

**ANÁLISE SEMIÓTICA PEIRCEANA DOS SÍMBOLOS DA POLÍCIA
MILITAR DE SANTA CATARINA
PEIRCEAN SEMIOTIC ANALYSIS OF THE SYMBOLS OF THE MILITARY
POLICE OF SANTA CATARINA**

Paulo Ramos dos Santos¹

Universidade Comunitária da Região de Chapecó
PPGE-Unochapecó/Campus Chapecó
tenramo@hotmail.com

Edivaldo José Bortoleto

Universidade Comunitária da Região de Chapecó
PPGE-Unochapecó/Campus Chapecó
ejbortol@unochapeco.edu.br

Resumo: Propomos neste artigo tecer uma relação entre a Polícia Militar e o campo da Semiótica, especificamente, a Semiótica Peirceana. As análises realizadas são tentativas de compreender as imagens, os textos não verbais e as cores da Polícia Militar de Santa Catarina – PMSC. Busca-se mostrar o que a instituição representa em toda sua complexidade comunicativa de símbolos. Por meio de uma investigação bibliográfica, esse estudo visa evidenciar que a PMSC trabalha com imagens históricas e culturais (signos próprios). Desta forma, esta investigação permite mostrar que os símbolos da PMSC estão seguramente ligados ao seu processo histórico e as semióticas de cada um deles reproduzem de alguma forma um fato histórico. Somados a outros recursos da semiótica, elementos distintos presentes no *slogan*, fardamento e mesmo no gentílico catarinense apresentam instrumentos que permitem conectar aos conceitos de objeto, signo e representante.

Palavras chave: Semiótica Peirceana. Polícia Militar. Signos.

Abstract: We propose in this article make a relationship between the Military Police and the field of Semiotics, specifically, Peircean Semiotic. The analyses are an attempt to understand the images, nonverbal texts and colors of the Military Police of Santa Catarina – PMSC. The aim is to show that study what the institution represents throughout your communicative complexity of symbols. Through a bibliographical research this study aims to demonstrate that the PMSC works with historical and cultural images (own signs). Thus, research allows to showing that the symbols of the PMSC are securely linked to their historical process, and the semiotic of each of them reproduce in some way to a historical fact. Added to other resources of the semiotics, distinct elements present in the slogan, uniforms and even in the pátrios adjectives characteristic of Santa Catarina present instruments that allow to connect to the concepts of object, sign and representative.

Keywords: Peircean Semiotic. Military Police Signs.

¹ Mestrando do Programa de Pós-graduação *stricto sensu* em Educação da Unochapecó.

INTRODUÇÃO

Para Fontenelle (2002) a sociedade moderna é uma “sociedade de imagens”, popularizada com a tecnologia, fotografia, internet e televisão, isto é, alteraram-se as formas e a percepção do mundo contemporâneo, facilitando o predomínio das imagens na realidade social da sociedade, sendo cômoda a substituição das coisas por imagens. Nesse contexto, o capitalismo com seus mecanismos potencializa nosso cérebro com a exposição de imagens, visando o fortalecimento de marcas.

Essas marcas criam desejos e necessidades, ambas necessárias para o ato de consumo, embora os desejos pertençam ao imaginário e a necessidade permeia a realidade (ALLEREZ, 2000).

Segundo Fontenelle (2002), com a evolução do marketing, a marca passa a ter uma nova concepção, alicerçada nos valores, sonhos, ideais e desejos de uma sociedade, não vinculada necessariamente ao produto e serviço.

A construção da marca é um processo de identificação da empresa com o público, enfatizando os valores, missão e qualidade da empresa em consonância com as expectativas e comportamento de seus consumidores.

Sendo assim, as representações, significados e significantes têm abordagens diferentes, podendo ser influenciadas ou não pela mídia, ou seja, a representação possui variações em seus significados e significantes, dependendo de sua contextualização e também das relações de poder existentes na comunicação e na sociedade. Assim, tomaremos para análise o universo simbólico da Polícia Militar de Santa Catarina (PMSC).

Embora a Polícia Militar de Santa Catarina (PMSC) não seja uma empresa privada com fins lucrativos, sua identidade depende de aprovação e legitimidade para sua sobrevivência.

Reconhecida muitas vezes como truculenta e violenta, por outro lado há um esforço que culmina em programas e ações de aproximação com a comunidade, que minimizam a atividade repressiva, típica do trabalho policial. Assim, se por um lado a polícia está no lugar da violência, queremos também, reconhecer sua função pedagogizadora na sociedade.

POLÍCIA MILITAR DE SANTA CATARINA COMO INSTITUIÇÃO

A Polícia Militar é uma instituição estatal de direito público, responsável pela manutenção da ordem pública. Detém, junto às outras forças policiais, o uso exclusivo da força, inclusive a letal para consecução de seus objetivos.

Sua criação se deu no ano de 1835, com o nome de Força Policial da Província de Santa Catarina, por meio da lei provincial número 12, datada de 05 de maio de 1835 e sancionada pelo então presidente da província Feliciano Nunes Pires. Sua jurisdição recaía sobre a Vila de Nossa Senhora do Desterro e, suas missões primordiais, eram a manutenção da tranquilidade pública e fazer cumprir as ordens das autoridades policiais (HOCHLEITNER, 2003).

Seus princípios basilares são a *hierarquia e disciplina*, convencionadas por legislações, ordenamentos, costumes e cultura organizacional.

A militarização das polícias se dá em 1915, por força do Decreto nº 11.497, que dispõe sobre a regulamentação do exército nacional, evocando em seu art. 10 que:

As forças não pertencentes ao Exército Nacional, que existirem com quadros, efetivos, composição e instrução militar uniformes com o do Exército ativo, poderá ser a eles incorporados no caso de mobilização e por ocasião das grandes manobras anuais (BORGES FILHO, 1994, p. 135).

Essa filosofia militar – entendendo a filosofia aqui como uma orientação - se dá por dois motivos: o primeiro pelo papel fundamental de segurança pública nos Estados, através do policiamento ostensivo e o segundo, no emprego de reserva tática do exército, quando mobilizados pelo governo federal em ações de segurança nacional (BORGES FILHO, 1994). Silva (2003, p. 23) acrescenta, ainda, que esta ideologia militarizada da polícia no Brasil,

“está arraigada historicamente no pensamento dos políticos e da sociedade em geral. Isto é facilmente identificado quando observamos o clamor popular pela utilização do exército no patrulhamento das cidades”.

Representação direta do poder estatal, Foucault *apud* Deleuze (1988) afirma que a polícia, como instituição, foi organizada sob a forma de um aparelho de Estado responsável por penetrar a disciplina no campo social, com poder específico para tal. “O poder agiria por violência ou por ideologia, ora reprimindo, ora enganando ou iludindo; ora como polícia, ora como propaganda” (FOUCAULT *apud* DELEUZE, 1988, p. 38).

A SEMIÓTICA PEIRCEANA COMO CIÊNCIA

O nome Semiótica vem da raiz grega *semeion*, que quer dizer signo (PRADO *et al*, 2015, p. 95). Desta forma, a Semiótica é então considerada a ciência geral dos signos (Santaella, 2007, p. 7). Porém, de acordo com Ribeiro (2010, p. 50):

A noção de representação, relacionada à ideia de signos, símbolos, imagens e a outras formas de substituição, é alvo de interesse dos estudos semióticos desde a escolástica medieval, que a definia, de modo geral, como o processo de apresentação de algo por meio de signos (Ribeiro, 2010, p. 50).

Assim, a semiótica também pode ser considerada como uma ciência geral de todas as linguagens que se propõem a estudar os signos e os seus significados, podendo trazer a estes, significados mais profundos através da sua leitura (Santaella, 2007, p. 7). Para Perez e Bairon (2002, p. 114-115):

A semiótica passa a dar uma contribuição não negligenciável ao marketing e às organizações. Ela permite à marca não se contradizer nos tempos, falar com clareza, verificar e eventualmente corrigir as defasagens e distorções entre as mensagens recebidas, a fim de não produzir efeitos de recepção não desejáveis. Na configuração atual, o papel da semiótica é o de pulsar o coração do processo de produção de valor. A importância do significado, principalmente em uma sociedade desmaterializada, possibilita à semiótica ocupar um espaço estratégico e privilegiado no pensar das organizações (PEREZ e BAIRON, 2002, p. 114-115).

A Lógica ou Semiótica de Charles Sanders Peirce, filósofo e matemático norte americano, estabeleceu uma teoria tricotômica dos elementos do signo (MING, 2017, p. 89). A característica mais forte do pensamento desse autor (1977) é a ampliação da noção de signo e de linguagem; as cognições, ideias e o próprio homem são entidades semióticas. Ele denominou "semiose" ao processo infinito de significação, que descreveu como comportando três elementos principais: o signo, "algo que representa alguma coisa para alguém, de algum modo e para algum efeito"; o objeto, "aquilo que o signo representa"; e o interpretante, outro signo, equivalente "mais desenvolvido" do que o signo original e "causado por este na mente de seu intérprete".

Uma das explicações mais citadas de Charles Peirce é a de que o signo é aquilo que substitui o objeto em nossa mente; são eles que constituem a linguagem, base para os discursos que permeiam o mundo. É disso que se trata a Semiótica de Peirce: o modo como nós, seres humanos reconhecemos e interpretamos o mundo à nossa volta, a partir das inferências em nossa mente. As coisas do mundo, reais ou abstratas, primeiro nos aparecem como qualidade, depois como relação com alguma coisa que já conhecemos e por fim, como interpretação, em que a mente consegue explicar o que captamos, ao que Peirce chamou de Primeiridade, Secundidade e Terceiridade. E todo esse processo é feito pela mente a partir dos signos que compõem o

pensamento e que se organizam em linguagens. (NICOLAU *et al.*, 2010, p. 3).

Peirce (1977) define signo como qualquer coisa que represente outra coisa e cause um efeito em uma mente em potencial podendo ser analisado de acordo com suas propriedades internas, seu significado, de acordo com sua referência àquilo que indica, como representação e de acordo com os efeitos que estão aptos a produzir nos seus receptores, como interpretação.

Num esforço de elucidação do termo signo, Espinosa *apud* Deleuze (1970, p. 129) esclarece que os signos são interpretativos e sujeitos às superstições, pois “eles formam uma linguagem equivocada de imaginação, que se opõe à linguagem natural da filosofia, baseada em expressões unívocas”.

Pensando no signo como um mediador de representação, exige-se uma base teórica que estude a linguagem, a comunicação e a significação. Sob a ótica peirceana, os signos são extremamente amplos e pode ser qualquer coisa, esteja tanto no campo físico quanto no pensamento ou em conexão com algum objeto existente (PEIRCE, 1977).

Necessário enfatizar que a semiótica peirceana está vinculada à fenomenologia, sendo este fenômeno qualquer manifestação da mente, em outras palavras a Fenomenologia ou *phaneroscopia*, como Peirce prefere chamar, é a descrição e análise de toda experiência que está aberta ao homem, sendo composta de fenômenos externos e internos. O autor (1977) elaborou uma tríade para explicar a relação com o objeto dentro da fenomenologia:

- Ícone: Quando o signo representa o objeto por semelhança, ou seja, possui as mesmas características do objeto, mantendo assim o significado mesmo que o objeto desapareça. Exemplo: um quadro.
- Índice: Quando o signo indica outra coisa concreta, sua marca remete a um pensamento diretamente ligado ao objeto. Exemplo: Marcas comerciais.
- Símbolo: Quando o signo é convencionado, sendo uma proposta artificial do significado mental. Exemplo: palavras.

Coelho Netto *apud* Nicolau *et al.* (2010, p. 16) estabeleceu um quadro simples dessas relações do signo com o signo, do signo com o objeto e do signo com o interpretante (Quadro 1). No quadro das tricotomias, temos que a relação do signo,

consigo mesmo, fornece graus de signo ou graus de representação diferentes. Assim, um ícone – triângulo – é um quase-signo; uma forma matemática pode funcionar como um índice ou símbolo, sendo também um sin-signo e as letras e os números podem ser um legi-signo ou símbolo.

De modo similar, a operação de quem vê tais signos em relação a si mesmo e ao objeto pode defini-los como rema ou hipótese ou, ainda, como dicente ou tese, ou também como argumento ou teoria.

Quadro 1 - Relações do signo com o signo ou com o objeto ou com o interpretante.

Categoria Universal	O signo em relação a si mesmo	O signo em relação ao objeto	O signo em relação ao interpretante
Primeiridade	Qualisigno	Ícone	Rema
Secundidade	Sinsigno	Índice	Dicente
Terceiridade	Legisigno	Símbolo	Argumento

Fonte: Os autores

A INSTITUIÇÃO PMSC SOB O PRISMA DA SEMIÓTICA PEIRCEANA

A linguagem visual para uma instituição aparece na forma de logotipos, cores, símbolos, decoração de fachadas e veículos, sendo uma poderosa ferramenta de comunicação porque, por seu intermédio, ocorre o primeiro contato da marca ou da instituição, conferindo-lhe identidade e personalidade perante o público.

Polícia ostensiva, a PMSC tem a necessidade de ser vista e reconhecida por sua farda, viaturas e equipamentos.

A marca, como signo, é um fenômeno de terceiridade, pois é convencional. O Brasão de Armas como logomarca da Polícia Militar, nada tem a ver com seu produto final, que é a segurança da comunidade.

Este brasão foi desenhado como símbolo da marca, pois representa algo para seus comandantes e, com o passar do tempo, se tornou automaticamente associada à ela, mas como fenômeno de primeiridade (não há qualquer relação com a instituição).

A simbologia da PMSC reporta às representações do Estado catarinense. Instituição estatal, teve em 14 de fevereiro de 1986 seu Brasão de Armas (Figura 1) aprovado pelo Decreto nº 28.441:

Figura 1 - Brasão de Armas da PMSC



Fonte: Site oficial da PMSC (2019).

O Brasão de armas da PMSC é representado por um escudo português arredondado, cortado em chefe. Sobre o campo Vermelho, goles, no canto destro as duas pistolas cruzadas de metal ouro, símbolo universal da Polícia e no cantão sinistro do chefe, encruzadas uma chave, que lembra ser Santa Catarina ponto estratégico de primeira ordem, e uma âncora, significando que o Estado é marítimo, ambas em metal ouro.

No centro, coração, ocupando a faixa o por do sol por trás das montanhas, em duas cores originais, representando as belezas naturais da nossa terra e na ponta, a fachada de uma fortaleza, também em suas cores originais, representando os diversos fortes existentes no litoral do Estado que ao longo dos séculos defenderam a integridade física e a independência do nosso território; neste escudo também representa a POLÍCIA MILITAR como sentinela e guardiã da sociedade na qual esta inserida.

Sobre o escudo uma estrela de cinco pontas em metal ouro, debruçada de filete estreito de sable, carregada do barrete *phrygio*, de vermelho, goles, o qual simboliza as forças republicanas que nos regem.

Circundando o escudo, um ramo de trigo, do lado direito e um café do lado esquerdo, ambos em suas cores naturais, simbolizando a lavoura da serra e do litoral. Os dois estão ligados por um laço com pontas flutuantes, de Vermelho, goles, com dístico “05 DE MAIO 1835” de branco. (FERNANDES, 2013, p. 46 e 47).

Santa’Anna (1990) nos lembra que o símbolo de identificação da marca deve ser, de preferência, original, simples, flexível, adaptável, facilmente identificável e reproduzível. Percebendo essa finalidade e a complexidade do Brasão de Armas, a Polícia Militar de Santa Catarina lança em meados dos anos 90, através de sua assessoria de imprensa, o símbolo “Capitão América” (Figura 2), alusão ao super-herói norte americano que simplifica e estampa até os dias atuais as viaturas e campanhas publicitárias da PMSC.

Figura 2 - Símbolo “Capitão América”.



Fonte: Site oficial da PMSC (2019).

Os elementos mais importantes da logomarca são os seus signos. Exemplificamos, de forma simples, as três dimensões criadas por Peirce, e citadas anteriormente neste trabalho, para entender um fenômeno: o símbolo Capitão América da PMSC, é ícone (primeiridade); um círculo vermelho e verde, com uma estrela no meio representa uma instituição, sendo sua logomarca, é índice (secundidade); a logomarca da PMSC estampada em viaturas, campanhas publicitárias governamentais e nos quartéis, representando uma instituição secular, militar e ostensiva, é símbolo, pois é convencional e arbitrária (terceiridade).

A comunicação institucional encontra, na semiótica, uma importante aliada para analisar a mensagem a ser passada pela empresa ao seu público-alvo. São através dela que se podem analisar os signos da mensagem e, por signo, compreendem-se sons, letras, frases, cores, sinais entre outros códigos que podem estar presentes na mesma.

De acordo com Santaella (2007), a teoria semiótica nos permite penetrar no próprio movimento interno das mensagens, no modo como elas são imaginadas, nos procedimentos e recursos nelas utilizados. Permite-nos também captar suas variáveis de referencialidade tanto em um contexto mais imediato, como também em um contexto estendido, pois em todo processo de signos ficam marcas deixadas pela história, pelo nível de desenvolvimento econômico, pela técnica e pelo sujeito que as produz.

Para complementar uma determinada mensagem, ressaltar-lhe os atributos, vantagens, entre outras, numa mensagem comercial, modernamente a publicidade e a propaganda utilizam o “*slogan*”, que segundo Maingueneau (2008) é uma fórmula

curta, destinada a ser repetida por um número ilimitado de locutores que está associada, sobretudo, à sugestão e que se destina, acima de tudo, a fixar na memória dos consumidores potenciais, a associação entre uma marca e um argumento persuasivo. Neste quesito, surge o *slogan*, “PMSC: Por pessoas do bem, para o bem das pessoas”.

O *slogan* da PMSC constrói suas diferentes leituras a partir da oposição entre pessoas do bem X mal, orientada no sentido da passagem de segurança para pessoas de bem.

O uso do uniforme, sinônimo de fardamento, característico das instituições militares, é a composição de vestimentas, com as quais se representam os padrões de identificação de uma corporação que é reconhecida pela sua cor e composição de peças integrantes. O fardamento da PMSC, assim como a cor pela qual é identificada, é a chamado “caqui” (FERNANDES, 2013).

O fardamento caqui, típico das polícias militares do Sul, remonta ao século XIX, adotado pelo exército britânico na ocupação da terra das Índias; o *khak* é proveniente da língua urdu, e significa “empoeirado ou terra com cor de poeira” e foi usado pelo exército brasileiro no início do século XX, sendo copiado na íntegra por algumas forças policiais, não sendo diferente na PMSC (FERNANDES, 2013).

Orgulho do povo catarinense, a expressão “barriga verde” tornou-se um gentílico do Estado de Santa Catarina e é conhecido pelo restante do Brasil para designar o povo catarinense. Embora lendária, a sua origem e as diferentes versões, são quase todas vinculadas a PMSC ou ao exército miliciano catarinense (corporação embrionária da PMSC). Alguns historiadores vinculam o termo ao uso por parte da PMSC de uma faixa verde na guerra do Paraguai, o que os diferenciavam do restante do exército brasileiro.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A semiótica nos ajuda a analisar o que é passado, em uma mensagem, de um emissor a um receptor. É através dela que se torna possível estudar as cores e até mesmo o relacionamento com o público que se deseja atingir. Sendo o estudo do signo, a pergunta que nos importa emitir é: como estes signos são recepcionados e ganham sentido e significação conjuntamente com outros tantos signos constitutivos da própria cultura ?

Percebemos que uma logomarca carrega consigo os inúmeros valores agregados à empresa e, por isso, a leitura adequada dos signos que a compõem é essencial para que

o destinatário consiga extrair seus significados. O fato de os signos estarem em constante evolução, os símbolos da PMSC necessitam de uma ancoragem em seu processo histórico e as semióticas de cada um deles reportam, de alguma forma, um fato histórico, estando presente no *slogan*, fardamento e mesmo no gentílico catarinense.

Desta maneira, tomando, como instrumento de aplicação, a semiótica de Charles Sanders Peirce sobre a simbólica da PMSC, pode-se compreender distintos significados. Foi possível reconstituir, sob certo sentido, a própria história do Estado de Santa Catarina e sua configuração no Sul Brasil e reconhecer a presença de ingredientes de outras culturas, além das europeias, como, por exemplo, da cultura hindu na própria cor do uniforme e da cultura norte-americana em Capitão América” (Figura 2), alusão ao super-herói norte americano que simplifica e estampa das viaturas e campanhas publicitárias da PMSC. Os símbolos anunciam a própria dimensão pedagogizadora da Polícia Militar que é, acima de tudo, educadora da cidadania e da não violência. Sabe-se que o médico está no lugar da doença, o professor no lugar da ignorância, a polícia está no lugar da violência; precisamente, no ponto de conflito entre esta e a tensão humanizadora.

Estas sinalizações conclusivas não querem fechar a semiose da reflexão, mas tão somente, estabelecer um ponto para que outras investigações semióticas neste campo sejam conduzidas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALLÉRÈS, Danielle. **Luxo..., Estratégias de Marketing**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000.

BORGES FILHO, Nilson. **Os militares no poder**. São Paulo: Editora Acadêmica, 1994.

DELEUZE, Gilles. **Foucault**. Trad.: Claudia Sant’Anna Martins. São Paulo: Editora brasiliense, 1988.

FONTENELLE, Isleide. **O nome da marca – McDonald’s, fetichismo e cultura descartável**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2002.

MING, André. **Análise de Textos de Comunicação**. Tradução de Cecília P. e Souza e Silva, Décio Rocha. – 5 ed. São Paulo: Cortez, 2008.

RIBEIRO, Emílio Soares. **Objeto ou referente dos signos estéticos: reflexões e discussões a partir da lógica de C. S. Peirce**. Estudos Semióticos, v. 13, n. 1, p. 89-99, jul. 2017.

NICOLAU, Marcos; ABATH, Daniel; LARANJEIRA, Pablo César; MOSCOSO, Tércila; MARINHO, Thiago; NICOLAU, Vitor. **Comunicação e Semiótica: visão**

geral e introdutória à Semiótica de Peirce. Revista Eletrônica Temática. Ano VI, n. 08, Ago. 2010.

PEREZ, Clotilde; BAIRON, Sérgio. **Comunicação e marketing: teorias da comunicação e novas mídias um estudo prático.** São Paulo: Futura, 2002.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica.** Trad. José Teixeira Neto. São Paulo: Perspectiva, 1977.

PRADO, Gladys Milena Berns Carvalho do; BERTELLI, Marta; SIMÃO, Nádia Henedi Lemos; SOUSA, Richard Perassi Luiz de. **Análise semiótica peirceana da performance da menina-artista em cena do filme “La grande bellezza”, de Paolo Sorrentino.** Acta Semiotica et Lingvistica, v. 20, n. 1, p. 94-106, 2015.

RIBEIRO, Emílio Soares. **Um estudo sobre o símbolo, com base na semiótica de Peirce.** Estudos Semióticos, v. 6, n. 1, p. 46-53, jun. 2010.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica.** São Paulo: Brasiliense, 2007.

SANT’ANNA, Armando. **Propaganda: teoria, técnica e prática.** 7. ed. São Paulo: Pioneira, 1998. (Biblioteca Pioneira de arte, comunicação, arquitetura e urbanismo).

SILVA, S. S. **Teoria e Prática da Educação em Direitos Humanos nas Instituições Brasileiras.** Porto Alegre: Berthier, 2003.

Outras fontes

SANTA CATARINA. Polícia Militar de Santa Catarina – PMSC. **Brasão de Armas da PMSC.** Disponível em: < <http://www.pm.sc.gov.br/institucional/valores/> >. Acesso em: 09 abr. 2019.

SANTA CATARINA. Polícia Militar de Santa Catarina – PMSC. **Símbolo Capitão América da PMSC.** Disponível em: < <http://www.pm.sc.gov.br> >. Acesso em: 09 abr. 2019.