se aprende a significação desse mundo.

Ainda, no nível discursivo, os valores trazidos do nível narrativo são difundidos no discurso de forma abstrata, por meio de percursos temáticos que, por sua vez, podem ser figurativizados, alcançando com isso maior concretude. Para Barros (2005):

Os valores assumidos pelo sujeito da narrativa são, no nível do discurso, disseminados sob a forma de percursos temáticos e recebem investimentos figurativos. A disseminação dos temas e a figurativização deles são tarefas do sujeito da enunciação. Assim procedendo, o sujeito da enunciação assegura, graças aos percursos temáticos e figurativos, a coerência semântica do discurso e cria, com a concretização figurativa do conteúdo, efeitos de sentido sobretudo de realidade (BARROS, 2005, p. 66).

O processo de produção da significação pode ser apreendido ao longo do percurso gerativo de sentido, havendo papéis temáticos que organizam e selecionam percursos figurativos no nível discursivo. De acordo com Fiorin (2015), o percurso gerativo é composto de níveis de invariância crescente, porque um patamar pode ser concretizado pelo patamar imediatamente superior de diferentes maneiras, assim também um mesmo tema pode ser figurativizado de diferentes maneiras. No discurso político, encontramos a temática do nacionalismo, além de outros temas como a educação, economia e segurança pública.

Na sintaxe discursiva, cabem os estudos relativos à colocação em discurso das categorias de pessoa, tempo e espaço. Dessa forma, são verificadas as projeções da enunciação no enunciado e os procedimentos que produzem o efeito de realidade ou

referente (FIORIN, 1999). Nesse domínio, os níveis anteriores são sempre atualizados e nele são investigados os efeitos de sentido de um discurso narrado em primeira ou terceira pessoa, num espaço do aqui ou do lá, num tempo passado ou presente, e quais os recursos discursivos utilizados pelo narrador para criar tais efeitos de sentidos.

É importante ressaltar que a semiótica, herdeira também dos estudos linguísticos de Benveniste, considera a enunciação uma instância de mediação entre língua e fala, uma instância logicamente pressuposta pelo enunciado. No entanto, ao estabelecer o texto como seu objeto, altera o que se considera língua e fala; dessa forma, amplia o alcance da enunciação para todas as linguagens e permite explicar o processo de construção discursiva, para além das unidades frásicas, buscando determinar as unidades transfrásicas que entram na constituição do discurso (FIORIN, 2015).

Nesse sentido, o lugar ocupado pela enunciação no arcabouço teórico da semiótica é visto como o responsável pelos mecanismos de instauração de pessoas, espaços e tempos no enunciado. Tais mecanismos são dois: a *debreagem* e a *embreagem*, os quais produzem efeitos de sentido no discurso. A enunciação é sempre, por definição, enunciação enunciada, quando há um desacordo entre enunciado e enunciação, estabelece-se um conflito entre enunciação enunciada e enunciado enunciado e o estatuto conferido é de mentira (/não-ser/ e /parecer/) ou de segredo (/ser/ e (/não-parecer/), tendo como efeito de sentido a dissimulação ou a franqueza.

A enunciação está sempre pressuposta pelo enunciado, deixando nele marcas que possibilitam recuperá-la por meio de sua descrição. Essas marcas no discurso são apreendidas também por meio da análise da *actorialização*, *temporalização* e *espacialização*, que se referem à instauração das pessoas, tempo e espaço no discurso. Isso se dá, principalmente, pelo mecanismo de *debreagem*, a qual pode ser *enunciativa* ou *enunciva*.

Na *debreagem* *enunciativa* (enunciação enunciada), o sujeito da enunciação projeta um eu-aqui-agora que produz um discurso em 1ª pessoa, simulando o espaço e tempo em que o discurso é enunciado, criando o efeito de sentido de subjetividade. Por sua vez, na *debreagem* *enunciva* (enunciado enunciado), é projetado um ele-alhures-então, produzindo um discurso em 3ª pessoa, além de um espaço e tempo que não coincide com o da enunciação, produzindo o efeito de sentido de objetividade.

Já o conceito de *embreagem*, Segundo Fiorin (2016), indica o efeito de retorno à enunciação produzido por meio da construção das categorias de pessoa e/ou espaço e/ou tempo, assim como pela *denegação* da instância do enunciado. A *embreagem*

enunciativa ocorre quando o termo debreante é tanto enunciativo como enuncivo, mas o embreante é enunciativo. Já a embreagem enunciva é aquela em que o termo debreante pode ser enunciativo ou enuncivo, mas o termo embreante é enuncivo. Os mecanismos de debreagem e embreagem não pertencem a esta ou aquela língua, a esta ou aquela linguagem, mas à linguagem pura e simplesmente. Todas as línguas e linguagens possuem as categorias de pessoa, espaço e tempo.

Fiorin (2016) trata das noções de pessoa e não pessoa, enfatizando que há traços comuns relacionados à primeira e à segunda pessoa que as diferenciam da terceira. Segundo o autor, o *eu* e o *tu* são reversíveis no ato da enunciação, não sendo possível essa reversibilidade com o *ele*, considerado a não pessoa. Ressalta-se que é a situação de enunciação que especifica o que é pessoa e não pessoa e que a terceira pessoa é mostrada no contexto e não na situação. Ainda, a categoria de pessoa demarca-se na língua pelos pronomes pessoais, retos, oblíquos e possessivos.

Nas palavras do autor, o tempo linguístico é irredutível seja ao tempo crônico, seja ao tempo físico; dessa forma, há um tempo linguístico específico da língua. Considerando que o discurso instaura um *agora*, momento da enunciação, cria-se um *então*, em contraposição. A partir desses conceitos, Fiorin apresenta que o centro temporal da linguagem organiza-se a partir da fala, tendo como eixo o presente, o qual ordena a categoria topológica da concomitância vs não concomitância, articulando-se, por sua vez, em anterioridade vs posterioridade. Assim, em relação ao momento do fazer enunciativo, anterioridade e posterioridade, correspondem ao para trás e para frente, o que significa que o eixo ordenador do tempo sempre é o momento da enunciação.

Em relação ao espaço, segundo o autor, ordena-se a partir do *hic*, lugar do *ego*, que é o centro de referência espacial do discurso. O espaço também pode produzir neutralizações: em o espaço subvertido, as embreagens espaciais são exibidas em dois grupos: a) embreagens entre lugares distintos do sistema enunciativo; b) embreagens entre espaços do sistema enunciativo e enuncivo. Além disso, as categorias espaciais desdobram-se em espaço da enunciação e espaço do enunciado ou do narrado.

Dado o exposto, convém lembrar que, quando se fala em percurso gerativo de sentido, analisa-se o nível do conteúdo; entretanto, o conteúdo só pode manifestar-se por meio de um plano de expressão. Segundo Greimas e Courtés (2002):

Na esteira de L. Hjelmslev, denomina-se plano de expressão o significante saussuriano considerado na totalidade de suas articulações, como o verso de uma folha de papel cujo anverso seria o significado, e não no sentido de “imagem acústica” como uma leitura

superficial de Saussure permite a alguns interpretá-lo. O plano da expressão está em relação de pressuposição recíproca com o plano do conteúdo, e a reunião deles no momento do ato de linguagem corresponde à semiose (GREIMAS E COURTÉS, 2002, p. 197).

Essa relação recíproca entre os dois planos está presente nas relações sincréticas entre linguagem verbal e não verbal, as quais manifestam o conteúdo e completam-se em um todo do sentido.

Desenvolvida por Jean-Marie Floch, na década de 1970, a semiótica plástica ou visual é definida como aquela que se dedica à análise de textos visuais e que está relacionada com o estudo da significação de exemplares estéticos. Para Floch (1985), a semiótica plástica consiste na realização, em certos tipos de substância – a substância visível –, da semiótica poética, a qual é autônoma quanto à sua organização formal e à sua significação.

Para Floch (1985), o plano da expressão é o plano no qual as qualidades sensíveis que possui uma linguagem para se manifestar são selecionadas e articuladas entre elas por variações diferenciais. O plano de conteúdo é o plano em que a significação nasce das variações diferenciais graças às quais cada cultura, para pensar o mundo, ordena e encadeia ideias e discurso. Partindo desse pressuposto, esses planos possuem entre si uma relação de ação conjunta. Floch explica que “só há expressão se houver conteúdo, e não há conteúdo se não houver expressão entre as duas formas, pois são elas que produzem essas diferenças sem as quais não haveria sentido”.

O plano da expressão articula-se com base nas categorias propostas por Floch (1985). Essas categorias, que ocorrem em diversos tipos de textos, tais como cartazes, esculturas, pinturas, são divididas: em cromáticas, relativas às cores, topológicas, relativas às disposições de cores e formas e em eidéticas, e relativas às formas. Assim, destacam-se as categorias plásticas:

- a. Categorias cromáticas: referem-se aos traços das cores e tons opaco vs. brilhante, claro vs. escuro, fria vs. quente, luz vs. sombra;
- b. Categorias topológicas: especificam o espaço e todas as figuras componentes e relacionam-se com as outras categorias. Podem apresentar as seguintes oposições: direita vs. esquerda, alto vs. baixo, central vs. marginal, superior vs. inferior, englobado vs. englobante;

c. Categorias eidéticas: representam as linhas e formas que estão na imagem e, podem apresentar as oposições: uniforme vs. multiforme, reto vs. curvo, linear vs. pictórico.

Ainda quanto ao semissimbolismo, segundo Pietroforte (2010), sua ocorrência dá-se quando o plano de expressão deixa de ser apenas uma forma de veicular o conteúdo e passa a “fazer sentido” a partir da articulação entre a forma de expressão e a forma de conteúdo. Para Barros (2003), o semissimbolismo oferece uma nova leitura do mundo ao associar diretamente relações de cor, de forma (plano de expressão) com relações de sentido (plano de conteúdo).

Ao realizarmos a leitura semiótica do cartaz político do ator Jair Bolsonaro, percebeu-se que, no plano da expressão, há a existência de textos tanto verbal quanto visual, conduzindo a seu entendimento como textos sincréticos.

Olhar semiótico sobre o cartaz do ator Jair Bolsonaro

Tendo sido exposto o arcabouço teórico-metodológico, propõe-se aqui uma análise do plano de conteúdo, em especial os níveis discursivo e fundamental, e do plano de expressão e das relações semissimbólicas, bem como o exame das instâncias de enunciação. A análise orientará o “parecer do sentido” no cartaz selecionado, contribuindo, também, para a apreensão dos efeitos de sentido produzidos pelo enunciador.

O *corpus* deste artigo foi retirado da página oficial do então candidato no Facebook, rede digital utilizada como suporte neste trabalho. Vale ressaltar que a propaganda política em forma de cartaz digital foi um instrumento de comunicação bastante utilizado ao longo das eleições de 2018.

A seguir, procederemos à análise dos elementos linguístico-discursivos do texto, o qual foi elaborado com o objetivo de persuadir os eleitores a aderirem ao discurso do candidato Jair Bolsonaro. Para facilitar o acesso ao *corpus*, optou-se por inserir as figuras no corpo do texto.



Figura 1: Cartaz do ator Jair Bolsonaro “Vamos Juntos Mudar o Brasil”⁴.

A leitura descritiva do cartaz permite dizer que o texto é formado por linguagem sincrética, uma vez que há a identificação tanto de texto verbal quanto não verbal. No que concerne à linguagem não verbal (visual), observa-se, do lado direito do cartaz, a imagem iluminada do ator político Jair Bolsonaro sobre um fundo de cromatismo azul, na parte inferior, há duas faixas na posição horizontal: uma de cromatismo amarelo, com enunciado linguístico em cores escuras; e outra de cromatismo verde contendo um enunciado linguístico centralizado de cromatismo branco. Por sua vez, no lado esquerdo, nota-se outro enunciado linguístico de cromatismo branco sobre um fundo de cromatismo preto.

Quanto à linguagem verbal do cartaz, observa-se o seguinte enunciado linguístico: “O brasileiro desta vez **terá** a opção de **escolher** um Presidente que **pegue** firme contra a bandidagem; Contra saidinha nas prisões; A favor do livre mercado; Contra ideologia de gênero e doutrinação nas escolas; Contra o desarmamento; Livre de acordões com corruptos para **atender** aos interesses da nação e não de partidos políticos; Contra o aborto; A favor da redução da maioria penal. Por fim, o Brasil **poderá ter** um presidente que **seja** honesto, patriota e que **tenha** Deus no coração. **VAMOS JUNTOS MUDAR O BRASIL!**” Jair Bolsonaro. (grifos da autora)

⁴ Disponível em: facebook.com/jairmessias.bolsonaro/

No plano de conteúdo, em relação ao nível da sintaxe discursiva, com ênfase nas projeções actanciais, o cartaz apresenta um Eu (enunciador) e um Tu (enunciatário). Por meio da análise do texto, observa-se que o enunciador transmite uma mensagem sobre o seu plano de governo, em que os eleitores poderão ter a oportunidade de votar pela mudança, pressupondo que o enunciatário leve em conta o cenário político atual com constantes casos de corrupção. Considerando que a semiótica discursiva recupera a enunciação por meio da análise das estruturas discursivas do texto, as quais mostram pistas pelas projeções da sintaxe do discurso, de escolhas de temas e figuras, sustentadas por ideologias, convém mencionar as palavras de Barros:

A análise interna do texto [...] mostra que as escolhas feitas e os efeitos de sentido obtidos não são obra do acaso, mas decorrem da direção imprimida ao texto pela enunciação. Ressalta-nos o caráter manipulador do discurso, revela-se sua inserção ideológica e afasta-se qualquer ideia de neutralidade ou de imparcialidade (BARROS, 1990, p. 82).

Nessa perspectiva, analisam-se, portanto, os aspectos enunciativos por meio de marcas deixadas pelo enunciador no texto para compreensão de seu fazer persuasivo. No enunciado linguístico, observa-se que ocorrem três procedimentos com ênfase nas projeções actanciais: é possível identificar uma debreagem actancial enunciativa por meio da utilização das formas verbais *terá*, *escolher*, *poderá ter*, que instauram a terceira pessoa do discurso, indicando um afastamento do enunciador e produzindo um efeito de sentido de objetividade e distanciamento.

Em relação à forma *o brasileiro*, que instaura a terceira pessoa (ele), retomando Fiorin (2016), há traços comuns à primeira pessoa e à segunda pessoa que as diferenciam da terceira. Enquanto o *eu* e o *tu* são reversíveis na situação da enunciação, não é possível a reversibilidade com o *ele*. Nesse sentido, a terceira pessoa pode ser uma infinidade de sujeitos ou nenhum e não pode ser instaurada como actante da enunciação. Sendo assim, a expressão *ele* é considerada como marca da não pessoa.

Ainda se observa que, no cartaz, ocorre uma debreagem actancial enunciativa, por meio da qual o enunciador finaliza seu discurso dirigindo-se ao enunciatário “VAMOS JUNTOS MUDAR O BRASIL!”, introduzindo um “tu” no enunciado. Ao expor o seu plano de governo e falar do que pretende fazer, caso seja eleito, cria um efeito de sentido de verdade, ou seja, o candidato tentar criar uma relação de proximidade, sobretudo de confiança, com o enunciatário, mostrando que pode trazer

esperança para mudar o cenário político do Brasil frente à divulgação dos casos de corrupção.

Nessa debreagem actancial enunciativa, a primeira pessoa encontra-se inserida na forma verbal *vamos* (conjugada na primeira pessoa do plural), que instaura um “nós” inclusivo, produzindo efeitos de sentido de subjetividade, cumplicidade, proximidade, totalidade. Esse procedimento também reforça o papel social dos eleitores, convidando-os a assumir a responsabilidade no processo democrático como cidadãos. Além disso, pode-se observar a oposição semântica objetividade vs. subjetividade norteadora da organização do nível discursivo no que se refere à categoria de pessoa.

Em relação às categorias de tempo e de espaço, verifica-se que, na expressão *desta vez*, referente às eleições, a categoria de tempo se faz presente por uma debreagem temporal enunciativa, pois é concomitante com o momento da enunciação. Quanto à categoria de espaço, que instaura um lugar (Brasil), que, nesse caso, é o ponto de referência inscrito no enunciado, caracteriza uma debreagem espacial enunciativa. Dessa forma, o enunciador espera que os enunciatários mudem o seu modo de agir e pensar, com o objetivo de alcançar a ação desejada: o voto.

Na análise da semântica discursiva, são examinados os temas e as figuras. Conforme mencionado, os temas são categorias que organizam, categorizam os elementos do mundo natural e, por sua vez, as figuras remetem a algo existente na semiótica do mundo natural. No cartaz em questão, observam-se os temas da novidade, da mudança quanto à escolha do voto, que se apresenta na figura de Bolsonaro, sendo aqui considerado como a nova política, em contraste com as antigas práticas políticas, bem como os temas do nacionalismo, da honestidade, da religiosidade, dos valores tradicionais, do conservadorismo.

Os temas da novidade e mudança são revestidos pela figura do candidato Jair Bolsonaro, com novas práticas e propostas de renovação no sistema político, convidando o eleitor não somente a ajudar a mudar o país, como também a cumprir o papel social de cidadão que exerce a democracia. Por sua vez, o tema do nacionalismo indica que os eleitores têm a oportunidade de exercer a democracia com seriedade e comprometimento escolhendo um candidato honesto, novo nesse cargo, cristão e patriota. Ainda é possível observar no texto o discurso contra a corrupção e a exaltação dos valores nacionalistas, tradicionais e conservadores. Ademais, os valores que remetem ao nacionalismo exigem a responsabilidade cívica de todos os cidadãos em defender o país.

No cartaz analisado, é possível perceber que Bolsonaro reveste seu discurso de figuras que são sempre retomadas e que levam a determinados temas; essas figuras são o próprio discurso. Observa-se que o candidato utiliza figuras como “bandagem, saidinha nas prisões, contra o desarmamento, contra a redução da maioria penal” para tratar do tema da segurança pública; e as figuras “contra o aborto, contra a ideologia de gênero e doutrinação nas escolas” para tratar do tema do conservadorismo, ou seja, dos valores tradicionais mencionados ao longo dessa pesquisa; as figuras “livre de acordões com corruptos para atender aos interesses da nação e não de partidos políticos” revestem o tema da corrupção.

A partir desses temas, a figura de Bolsonaro recobre os temas da honestidade, patriotismo e religiosidade, uma vez que o candidato se coloca como um homem íntegro, patriota e temente a Deus por não compactuar com a corrupção e com os valores que se colocam contra a família tradicional e conservadora. O enunciado final do texto “Vamos juntos mudar o Brasil” gera o efeito de sentido de esperança.

Na análise do nível fundamental, observamos que o texto apresenta uma oposição semântica que pode ser percebida tanto no plano de conteúdo como no plano de expressão, este que será visto a seguir. A relação existente entre os dois planos é chamada de semissimbólica e, conforme Pietroforte (2010, p. 8), é arbitrária porque está fixada em um determinado contexto, contudo, ao mesmo tempo, é também motivada, dada a ligação estabelecida entre os dois planos da linguagem.

No cartaz em questão, verificamos as oposições luz vs. sombra e vida vs. morte. De acordo com Fiorin (2005), a semântica e a sintaxe do nível fundamental procuram explicar os níveis mais abstratos da produção do discurso; assim, os termos luz e vida condizem com a aceitação da proposta de mudança do candidato, portanto, são positivos ou eufóricos, enquanto sombra e morte são termos negativos ou disfóricos. Ainda há a seguinte organização sintática fundamental: afirmação da luz e vida, quando o candidato apresenta seu plano de governo trazendo esperança e uma nova política para “salvar” a nação brasileira; e negação da luz e vida.

Nessa perspectiva, o termo *luz* produz o efeito de sentido de que o candidato trará a solução para os problemas políticos e sociais enfrentados pelo povo brasileiro. Dessa forma, o texto aponta que a mudança do país será possível somente a partir da colaboração de todos os eleitores, ao depositarem seu voto e confiança no candidato. O enunciador expõe seu ponto de vista de que os cidadãos devem contribuir em favor da

mudança do Brasil nas eleições para que tenham a nação governada por alguém diferente, que levará o Brasil para um novo caminho.

Após a análise do plano de conteúdo, seguimos para o exame do plano da expressão do cartaz e das correlações estabelecidas entre os dois planos, o que nos permite verificar um estudo mais amplo dos textos sincréticos. No plano da expressão, analisaremos as três categorias desenvolvidas por Floch (1985): eidética, cromática e topológica.

Quanto ao exame das categorias topológicas, que correspondem ao enquadramento e disposição das imagens apresentadas no cartaz, nota-se que a linguagem verbal está disposta na parte esquerda do cartaz, enquanto a não verbal (visual), na parte direita. Em relação à linguagem não verbal, o cartaz é formado pelas oposições plásticas: a topológica, esquerda vs. direita, que orienta a disposição do cartaz; a eidética, parcialidade vs. totalidade, menor vs. maior, responsável pelo enquadramento; e a cromática luz vs. sombra, relativa às cores.

O plano visual do texto, conforme visto, permite dizer que o cartaz é dividido em dois espaços: a parte esquerda, em que se localiza o texto verbal; e a direita, em que aparece o texto não verbal, a imagem do ator político Jair Bolsonaro. Nessa perspectiva, o texto verbal e o não verbal estão dispostos conforme a categoria plástica esquerda vs. direita. Tal categoria organiza a distribuição do espaço no texto, ao mesmo tempo em que se relaciona com a oposição parcialidade vs. totalidade, responsável pelo enquadramento das imagens; além disso, a categoria cromática luz vs. sombra divide os espaços do cartaz.

No que concerne à linguagem verbal, de modo predominante, nota-se, nas letras, a cor branco, remetendo à luz, que contrasta com o fundo de cromatismo preto, remetendo à sombra; desse modo, observa-se que as tonalidades presentes no cartaz formam a categoria plástica luz vs. sombra. Verifica-se que o cromatismo preto tem a função de destacar o texto verbal de cromatismo branco, que produz o efeito de sentido de ênfase, a importância da mensagem transmitida.

O cartaz apresenta, ainda, um longo enunciado-linguístico (“O brasileiro desta vez terá a opção... MUDAR O BRASIL!”). A organização do texto verbal apresenta características distintas; nota-se, em relação às letras, a diferença no formato, tamanho e cor da fonte. Os formatos, semelhantes às letras selecionadas para reportagens publicadas em revistas e jornais, tanto impressos quanto digitais, estão dispostos na parte esquerda do cartaz em relação ao candidato que está posicionado na parte direita,

formando, desse modo, a categoria topológica esquerda vs. direita. Quanto ao tamanho da fonte, verifica-se que as letras do período linguístico mais extenso estão em fonte menor do que as expressas na frase final, o que conduz à categoria eidética parcialidade vs. totalidade, menor vs. maior. Desse modo, percebe-se também a ênfase dada no enunciado “VAMOS JUNTOS MUDAR O BRASIL”, com destaque ao uso da forma imperativa.

Com relação à categoria cromática, percebe-se a escolha da cor usada pelo enunciador para destacar o texto, bem como ressaltar a imagem do ator político Jair Bolsonaro. Essa seleção produz um efeito de sentido com o intuito de chamar a atenção do enunciatário. Nesse sentido, a utilização de cores na composição do texto, juntamente com os elementos visuais, configura elementos importantes para a construção de sentidos no texto. Nesse sentido, verificamos que a cor azul aparece de forma predominante no texto e, para compreendermos os efeitos visuais causados no enunciatário pela referida cor, Farina (1982) aponta que o cromatismo azul indica espaço, viagem, verdade, sentido, afeto, intelectualidade, paz, advertência, precaução, serenidade, infinito, meditação, confiança, amizade, amor, fidelidade, sentimento profundo, montanhas longínquas, frio, mar, céu, gelo, feminilidade, águas tranquilas.

Nessa perspectiva, observa-se no cartaz analisado, que a cor azul confere destaque à figura de Bolsonaro, iluminando-o, em visualização cromática sobre o ator político que aponta para os temas da confiança, produzindo o efeito de sentido de que o candidato possui serenidade, verdade e credibilidade para conduzir a nação.

Já na posição do corpo, demonstra imobilidade, e a figura apresentada é parte do político iluminado, enfatizando o perfil e o olhar, que não se direciona ao enunciatário, mas para além, produzindo o efeito de sentido de que o ator está sempre à frente, olhando para o futuro, demonstrando estar preparado para assumir a função de presidente da República. Além disso, no enquadramento, o lado direito recobre o tema do posicionamento político de direita.

No que concerne ao componente cromático, infere-se que a escolha dos tons azul, amarelo e verde aponta para as cores da bandeira do Brasil, retomando, do plano de conteúdo, o tema do nacionalismo.

As categorias da expressão correlacionam-se a categorias do conteúdo, estabelecendo relações semissimbólicas. Observam-se, portanto, as relações semissimbólicas entre a categoria do plano de conteúdo “vida vs. morte”, e as categoria plástica do plano de expressão “luz vs. sombra”.

Para um efeito de fim

A análise do *corpus* deste artigo, sob a perspectiva da semiótica discursiva, permitiu apreendermos os efeitos de sentido gerados pelo cartaz de propaganda política de Jair Bolsonaro no processo eleitoral de 2018.

Com base na análise das estratégias enunciativas no cartaz selecionado, observamos que o texto realiza uma alternância de dois procedimentos: a *debreagem* actancial enunciativa, para produzir efeito de sentido de objetividade, de afastamento; e a *debreagem* actancial enunciativa que produz o efeito de sentido de subjetividade, de aproximação. Além disso, o enunciador utilizou a terceira pessoa do discurso e verbos no tempo do “futuro”, com o intuito de retratar um fato que não ocorre no momento da fala, mas posterior à enunciação, criando um efeito de sentido de tempo futuro, de esperança.

Para atingir seu objetivo e realizar o fazer persuasivo, o enunciador efetiva um simulacro sobre os valores, motivações, demonstrando conhecimento do mundo dos enunciatários. Para persuadir, utilizou os sentimentos e memória da população presentes na história política recente do Brasil, em recurso que leva os enunciatários à identificação com a ideologia política de Jair Bolsonaro presente em seu discurso. Desse modo, é possível perceber também que o enunciador quer fazer o enunciatário crer em seu discurso por meio de marcas implícitas (ou não) para que este interprete os seus conteúdos, tomando-os como verdade. Para que isso aconteça, é preciso que o enunciatário tenha conhecimento não apenas do contexto sócio-histórico, como também da ideologia do enunciador.

Assim, para transmitir suas propostas e estabelecer uma relação de semelhança com o mundo natural, o enunciador recorreu aos temas e figuras do nacionalismo, patriotismo, conservadorismo, segurança, corrupção, religiosidade, esperança. Observamos, por meio do plano de expressão e das relações semissimbólicas, que tanto os textos verbais quanto não verbais retomam os mesmos temas e figuras.

Cabe, também, ressaltar que os mecanismos enunciativos utilizados no cartaz resultaram na identificação e aceitação pelos eleitores do discurso de Jair Bolsonaro, fortemente marcado pelo conservadorismo, nacionalismo e religiosidade, que produziu efeitos de sentido para a construção da imagem ideal de um político novo no cargo, preparado para assumir a presidência da República. Assim, comprovou-se que as estratégias enunciativas depreendidas no cartaz contribuíram para a aceitação do discurso do ator político pelos enunciatários.

E, por fim, destacamos que a análise tornou possível apreender, no plano de expressão, elementos que denotam a oposição semântica e que se configuram como valores no plano do conteúdo, do percurso gerativo de sentido.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARENDDT, Hannah. **Origens do totalitarismo**: Tradução Roberto Raposo. São Paulo – Companhia das Letras, 2012.

BARROS, Diana Luz. **Teoria Semiótica do texto**. São Paulo: Ática, 2005.

_____. **Estudos sobre o discurso**. In: FIORIN, J. L. (org.). Introdução à linguística II. São Paulo: Contexto, 2003.

_____. **Teoria do discurso**: fundamentos semióticos. São Paulo: Humanitas, 2002.

BATISTOTE, Maria Luceli Faria. **Semiótica Francesa**: busca de sentido em narrativas míticas. Campo Grande, MS: Ed. UFMS, 2012.

FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das Cores em Comunicação**. São Paulo: Edgar Blücher, 1982.

FIORIN, José Luiz. **A noção de texto na semiótica**. Organon, Porto Alegre, v. 9, n.23, 1995.

_____. **Elementos de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2002.

_____. **Em busca do sentido**. São Paulo: Contexto, 2015.

_____. **As Astúcias da Enunciação**: as categorias de pessoa, espaço e tempo. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2016.

FLOCH, Jean-Marie. **Petites mythologies de l'oeil et de l'esprit: pour une sémiotique plastique**. Paris/Amsterdam: Hadés/Benjamins, 1985.

_____. **Semiótica plástica e linguagem publicitária**. Tradução de José Luiz Fiorin. Revista Significação, 6: 29-50, 1987.

GREIMAS, A. J., COURTÉS, J. **Dicionário de Semiótica**. São Paulo: Contexto, 2008.

_____. **Da imperfeição**. A. J; Prefácio e Tradução Ana Claudia de Oliveira. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2002.

OLIVEIRA, Ana Cláudia de. **Semiótica Plástica**. São Paulo: Hacker Editores, 2004.

PIETROFORTE, Antonio Vicente. **Análise do texto visual**: a construção da imagem. São Paulo: Contexto, 2007.

_____. **Semiótica visual: os percursos do olhar.** 2. Ed. – São Paulo: Contexto, 2007.

Sites:

Fanpage: <<https://www.facebook.com/jairmessias.bolsonaro/?fref=ts>> – Fanpage de Jair Bolsonaro.

Submetido em: 09/05/2020.

Aprovado em: 20/11/2020.

Como referenciar este artigo:

BATISTOTE, Maria Luceli Faria; SAIBERT, Dayne da Silva Caldeira. Propaganda política eleitoral: possibilidades de leitura. revista **Linguasagem**, São Carlos, v.36, jul./dez. 2020, p. 21-37.