



## **Semiosfera em Órbita: Análise de Filme Publicitário como Metáfora de Conceito Semiótico<sup>1</sup>**

Amanda GARCIA<sup>2</sup>

Roberta Fernandes ESTEVES<sup>3</sup>

Universidade Municipal de São Caetano do Sul, São Caetano do Sul, SP

### **RESUMO**

O presente artigo, que faz parte dos estudos desenvolvidos no Grupo de Pesquisa “O Signo Visual nas Mídias”, busca compreender certos conceitos semióticos desenvolvidos pela escola russa de Tartú por meio de dois filmes publicitários produzidos para a campanha *Órbita* da marca *Bradesco Prime* desenvolvido pela agência Neogama/BBH no ano de 2010, que apresentam-se como metáforas do conceito de semiosfera desenvolvido por Iúri Lótman.

**PALAVRAS-CHAVE:** Semiótica sistêmica, Semiosfera; Publicidade.

### **1 Introdução**

Com base nos textos de Iúri Lótman<sup>4</sup> e Irene Machado (2007), o presente artigo objetiva compreender determinados conceitos desenvolvidos pela escola russa de Tartú, em especial o conceito de semiosfera, que se refere às relações sígnicas estabelecidas em um universo cultural.

Primeiro explicamos o surgimento do termo semiosfera, desenvolvido por Lótman, e em seguida apresentamos suas principais características – como sistemas que compõem um espaço dinâmico e heterogêneo, estabelecendo relações de reciprocidade através de fronteiras que, por sua vez, ao incorporar códigos de outros sistemas, desencadeiam sistemas modelizantes. Por fim, utilizamos como objeto de análise dois filmes publicitários que foram desenvolvidos para a campanha *Órbita* do *Bradesco Prime*, para representar metaforicamente o conceito de semiosfera e os outros conceitos relacionados como sistema, código cultural, fronteira, etc.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 8 – Semiótica da Comunicação do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 12 a 14 de maio de 2011.

<sup>2</sup> Aluna do Programa de Mestrado em Comunicação da Universidade Municipal de São Caetano do Sul (PMC/USCS) – pesquisa desenvolvida com auxílio de Bolsa CAPES; Pós graduação *lato-sensu* em Criação Visual e Multimídia (USJT – 2008/09); Graduada em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda (USCS – 2004/07). E-mail: [mlk\\_ag@yahoo.com.br](mailto:mlk_ag@yahoo.com.br); [garcia.docente@gmail.com](mailto:garcia.docente@gmail.com)

<sup>3</sup> Aluna do Programa de Mestrado em Comunicação da Universidade Municipal de São Caetano do Sul (PMC/USCS) – pesquisa desenvolvida com auxílio de Bolsa FAPESP; Graduada em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda (USCS – 2002/05). E-mail: [roberta.artepublicidade@gmail.com](mailto:roberta.artepublicidade@gmail.com)

<sup>4</sup> A transcrição do nome possui variações de acordo com as referências e os idiomas em que aparecem os textos originais. Nesse projeto adotamos o critério para grafia fonética em língua portuguesa de acordo com Irene Machado (2007).



## 2 O Nascer da semiosfera

Os conceitos semióticos, por servirem como instrumentos de análise de distintos tipos linguagens, são amplamente utilizados entre os pesquisadores que buscam compreender os diversos sistemas midiáticos.

No Brasil, as teorias semióticas se desenvolveram com base nos estudos franceses, na teoria semiótica do norte americano Charles S. Peirce e nos estudos culturais, com especial destaque para as teorias russas (CARDOSO, 2008, p. 2).

A semiótica sistêmica, desenvolvida na escola russa de Tartú, apoiada nos estudos de Lótman, é uma das muitas referências nos estudos dos sistemas culturais como linguagens. A semiótica da cultura busca a compreensão do relacionamento entre os diferentes sistemas de signos que dão funcionamento ao mecanismo da cultura. No presente artigo adotaremos os conceitos semióticos desenvolvidos na escola russa de Tartú. Em especial, usaremos o conceito de semiosfera elaborado por Lótman que serve para observar as relações sígnicas dentro do universo cultural. Segundo Irene Machado (2007, p. 15), o conceito de semiosfera tem por objetivo orientar a investigação no campo dos sistemas que compõem a cultura.

Como todo conceito, semiosfera tem história e filiação; não surgiu no vazio nem foi proposto para ser apenas mais um jargão no campo expressivo da semiótica. Foi formulado pelo semioticista Iúri Lótman (1922-1993) em 1984 para designar o habitat e a vida dos signos no universo cultural. (...) Nesse sentido, semiosfera é o conceito que se constituiu para nomear e definir a dinâmica dos encontros entre diferentes culturas e, assim, construir uma teoria crítica da cultura (MACHADO, 2007, p. 16).

O dinamismo entre as culturas é considerado como um choque, um conflito marcado por lutas. Lótman considera a semiosfera como a relação entre os processos de comunicação dentre as diferentes culturas que, por sua vez, geram constantemente novos signos. “Nesse sentido, semiosfera é o conceito que se constitui para nomear e definir a dinâmica dos encontros entre diferentes culturas e, assim, construir uma teoria crítica da cultura” (MACHADO, 2007, p. 16).

Ao observar a semiosfera, percebe-se uma junção entre as diversas culturas situadas dentro do espaço semiótico e uma interação entre os signos nos mais diversos contextos em que eles são capazes de reordenar os sistemas semióticos.

A compreensão da semiosfera, tal como foi concebida por Lótman, representa uma possibilidade de considerar o imprevisível e, ao fazê-lo, criar condições para o nascimento intelectual de um complexo domínio teórico de investigação



científica sobre as intrincadas relações, interações, tensões e conexões entre signos e sistemas de signos nos espaços culturais (MACHADO, 2007, p. 18).

Na semiosfera há a presença de um processo de interação entre os diferentes sistemas que a compõem, em que os códigos que formam sua estrutura se misturam devido ao contato constante e livre com outros sistemas culturais, que acabam por acrescentar novos códigos a uma estrutura pré-determinada. Esses encontros entre os sistemas são a base fundamental para a informação na cultura.

Na semiosfera acontece um processo dinâmico entre o centro, no qual ocorre a auto-descrição e o enrijecimento cultural e a periferia, região de maior atividade semiótica, onde o contato entre culturas muito diferenciadas ocorre livremente. Na interação entre centro e periferia se dá a renovação, o surgimento de novas formas culturais (MACHADO, 2007, p. 35).

São esses diferentes sistemas presentes na semiosfera que levam a um mecanismo de informações heterogêneas, constituído pelo contato entre os vários sistemas. Desses contatos, surgem novas produções de informações, os sistemas transformam-se e geram novos códigos que se alteram o tempo todo. O que Lótmán considera como uma irregularidade e denomina como sendo a hierarquia complexa da semiosfera:

(...) a “irregularidade interna” da semiosfera é apresentada como sua lei de organização: “A não homogeneidade estrutural do espaço semiótico forma reservas de processos dinâmicos e é um dos mecanismos de produção de nova informação dentro da esfera (LÓTMAN *apud* MACHADO 2007, p. 36).

As interações e reorganizações de linguagens e textos dentro da semiosfera levam à sobreposição de informações nos sistemas semióticos. Esses sistemas se aproximam e, por isso, a semiosfera acaba sendo formada por várias estruturas nucleares. “Ao mesmo tempo, os códigos que são centrais em uma dada esfera podem estar na periferia. Daí que o espaço da semiótica da cultura se caracteriza, com frequência, pela presença de várias estruturas nucleares” (MACHADO, 2007, p. 37).

Os códigos culturais fazem parte de uma hierarquia complexa com interações entre os diversos níveis da semiosfera. E é justamente esse diálogo, que acontece entre as estruturas nucleares, que estabelece uma fronteira entre os diferentes sistemas. As informações passam a ser internas e externas. Ou seja, o que está fora do espaço semiótico é traduzido e passa a ser parte de um determinado sistema, e o que pertence a



esse sistema também é traduzido, filtrado, e passa a ser parte de outro sistema. Temos assim uma mescla com a justaposição das informações. Como comenta Peter Torop (2007, p. 49): “fronteiras externas e internas da semiosfera são vistas como bilíngües. Fronteiras separam e criam, deste modo, identidade; contudo, fronteiras também conectam e constroem tais identidades por justaposição ao próprio e ao alheio”.

Há um encontro de culturas dentro da semiosfera, que aproxima e diversifica os sistemas. E como comenta Machado (2007, p. 37): “Por se comportarem, de modo geral, conforme essa tendência, é que os sistemas são simétricos entre si; por manterem certa identidade, eles também são assimétricos entre si em relação ao espaço semiótico a que pertencem”.

As informações traduzidas pelo diálogo decorrente nos sistemas culturais é que vão estabelecer relação entre as partes através da seleção e organização dos códigos de um para o outro, incorporando, através da fronteira, certas características de linguagens que até então não pertenciam a um determinado sistema. Nesse sentido, o conceito de fronteira vem para explicar e exemplificar a troca de informações decorrentes nos sistemas semióticos localizados dentro da semiosfera: “*la frontera semiótica es la suma de los traductores ‘filtros’ bilíngües pasando através de los cuales un texto se traduce a outro lenguaje*”<sup>5</sup> (LÓTMAN *apud* MACHADO, 2007, p. 39).

As informações são filtradas e recodificadas de um sistema para outro. Assim, a fronteira não separa totalmente, não cria uma divisão, mas sim uma relação de reciprocidade entre os sistemas que não perdem os seus traços distintivos e acabam por gerar novos tipos de linguagem. Para Machado (2003, p. 160), “a fronteira tem a função de um filtro absorvente. Como não delimita um espaço divisório, a fronteira tanto separa como une”.

Os elementos de um sistema transitam entre si por meio da fronteira, eles não mudam os códigos que os estruturam a permanecerem os mesmos, estes apenas acrescentam estruturas. Sendo assim, “*todo lenguaje es un sistema no sólo de comunicación, sino también de modelización, o más exactamente, ambas funciones se hallan indisolublemente ligadas*”<sup>6</sup> (LÓTMAN *apud* LAMPIS, 2004, p. 25).

Na fronteira as mensagens são traduzidas e os sistemas conversam entre si e incorporam aspectos um do outro, como exemplifica Machado (2001, p. 21): “A

---

<sup>5</sup> A fronteira semiótica é uma soma dos tradutores “filtros” bilíngües passando através dos quais um texto se traduz em outra linguagem (tradução livre).

<sup>6</sup> Toda linguagem é um sistema não somente de comunicação, sendo também de modelização, ou mais exatamente, ambas as funções são indissolublemente ligadas (tradução livre).



fronteira ou a noção de mescla possibilita a intersecção de códigos transformando-os em espaços heterogêneos. É por meio dela que os sistemas de signos se proliferam, mantendo o dinamismo cultural”.

Os elementos que compõem os sistemas traduzem e compartilham informações, interagem entre si ao selecionar e traduzir códigos de um para outro incorporando, através da fronteira, certas características de linguagens que até então não pertenciam a um determinado sistema. A fronteira acrescenta a um sistema aquilo que é externo a ele, o que propicia a diversidade de informações e, ao mesmo tempo, a reconstrução dos sistemas dentro da semiosfera que determina os sistemas modelizantes.

Há uma transposição do modelo estrutural de um sistema para outro, em que a estrutura do sistema criado está diretamente ligada ao seu sistema de origem. A linguagem e os códigos são organizados de diferentes maneiras, entre diferentes níveis, e reorganizam-se de acordo com o sistema ao qual passam a pertencer. Os novos códigos acrescentados a um sistema ocasionam uma reorganização da linguagem. Quando a codificação e a hierarquia entre os sistemas são alteradas surge uma nova estruturalidade, caracterizando-se em um sistema modelizante.

Ronaldo Henn (2010, p. 105), ao tratar da linguagem nos sistemas de modelização, comenta que: “Cada linguagem é não só um sistema de comunicação, mas ainda um sistema modelizante, ou melhor dizendo, essas duas funções estão indissolúvelmente ligadas”.

Diante disso podemos considerar que o sistema de modelização está diretamente relacionado à linguagem devido ao fato de que os códigos que o compõem não são próprios desse sistema, mas sim originários de outros sistemas, nos quais adaptaram a sua estrutura a um determinado sistema o que levou a criação de novos códigos que estão diretamente relacionados à sua língua de origem. Como afirma Machado (2007, p. 67): “Trata-se de um mecanismo semiótico, não de transmissão de mensagem, mas de modelização de linguagem a partir de códigos culturais diversificados”.

Lucrécia D’Alessio Ferrara (2007, p. 221), ao tratar dos elementos característicos da semiosfera, comenta que os sistemas modelizantes “(...) nos seus dinamismos permitem identificar, ao mesmo tempo, a característica interna e externa de um texto na sua capacidade de definir-se ao se deixar impregnar pelos traços culturais que nele se modelizam”.

No processo de modelização, um sistema, como guarda características de sua origem – como os códigos que o compõem –, permanece o mesmo, apenas acrescenta-se uma nova estrutura ao sistema modelizado.

A partir dessas observações a respeito da semiosfera, pode-se considerá-la como um espaço semiótico formado por diferentes culturas e composto por diversos núcleos que tem como base a produção de informações. Por estabelecer um diálogo entre os diferentes núcleos, a semiosfera é um mecanismo tradutor de linguagem que permite a formação de um espaço heterogêneo. A partir disso, os diferentes códigos que compõem a estrutura da linguagem mudam constantemente e recodificam os sistemas pertencentes a ela.

Com base no que foi exposto, verificaremos a aplicação dos conceitos desenvolvidos na escola russa de Tartú através de dois filmes publicitários realizados para a campanha *Órbita* da marca *Bradesco Prime*, que servem como metáfora da semiosfera.

### 3 Estudo de caso “Órbita” – Bradesco Prime

A seguinte análise dos comerciais *Órbita – Homem* e *Órbita – Mulher* desenvolvida pela agência Neogama/BBH no ano de 2010 para a marca Bradesco Prime objetiva mostrar como os conceitos expostos anteriormente podem ser exemplificados metaforicamente.

No início do filme, tanto no comercial *Órbita – Homem* como *Órbita – Mulher*, a câmera em um plano fechado mostra um casal de adultos e duas crianças reunidas. Em seguida, ao abrir o enquadramento, pode-se observar um ambiente composto por determinados códigos culturais: uma mesa com xícaras, uma jarra de suco e alguns pães. Esse ambiente sugere que as personagens estão tomando o café da manhã em família. Esta cena apresenta uma órbita como um sistema. Os objetos utilizados na composição da cena e as ações das personagens compõem os códigos dessa órbita.



Imagem 1 – filme *Órbita – Homem* – com a família.



Imagem 2 – filme Órbita – Mulher – com a família.

No filme *Órbita – homem*, o personagem masculino passa de um sistema para outro, sempre revelando as fronteiras existentes entre esses sistemas. Certos códigos culturais permitem perceber que o personagem entra em um espaço que representa o interior de um avião. Podemos perceber isso pela disposição das poltronas e pela janela. A maneira como o homem está vestido sugere que ele segue para uma viagem de negócios. Considerando esse espaço como uma semiosfera e cada ambiente como um sistema cultural, pode-se afirmar que o homem é o código que se modeliza de um sistema para outro. Ele adapta-se a linguagem de cada um desses sistemas de acordo com o papel que exerce dentro deles. No primeiro sistema ele é o pai, está em um ambiente de família e sem o terno. No segundo, ele veste o terno e assume o papel de empresário. Os códigos se modelizam de acordo com a linguagem de cada sistema, mas sempre guardam características do sistema de origem.



Imagem 3 – filme Órbita – Homem – viagem de negócios.

Saindo do sistema do avião ele parte para outro sistema cultural: um almoço de negócios. O que permite identificar o ambiente como sendo um restaurante são outros códigos culturais, entre eles o garçom, as taças e os pratos na mesa. Essas quatro pessoas presentes na cena são também códigos que entram em contato uns com os outros dentro do sistema restaurante.



Imagem 4 – filme Órbita – Homem – almoço de negócios.

Após o almoço o homem vai ao banco. Identificamos esse ambiente como banco pelos códigos culturais como a placa ‘Bradesco Prime’, a mesa com notebook, uma xícara e um porta lápis/caneta. A mulher do outro lado da mesa representa a gerente. Sua roupa e seu penteado atuam como um tipo de codificação.



Imagem 5 – filme Órbita – Homem – no banco tratando de negócios.

Em seguida, o homem transita para outro sistema, que é o ambiente de trabalho. Nesse ambiente os códigos são a tela expondo os gráficos, as cadeiras em que as pessoas estão sentadas e a maneira como estão dispostas e, ainda, a forma como essas pessoas estão vestidas. Ainda que seu comportamento mude de um ambiente para o outro, a estruturalidade do código homem permanece inalterada.



Imagem 6 – filme Órbita – Homem – em ambiente de trabalho.

Ao sair do trabalho o homem vai para um novo sistema, composto por um abajur e uma cama. Pela iluminação do ambiente, outro código cultural, e as atitudes do homem diante da criança que se encontra deitada, podemos concluir que se trata do quarto de sua

filha e que ele contará uma história para ela dormir. Mais um código cultural que indica um sistema específico, diferente dos anteriores, e mais uma vez o código homem sofre uma modelização.



Imagem 7 – filme Órbita – Homem – quarto da filha.

Por fim, o homem sai do sistema da filha, que é o quarto, e vai para o sistema da sala, caracterizado pelos seguintes códigos culturais: tapete no chão, estante com alguns livros e objetos de decoração, poltrona na qual ele senta, mesinha de apoio ao lado da poltrona, puff em que apóia os pés, controle remoto que está em suas mãos e, à sua frente, o aparelho de televisão. Estereótipos comumente utilizados em diversos sistemas de comunicação para representar uma sala de estar. Nesse espaço, o homem encontra-se sem o casaco e sem o sapato, pois ele é o código que transita do sistema que é o quarto da filha para o sistema sala e modeliza-se a esses sistemas.



Imagem 8 – filme Órbita – Homem – sala.



Imagem 9 – filme Órbita – Mulher – no trabalho.

Nesse segundo momento, vamos analisar isoladamente o comercial “Órbita – Mulher”. Vemos que após a refeição com a família, a mulher também transita para o sistema que é seu trabalho. Antes de sair ela pega a bolsa. Ao chegar ao outro sistema, há as pessoas e um projeto coberto por um pano sendo exibido, o que sugere que ela seja uma

arquiteta. Há a modelização, pois em um primeiro sistema ela é a mãe e esposa e, no segundo, assume o papel de arquiteta.



Imagem 10 – filme *Órbita* – Mulher – no escritório.

Logo após, a mulher transita para outro ambiente em que os códigos nos fazem identificar que é o seu escritório. Seu comportamento muda constantemente de um ambiente para o outro, mas a estruturalidade do código permanece.



Imagem 11 – filme *Órbita* – Mulher – compras.

Do escritório ela vai às compras, em uma loja de calçados: um sistema composto por uma vendedora; balcão; computador atrás do balcão; e suporte com sapatos. Todos esses elementos juntos são códigos culturais que indicam um local, maneira e hábito de consumos – através da forma de pagamento com o cartão e pelo fato da mulher sair com duas sacolas nas mãos. Essas codificações mostram ao espectador um tipo específico de mulher, o estereótipo feminino – da mulher bem sucedida e consumista – que não se observa no filme *Órbita* – *Homem*.



Imagem 12 – filme *Órbita* – Mulher – quarto do filho.

Ao deixar a loja, a mulher segue para o quarto do filho. Como no filme *Órbita* – *Homem*, os códigos permitem identificar o ambiente como um quarto de criança. Pelo seu

comportamento, ela modeliza-se novamente. Agora ela vai passar um tempo ao lado do filho, não é mais a mulher profissional ou mulher consumidora.



Imagem 13 – filme Órbita – Mulher – jantar.

Saindo do quarto do filho, a personagem encontra-se com o marido. É possível identificar na cena – por meio das taças, pratos e talheres sobre a mesa, além das cadeiras em que eles se sentam e a luminária ao lado – que se trata de um jantar romântico.



Imagem 14 – filme Órbita – Mulher – sala.

Por fim, após o jantar, a mulher vai para uma sala. Como nas outras cenas dos dois filmes, esse ambiente é assim reconhecido pelos códigos culturais do cenário. Como último processo de modelização, a mulher encontra-se sem o sapato e a bolsa.

Ao fim nos dois filmes temos a visão geral da semiosfera com seus sistemas, códigos e fronteiras.



Imagem 15 – filmes Órbita – Homem e Órbita – Mulher – visão geral.

#### 4 Considerações finais



Observamos nos dois filmes publicitários que cada esfera é um sistema; os códigos são as pessoas que estão inseridas nos sistemas; as transições de ambas as personagens (o homem e a mulher) de um ambiente/sistema para outro é a fronteira; a maneira como o homem e a mulher vão se adaptando a cada sistema de acordo com o papel exercido por eles – como, por exemplo, ao colocar ou tirar uma peça de roupa ou um acessório – são as modelizações de linguagem; e a forma como se comportam em cada sistema também são modelizações, ou seja, códigos se adaptam às linguagens dos sistemas e acrescentam estruturas a eles.

As diferentes formas de contatos estabelecidos entre essas pessoas são códigos dialogando entre si e trocando informações dentro do sistema. Notamos que a personagem que faz o papel do homem no filme *Órbita – Homem* é o mesmo que representa o marido no comercial *Órbita – Mulher*. O mesmo acontece com a mulher. Ambos são códigos que transitam pelos sistemas e estabelecem relações fronteiriças e estão presentes nas duas semiosferas o que forma os sistemas modelizantes. Ou seja, por estar presente nos dois comerciais eles adaptam seus papéis em cada um deles. O homem é um suposto empresário, pai presente e marido. No outro filme, ele é o pai e o marido. A mulher em um filme é a mãe e a esposa. No outro é a mãe, a esposa e a arquiteta.

Diante dessas observações podemos considerar que ambos os filmes carregam em si conceitos da semiótica sistêmica que servem perfeitamente de metáfora para ilustrar e compreender os conceitos de semiosfera, sistema, código e fronteira.

## REFERÊNCIAS

CARDOSO, J. B. F. . Semiótica, Imagem e Publicidade: conceitos, métodos e modelos aplicados. In: Maria Immacolata Vassallo de Lopes; José Luiz Braga; Luiz Claudio Martino. (Org.). Pesquisa Empírica em Comunicação. 01 ed. São Paulo: Paulus/COMPÓS, 2010, v. 435, p. 249-270.

HENN, Ronaldo. Memória e arte na semiosfera midiaticizada. *Conexão: Comunicação e Cultura*, UCS Caxias do Sul, v. 9, n. 18, p.103-115, jul./dez. 2010.

LAMPIS, Mirko. La Textura del texto. El concepto de texto en la obra de Lótmán. *Entretextos* revista eletrônica semestral de estudos semiótico de La cultura. n°4, p. N/I, Noviembre, 2004. Disponível em: <http://www.ugr.es/~mcaceres/Entretextos/entre4/mirko.htm> Acesso em 10 de Outubro de 2010.



MACHADO, Irene (org.). *Semiótica da Cultura e Semiosfera*. São Paulo, Annablume/FAPESP, 2007.

\_\_\_\_\_. *Escola de Semiótica: A Experiência de Tártu Moscou para o Estudo da Cultura*. São Paulo: Fapesp, 2003. p. 192.

\_\_\_\_\_. *Liminalidad e intervalo: La semiosis de los espacios culturales em Sigma*. Revista de La Asociación española de semiótica. Universidad Nacional de Educación a distancia, 2001.

TOROP, Peter. “Semiosfera como Objeto de Pesquisa na Semiótica da Cultura”. In: MACHADO, I. ; (org.). *Semiótica da Cultura e Semiosfera*. São Paulo, Annablume/FAPESP, 2007.

FERRARA, Lúrcia D’Aléssio. “A Circularidade do Conhecimento”. In: MACHADO, I. ; (org.). *Semiótica da Cultura e Semiosfera*. São Paulo, Annablume/FAPESP, 2007.