

## Semiologia Barthesiana e a publicidade: a compreensão da produção de sentido

Semiology Barthesian and advertising: Understanding the production of meaning

**Roberto Ramos**

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.  
Av. Ipiranga, 6681, Partenon, 90619-900, Porto Alegre, RS, Brasil  
rr@pucrs.br

---

**Resumo.** A Semiologia, de Roland Barthes, possui pressupostos teóricos, para o estudo da produção de sentido da Publicidade. A Teoria do *Fait Divers*, mesmo que mais conhecida pelo Jornalismo, apresenta recursos, para o estudo do apelo emocional dos discursos publicitários. Tais possibilidades serão refletidas pelo presente artigo.

**Abstract.** Semiology, by Roland Barthes, contains theoretical assumptions for the study of the production of meaning in Advertising. The *Fait Divers* Theory, even though it is best known because of Journalism, presents resources for the study of the emotional appeal of advertising discourse. These possibilities are discussed in this article.

**Palavras-chave:** semiologia, publicidade, *fait divers*.

**Keywords:** semiology, advertising, *fait divers*.

---

### Introdução

A Semiologia começou a ganhar notoriedade na França a partir da década de 50, do século XX. Trazia, na época, uma influência notória. Estava impregnada pelos *signos* do pensamento de Saussure, na perspectiva de uma abordagem estruturalista, de teor funcionalista.

Barthes não fugiu a tal tendência. Tornou-se um dos discípulos de Saussure. Deu os seus primeiros passos semiológicos dentro da régua e do compasso do Estruturalismo, de abordagem funcionalista. Todavia, gradativamente, foi reciclando a sua concepção sobre o papel dos *signos*.

O semiólogo possui duas tarefas básicas (Barthes, 1996). Deve se preocupar com a formulação de conceitos e se ocupar, com o desenvolvimento de pesquisa. É a possibilidade de juntar a teoria e a prática, em uma síntese do saber-fazer, com um sentido histórico.

O discurso barthesiano, nesse sentido, parece ter correspondido à prática. Barthes

deixou, em sua completude e em sua incompletude, um legado teórico e analítico, com as digitais de uma singularidade. Evidenciou a essencialidade da Conotação, na compreensão da realidade dos *signos*.

Como crítico e ensaísta, na pluralidade das suas obras, ela possui um sentido invariante. Foi obsessivo na produção conceitual, por vezes, com profundidade; por outra, com superficialidade. Valorizou a Linguagem, como um evento decisivo na produção cultural.

A sua produção de pesquisa, ao longo de quase três décadas, apresentou uma variedade temática. Todavia, a Mídia foi uma invariância. Teve importância, já a partir da década de 50, do século XX, com a obra, *Mitologias*, quando não era tão importante, quanto na contemporaneidade.

### Fait Divers

Barthes (1971) estabelece o conceito do *Fait Divers* (casos do dia). “É uma informação

monstruosa, análoga a todos os fatos excepcionais ou insignificantes, em resumo anômicos, que, normalmente, classificamos na rubrica da *Varia* [...].

A concepção traça um perfil do *Fait Divers*. Concede-lhe uma característica de informação não-classificável na especificidade das editorias dos periódicos. Tal sentido parece classificá-lo na contemporaneidade. Está presente em diferentes editorias. Corporifica-se nos espaços midiáticos impressos e eletrônicos. Não apenas jornalísticos, mas, também, da Publicidade e da Propaganda.

O semiólogo transgrediu o perímetro conceitual. Arrumou-lhe uma tipologia básica, organizada por dois tipos: Causalidade e Coincidência. Ambos se subdividem em subtipos, direcionados, para a compreensão da excepcionalidade, introdutora da noção de conflito. O primeiro tipo, o *Fait Divers* de Causalidade, apresenta duas manifestações (Barthes, 1971):

- (a) *Causa Perturbada*: há o desconhecimento causal ou quando uma pequena causa provoca um grande efeito;
- (b) *Causa Esperada*: quando a causa é normal, a ênfase recai nas Personagens Dramáticos — criança, mãe e idoso.

Na *Causa Perturbada*, a excepcionalidade está localizada no porquê da factualidade. Existe um efeito, porém a causa é desconhecida ou deformada pela imprecisão ou pela ilogicidade. Em quaisquer das possibilidades, existe a formalização de uma situação de conflito.

O conflito vem à tona pela factualidade. Materializa-se, narcisicamente, no presente, porém conserva o motivo, recalcado, submerso no passado. O determinado é visto, solidificado pelo fato, embebido pela historicidade; o determinante, oculto, abstrato, deixando somente os indícios de seus domínios.

Há, formalmente, a estruturação de uma situação conflituosa. Esta pode interpelar e obter reconhecimento não apenas pelo dito, mas, primordialmente, pela forma de dizer. Ocorre a representação do sentido complexo da subjetividade. A Consciência é o dito, o efeito, o factual, o denotado, o determinado; a Inconsciência, o não-dito, a causa, o contexto, conotado, o determinante.

A condição de Sujeito é uma condição conflituosa. O interpelado pode se reconhecer na factualidade, trazida pelo *Fait Divers*. Ele é, também, um efeito, em nível de consciência, com causas desconhecidas, imprecisas e ilógicas, mantidas no Inconsciente. Ao se re-

conhecer, vive o que está fora, como se fosse seu — Identificação Projetiva —, que enseja a *Catarse*.

Soifer (1991) oferece outras pormenorizações: “A Identificação Projetiva e a *Catarse* conferem ao espetáculo o mesmo valor afetivo e proporcionam um benefício, parecido com o dos sonhos no ato de dormir, pois constituem um veículo, para a descarga das tensões inconscientes, com o qual se obtém o correspondente alívio psíquico”.

Na *Causa Esperada*, a excepcionalidade troca de posição. Desloca-se para os protagonistas, que são responsáveis pela instauração do conflito. A dramaticidade apanha três tipos de sujeitos básicos: criança, mãe e idoso. Eles representam os diversos ciclos do processo do existir humano.

A criança, a mãe e o idoso simbolizam a fragilidade e a pureza humanas, decodificadas na dimensão do bem. São reverenciados, inclusive, pelo sentido religioso em diferentes religiões. Por suas próprias características, eles estão revestidos de circunstâncias dramáticas.

Compreendemos que, na Causalidade, através da *Causa Perturbada* e da *Causa Esperada*, existe a estruturação de um conflito, não-classificado pelo conhecimento humano. Torna-se inexplicável aos recursos da racionalidade e dos pressupostos da intelectualidade, ficando ininteligível na dimensão histórica.

Os sujeitos relativos podem não conseguir ter respostas, para a situação conflituosa estabelecida. Ficam impotentes, sem recursos de compreensão. Recorrem a um Sujeito Absoluto, tal qual na *Tragédia Grega*, quando um *Deus-ex-machina* entrava em cena, para contornar os impasses incontornáveis historicamente. Parece prevalecer a lógica da Fatalidade.

A Fatalidade é o Sujeito Absoluto, o grande pai transcendental, que possui a explicação para o inexplicável. Representa a iluminação do oculto, o conhecimento do desconhecido pela onisciência e onipresença. Assume a responsabilidade sobre todas as coisas e a plenitude do todo. É o fiador perfeito, para todas as imperfeições, inscritas na relatividade histórica da sujeição.

O segundo tipo é o *Fait Divers* de Coincidência, subdividido em duas manifestações (Barthes, 1971):

- (a) *Repetição*: é o igual, que se reproduz com diferença, no âmbito de uma matéria jornalística;

(b) *Antítese*: duas perspectivas diferentes, distantes, antagônicas, são fundidas em uma única realidade. Uma de suas formas de expressão é o Cúmulo (a má-sorte), figura da Tragédia Grega.

A Coincidência despe o homem de sua responsabilidade histórica. Conforta-lhe com a irresponsabilidade, desculpando as suas próprias culpas. Permite-lhe regredir a um estágio de menor idade, que lhe assegura a omissão diante de seus atos. É a garantia de transferir a responsabilidade, para uma noção de Fatalidade.

A Repetição do fato, sem uma lógica histórica, remete para a noção de Coincidência. O repetir não é a reprodução do original, como cópia, porém a sua reprodução com diferenças, no desigual. Insinua a onipresença do fato, que se mantém em quaisquer circunstâncias.

O Inconsciente pode se reconhecer, através da Identificação Projetiva, não pela reprodução do evento, originalmente, recalcado, mas por uma analogia formal do enfoque conflituoso. É onipresente, porque conserva o conflito, recalcado pela Repetição, na desigualdade de diferentes circunstâncias.

A Antítese mistura os opostos, os antagônicos em uma mesma dimensão do real. Os dissociáveis se tornam indissociáveis, como se fossem gêmeos univitelinos. Os desiguais ficam iguados por uma inteligência não-materializada, sem significação corpórea, que reina na abstração. Uma de suas pronúncias é o Cúmulo, como situação de má-sorte, onde o trágico faz as vítimas.

A Repetição e a Antítese estabelecem a Coincidência, reproduzindo a linguagem trágica, com o Deus-ex-machina, tal qual faz a Causalidade, em sua dimensão, sobretudo, dramática. Mesmo com outras particularidades, agora, também, o caminho é igual: a Fatalidade, como Sujeito Absoluto, para desatar os nós coincidentes.

## Peça publicitária

A peça publicitária é do Leite Ninho, da Nestlé. Foi publicada no *Correio do Povo*. Ocupou uma página inteira. Agenciou signos verbais, discursos, e signos não-verbais, imagens, com algumas particularidades na produção de sentido.

A peça apresenta a hegemonia de uma cor. É o Amarelo, que identifica o produto – o Leite Ninho, da Nestlé. Pluraliza um repertório de

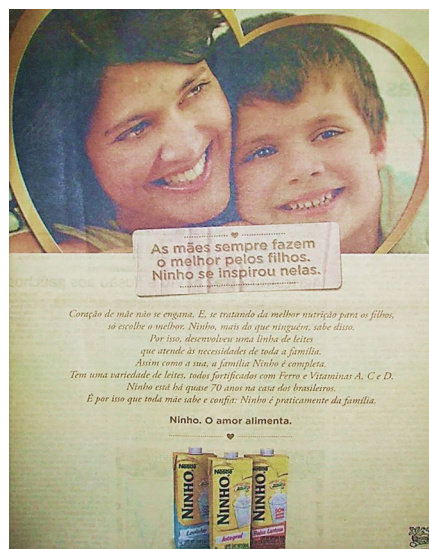
simbolizações. Traz diferentes associações afetivas. Algumas, todavia, parecem ser dialógicas com o produto. São, em especial, a iluminação, o conforto, o alerta e o gozo (Farina, 1990).

No alto da peça, existem duas pessoas. São mãe e filho. Ambos se encontram sorridentes. Estão envoltos em um coração, simbolizando afeto. Reproduz, também, o Amarelo. Assim sendo, o afeto se especifica e se singulariza, como iluminação, conforto, alerta e gozo.

A imagem é polissêmica (Barthes, 1988). Encena uma diversidade de significações. Proporciona, conseqüentemente, uma pluralidade de leituras e de interpretações. A diversidade ganha uma unidade, com a inserção da palavra escrita. “As mães sempre fazem o melhor pelos filhos. Ninho se inspirou nelas”. Tal discurso Ancora a imagem. Singulariza a especificidade de um sentido imagético.

O discurso cola o Ninho às figuras maternas. Elas são importantes em diferentes pontos de vista. São referenciais culturais, sociais e religiosos. Simbolizam o ventre, que concede vida a vida. O “inspirou nelas” trabalha um elo. O Ninho as repete, reorquestra o sentido do afeto, embalado pela iluminação, conforto, alerta e gozo.

A Repetição é o igual, que se reproduz, com diferença (Lacan, 1998). O Inconsciente humano é como um discurso. Possui, na Repetição, um dos seus significantes primordiais, que absolutiza o sentido, tornando único, automatizado e inflexível.



**Figura 1.** Peça publicitária do Leite Ninho (*Correio do Povo*, 2013).

**Figure 1.** Leite Ninho advertisement (*Correio do Povo*, 2013).

A produção de sentido prossegue o seu curso: “Coração de mãe não se engana. E, se tratando da melhor nutrição para os filhos, só escolhe o melhor. Ninho, mais do que ninguém, sabe disso. Por isso, desenvolveu uma linha de leites, que atende às necessidades de toda a família. Assim como a sua, a família Ninho é completa. Tem uma variedade de leites, todos fortificados com Ferro e Vitaminas A, C e D. Ninho está há quase 70 anos na casa dos brasileiros. É por isso que toda a mãe sabe e confia: Ninho é praticamente da família. Ninho. O amor alimenta”.

O “Coração de mãe não se engana” é um provérbio popular. Os provérbios integram, com frequência e insistência, o repertório de sentido do Senso Comum, cujo saber apresenta algumas características bem particulares. Sustenta-se na experiência do vivido e por ser absolutizado. É uma espécie de via, de mão única.

Os termos, “melhor”, “família” e “Ninho” são inseparáveis. Encontram-se conectados. Repetem-se mecânica e automaticamente. Ritualizam as práticas, próprias da linguagem do Inconsciente, com um sentido único, fechado em si mesmo, patrocinado pela Repetição, como significante.

O “Ninho” se repete em sequência. Sustenta-se, sobretudo, na variação de duas funções de linguagem, para pôr e impor o sentido. Pronuncia-se pela função referencial, quando informa as características do produto. Realça “Ferro” e “Vitaminas A, C e D”. Legitima-se, ainda, muito além da dimensão do tempo presente. “Está há quase 70 anos na casa dos brasileiros”. Mescla o passado e o presente, como faces diferentes da mesma moeda: Leite Ninho.

A função referencial recebe, também, a parceria da função poética, que se materializa, através de um conceito: “Ninho. O amor alimenta”.

O afeto, antes difuso, com alguns traços de iluminação, conforto, alerta e gozo, agora, se sublima. Adquire uma identidade concreta. Ganha um nome, com explicitude. É o amor, como desejo permanente da condição humana.

Observamos, nos signos verbais e não-verbais, da peça publicitária, algumas particularidades. A sua produção de sentido move-se e é movida por dois significantes hegemônicos: a Repetição e as Personagens Dramáticas – mãe e filho, gerenciando os apelos emocionais.

Portanto, temos, por intermédio, da Repetição, a presença do *Fait Divers* de Coincidência e das Personagens Dramáticas, à do *Fait Divers* de Causalidade. Ambos estão em permanentes diálogos, produzindo os sentidos do apelo emocional da peça publicitária, em sua criatividade discursiva.

## Referências

- BARTHES, R. 1996. *Aula*. 7ª ed., São Paulo, Cultrix, 94 p.
- BARTHES, R. 1971. *Ensaio Crítico*. Lisboa, Edições 70, 396 p.
- BARTHES, R. 1988. *O Rumor da Língua*. São Paulo, Brasiliense, 462 p.
- CORREIO DO POVO. 2013. Leite Ninho, peça impressa, publicada no jornal. Porto Alegre, 16 jun., p. 5.
- FARINA, M. 1990. *Psicodinâmica das Cores em Comunicação*. 4ª ed., São Paulo, Edgard Blücher, 223 p.
- LACAN, J. 1998. *Os Quatro Conceitos Fundamentais da Psicanálise, O Seminário, livro 11*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 446 p.
- SOIFER, R. 1991. *A Criança e a TV – uma visão psicanalítica*. Porto Alegre, Artes Médicas, 112 p.

Submetido: 26/12/2013

Aceite: 21/02/2014