

Faça como Dunga, não use craque: uma análise semiótica¹

Jéssica RIGON²
Rejane Beatriz FIEPKE³
Tamires Regina ZORTÉA⁴
Caroline CASALI⁵

Universidade Federal de Santa Maria-UFSM-FW

RESUMO

O artigo intitulado “Faça como Dunga, não use craque: uma análise semiótica” explica e contextualiza os conceitos de denotação e conotação, aplicando-os à análise da propaganda “Faça como Dunga, não use craque”, veiculada em outdoor, na cidade de Campo Grande, no ano de 2010. Para tanto, utiliza-se como referência a obra de Peruzzolo (2004), que trabalha três tipos possíveis de leitura semiótica: denotativa, conotativa e polissêmica. Ao final da análise, percebe-se que os níveis de leitura dependem do repertório cultural do público, que pode exercer sobre a propaganda uma análise polissêmica, ou ficar restrito ao sentido literal do texto.

Palavras-chave: Propaganda; Denotação; Conotação; Semiótica.

1 INTRODUÇÃO

Desde muito cedo, aprende-se na escola conceitos sobre linguagem denotativa e conotativa, aquelas que representariam o sentido literal (do dicionário) e o sentido figurado (onde se usa a criatividade), respectivamente. A obra de Peruzzolo (2004) vai além desses conceitos, acrescentando significados e novas maneiras de interpretação a estas linguagens. O autor trata, ainda, da possibilidade de significação pela leitura polissêmica.

Existem diferentes maneiras de interpretação do signo: a análise denotativa visa mostrar todos os detalhes nele contido, mostrar tudo o que existe, que é visível e perceptível

¹ Trabalho apresentado no DT 08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 26 a 28 de maio de 2016.

² Acadêmica do curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria, Frederico Westphalen, RS, Brasil, 98400000, jessi_rigon@gmail.com.

³ Acadêmica do curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria, Frederico Westphalen, RS, Brasil, 98400000, rejanebiepke@hotmail.com.

⁴ Acadêmica do curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria, Frederico Westphalen, RS, Brasil, 98400000, tamiresreginzortea@gmail.com.

⁵ Orientadora do Trabalho. Professora do Departamento de Administração da Universidade Federal de Pelotas. Atuou como docente do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, campus de Frederico Westphalen, até novembro de 2015. Frederico Westphalen, RS, Brasil, 98400000, carolcasali@gmail.com.

em um enunciado ou em uma imagem. Mesmo esta leitura sendo clara quanto ao enunciado, não é possível chegar a nenhuma conclusão, pois a denotação, ao olhar para o signo solitário, não produz significados complexos.

Em análises conotativas é possível chegar a um significado para o signo. Na conotação, existe a interpretação do signo em relação aos demais signos presentes no enunciado.

Já a leitura polissêmica se diferencia das demais por emitir significados que podem não estar explícitos. Para que se tenha sucesso neste tipo de análise é preciso ter conhecimento de mundo, conhecer o assunto e o que o cerca. Neste caso, o signo pode conter mais de um significado, podendo ser analisado amplamente, em comparação às demais análises.

O objeto analisado no presente artigo contém uma frase ambígua, que possui duplo sentido, podendo então ser analisado a partir dos três níveis de leitura, mas principalmente e mais detalhadamente pela leitura polissêmica. Justamente por se tratar de uma frase com mais de um sentido, a polissemia se faz necessária para explicar o contexto em que esta frase está inserida, pois muitas pessoas só entendem o significado pretendido conhecendo o que está em sua volta, os elementos secundários, sem os quais não formariam a significação.

O enunciado objeto de análise neste artigo consiste em um *outdoor*, que normalmente possui mensagens de cunho publicitário e está localizado em áreas com grande fluxo de pessoas ou à beira de rodovias, e contém a frase “Faça como o Dunga, não use craque”. No decorrer do artigo, a mensagem do *outdoor* é analisada a partir das análises denotativa, conotativa e polissêmica.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Entender que existem níveis diferentes de leitura (denotativa, conotativa e polissêmica) é importante para a percepção de que nem sempre é possível produzir um único sentido a partir do signo. Peruzzolo (2004, p. 73 e 74), em *Elementos de Semiótica da Comunicação*, afirma que “o signo não é só a representação de uma realidade, é também a possibilidade de dizer outra coisa”.

Entre os possíveis significados que podem ser atribuídos aos signos estão a linguagem denotativa e a linguagem conotativa. A denotação, na realidade, não costuma dar significação

ao signo. Peruzzolo fala também sobre como a denotação é realmente essa ausência de significados para os signos, sendo apenas uma descrição do que se vê.

O nível denotativo da leitura de uma mensagem, de um texto, se faz pela identificação dos constituintes (pessoas, coisas, ambientes...) e pela determinação do modo de relacionar-se desses constituintes. [...] A nomeação do significado denotativo fica sendo uma descrição fria, uma narração. (PERUZZOLO, 2004, p.113)

Já na conotação, é possível identificar e dar sentidos aos signos, além de agregar significados ao que foi contextualizado na leitura denotativa. Esta leitura possui uma visão mais ampla de como as coisas significam. Peruzzolo afirma que

A leitura conotativa é um contato intuitivo com um jogo de deslocamento possível nas relações dos signos com os referentes, isto é, um movimento de observação da matéria significante. Os significados conotativos são a impressão subjetiva, para além da literalidade, nascida do impacto que o jogo sótico produz no receptor, quer dizer, expressa a relação do leitor com o texto; prende-se ao subjetivo do leitor e, mesmo, do autor. Vai-se dizer não só o que se pensa, mas principalmente o que se sente, o modo como se sente, o que se insinua, o que é feito para sugerir outra coisa que não aquela claramente ligada aos signos. (PERUZZOLO, 2004, p. 120).

Como citado anteriormente, é possível fazer uma análise denotativa, conotativa e polissêmica dos enunciados, textos e imagens. Ao analisar as linguagens denotativa e conotativa, percebem-se significados limitados e precisos; já ao fazer uma análise polissêmica, os significados podem ser muitos, dependendo do repertório cultural do leitor em relação à mensagem. Faro (2015) afirma que a polissemia significa justamente “muitos sentidos”, porém não deve ser vista como um problema, uma vez que será neutralizada pelo contexto. Isso quer dizer que mesmo tendo vários significados eles estão inseridos em um contexto, que permite identificar qual significação é mais apropriada para a mensagem.

Para realizar uma leitura polissêmica é necessário conhecer o assunto e o que pode estar conectado a ele. Peruzzolo faz um relato detalhado sobre as características da linguagem polissêmica e como ela deve ser analisada.

Polissêmica é a análise crítica e reflexiva do texto e, mais, o enunciado de um juízo sobre ele. Passa-se da impressão subjetiva para significações mais profundas do texto, realizando um detalhado inventário dele. [...] Numa análise polissêmica (incompletamente plural), justifica-se o uso dos diferentes elementos de linguagem (termos, jogos de palavras, combinações, planos, ângulos, cores, estilo...). (PERUZZOLO, 2010, p. 123)

O autor também relata os passos para a realização da leitura polissêmica, justificando que a prática resulta em melhores análises.

Primeiro, decompor o texto em tantos conjuntos significantes quantas ideias básicas aparecem; Segundo, analisar os conjuntos do todo confrontando os elementos com outros textos ou ideias; Terceiro, organizar as relações descobertas (jogos de diferenças) de modo a estabelecer os diferentes sentidos de fruição da obra. (PERUZZOLO, 2010, p. 125)

Peruzzolo fala também da necessidade que o ser humano tem de viver em sociedade, de como este modo de vida pode influenciar no recebimento de uma mensagem. Somente em contato com outras pessoas é possível ter conhecimento sobre outros assuntos, compartilhar e partilhar ideias. O uso da comunicação é necessário para a vida. Muitas pessoas até conseguem formar uma opinião sobre determinado assunto, mas se esta opinião não for compartilhada, não existirá um processo de comunicação, pois a mensagem precisa ser transmitida, e isso se faz necessário para que as pessoas possam obter conhecimento.

Comunicar, no nível humano, é estabelecer uma relação entre uma pessoa e outra através de um MEIO MATERIAL, comumente denominado mensagem, para fazer composição, para partilhar e relacionar-se constituindo e/ou preservando a vida. [...] Por isso, o indivíduo é até pensável, mas sozinho é seguramente impraticável, principalmente sob o ponto de vista da sua comunicação e da sua sobrevivência. É só depois do grupo que vem o indivíduo. A unidade de vida humana não é o indivíduo, é o grupo. (PERUZZOLO, 2010, p. 27 e 28)

Em determinadas situações, o emissor não consegue fazer com que sua mensagem seja transmitida da maneira esperada, mas mesmo assim é capaz de gerar um sentido. Segundo Peruzzolo (2010, p. 111) é exatamente isso que acontece, pois “uma expressão/mensagem tem sempre alguma coisa a dizer sobre algo compreensível/inteligível, que os comunicantes consideram como realidade aceitável. Essa aceitabilidade está adstrita a códigos comuns de uso na organização do dito”.

Muitas imagens e enunciados possuem significados implícitos, escondidos em outros sentidos, e algumas pessoas não conseguem ver ou entender.

Os textos, expressos em linguagens verbais ou não-verbais, envolvem leitura e essa leitura pode ser vista sob um ponto de vista mais amplo como ‘atribuição de sentidos’ um sentido que se supõe ser o do texto (dado pelo autor) ou uma atribuição de múltiplos sentidos ao texto. [...] Ninguém lê num texto o que quer, do jeito que quer e para qualquer um. (ORLANDI, 1988 apud PACHECO, p. 05)

Assim como existem possibilidades de o significado estar oculto, também é possível perceber mais de um sentido em algumas frases e imagens, são casos em que encontramos elementos ambíguos, ou seja, que podem ser entendidos de diferentes maneiras. Alguns destes

elementos acontecem por descuido, frases ditas sem grande elaboração ou com erros de ortografia e pontuação. Por outro lado, existe a ambiguidade proposital, em que a intenção é realmente provocar um duplo sentido. O professor Pedro Alcântara Lima Silva (2015) explica que a ambiguidade proposital é um recurso muito usado em publicidade, quando o objetivo da mensagem publicitária é suscitar algum tipo de dúvida no leitor. É justamente uma mensagem que se pretende ambígua, e usada como propaganda, que esse artigo analisa.

3 ANÁLISE

O objeto analisado no presente artigo é a mensagem de um *outdoor* (Figura 1), encontrado na internet. O site do Globo Esporte, por meio de uma matéria, explica a origem da propaganda, que foi elaborada por um grupo de 15 amigos para criticar a escalação da seleção brasileira de futebol para a copa de 2010. Um dos idealizadores, o empresário Chico Maia, fez a seguinte declaração ao site do Globo Esporte: “Claro que o crack é um dos grandes problemas do nosso país. Sabemos da importância de coibi-lo. Mas a seleção brasileira sempre se destacou pela criatividade e, desta vez, chama a atenção por ser muito burocrática. Então, fizemos uma ironia”. A campanha durou 15 dias e foram espalhados cinco *outdoors*, como o analisado, pela cidade de Campo Grande, capital do Mato Grosso do Sul.

A mensagem do *outdoor* pode ser considerada uma imagem completa, isso porque permite uma análise detalhada de todos os seus elementos. É possível analisá-la denotativa, conotativa e polissemicamente. A análise mais detalhada desta imagem é a análise polissêmica uma vez que, em razão de se tratar de uma frase ambígua, possui duplo sentido e cria a necessidade de conhecimento contextual para sua interpretação.



Figura1: *Outdoor* analisado. Fonte: http://piorqueuri.blogspot.com.br/2010_05_01_archive.html

3.1 Análise denotativa

A análise denotativa não visa produzir sentidos, pelo contrário, ela apenas observa, sem preocupar-se com os significados que a imagem ou uma frase pode conter. Esta pode ser considerada, também, a linguagem dos cegos e dos analfabetos, uma vez que, ao passar por este *outdoor*, não o verão ou não reconhecerão nada, será a mera representação de uma placa, com algo escrito, mas que para eles, nada significa. A única possibilidade de entendimento, neste caso, seria se alguma outra pessoa descrevesse o contexto da imagem, ou interpretasse o que está escrito.

Ao analisar denotativamente a imagem acima, percebe-se uma forma geométrica que aparentemente representa um retângulo; dentro dele, está presente na horizontal uma faixa amarela com caracteres que representam serem letras, algumas parecem ter um formato mais grosso das demais. No canto direito deste retângulo, abaixo da faixa amarela, nota-se a presença de mais letras, ainda diferentes das demais. Após esta sequência de letras está localizado um símbolo conhecido como “ponto final”. O retângulo também parece estar fixado ao chão por duas hastes, ou barras, verticais, que aparentam terem sido feitas com ferro.

A cor de fundo da imagem aparenta um tom escuro de verde, com uma parte mais iluminada, ou mais clara, acima. Outro detalhe quase imperceptível na imagem trata-se de um traço ou um conjunto de letras na parte mais extrema inferior, do lado direito da imagem.

3.2 Análise conotativa

A análise conotativa dos enunciados já pode, em determinadas situações, demonstrar algum sentido, visto que se tem conhecimento sobre o que está posto na imagem. Neste momento, faz-se uma análise da relação dos elementos encontrados na leitura denotativa: palavras, cores, formas.

Os conjuntos de caracteres agora formam palavras e frases que podem ser analisadas em sua significação. As cores verde e amarelo são facilmente percebidas e remetem conotativamente à bandeira do Brasil. Mais que isso, relacionadas ao termo Dunga, essas cores remetem à seleção brasileira de futebol, uma vez que Dunga é o técnico desta. Apenas as formas localizadas na extremidade do canto direito não podem ser identificadas, talvez pela qualidade da foto ou por se tratar de letras minúsculas.

O *outdoor* conta apenas com frases e não faz uso de imagens, nele, podem-se ler as seguintes frases, “**FAÇA COMO O DUNGA**” e “Não use craque.”, escrito exatamente desta maneira, em letras maiúsculas e minúsculas. Visto que se trata, provavelmente, de uma placa de beira de estrada, foi bem planejada, com linguagem simples e de fácil entendimento, para que as pessoas que passam rapidamente possam ler sem dificuldade.

Tratando-se de uma análise conotativa, que busca um significado relacional para os signos, é possível perceber que o objeto analisado é uma propaganda. Nesta propaganda, são acionados o técnico da seleção brasileira de futebol, Dunga, e outro elemento: o craque, que na leitura conotativa remete ao indivíduo que joga futebol com qualidade.

Pela leitura conotativa não é possível avançar muito na interpretação contextual, uma vez que a análise conotativa fica restrita ao que pode ser interpretado a partir dos signos colocados no texto – e não de outros acionamentos de repertório. Por isso mesmo, apenas com a leitura conotativa não seria possível alcançar os sentidos pretendidos pelo emissor da mensagem – que pretende relacionar o termo craque (de futebol) à droga ilícita crack.

3.3 Análise polissêmica

Alguns leitores podem alcançar um único significado em relação ao *outdoor* analisado, que seria seguir o exemplo de Dunga e não usar craques no futebol, como uma crítica ao

técnico da seleção brasileira. Com a análise polissêmica, contudo, uma interpretação mais completa é acionada pelo repertório cultural e contextual do público.

Para fazer uma interpretação que chegue ao sentido pretendido pelo emissor, é preciso pensar na relação entre craque e crack e entender o momento de crítica à seleção brasileira de futebol. Sobre a relação entre os termos craque e crack, estamos diante de palavras parônimas, que se assemelham em grafia e pronúncia, mas que remetem a sentidos diferentes. Eugênio Nascimento define a palavra craque, no dicionário informal como inicialmente usada “para definir um bom jogador de futebol e hoje para todos aqueles que se destacam em atividades esportivas com bola; também é usado para pessoa bem sucedida em outras atividades”. O uso da palavra craque, então, pode ser relacionado ao uso da droga crack.

Quanto à segunda relação possível, a crítica à seleção brasileira é feita no momento em que todo o Brasil amargura a derrota de sua seleção na Copa do Mundo de 2010. Dunga atuou como técnico da seleção no período de 2006 até a Copa do Mundo de 2010, retornando para a seleção no ano de 2014. Em qualquer outro momento, a menção de que um “técnico de seleção não usa craque” seria absurda, uma vez que a composição de uma seleção, como o próprio nome diz, é realizada a partir da escolha dos melhores jogadores de um país. Contudo, diante da derrota da seleção brasileira, pode-se pensar que o técnico desse momento, Dunga, não soube escolher craques.

A mente humana é muito mais ágil do que se possa imaginar, pois as leituras denotativa, conotativa e polissêmica acabam acontecendo imediatamente após o contato do público com a mensagem. É um processo quase automático – pois a atribuição de significação é aprendida desde cedo, assim como a alimentação. No *outdoor* analisado, foi utilizado um assunto que move e encanta muitos brasileiros, o futebol. A grande maioria da população sabe ao menos o nome do técnico da seleção, tornando-se mais fácil o entendimento do enunciado – a leitura conotativa.

A propaganda, nesse caso, utilizou da ambiguidade da relação craque-crack para tratar de uma questão séria para a saúde pública: o consumo de crack. A ambiguidade foi responsável pelo tom bem-humorado da propaganda, que chama a atenção do público para a mensagem “não use crack”. A propaganda foi composta de uma mensagem simples, curta, e direta, que investiu sobre a leitura contextual, polissêmica, em tom de humor, no lugar das propagandas tradicionais – que focam principalmente nos efeitos das drogas no organismo humano.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo apresentou três níveis de análise semiótica (denotativa, conotativa e polissêmica) de um objeto publicitário: o *outdoor* de campanha em repúdio à escalafão da Seleção Brasileira de Futebol na Copa do mundo de 2010. A propaganda utilizou-se da ambiguidade das palavras parônimas craque e crack, revelada pela leitura conotativa, para chamar a atenção do público, em tom bem-humorado.

Vale lembrar que nem todas as pessoas conseguirão fazer a análise polissêmica de acordo com o sentido pretendido pelo emissor. É preciso certo repertório cultural sobre futebol, seleção brasileira, e Copa do Mundo, bem como perspicácia em relação à ambiguidade do uso do termo craque buscando remeter a crack. Portanto, os níveis de leitura semiótica são atingidos de acordo com o repertório cultural e contextual dos sujeitos envolvidos com a mensagem; não dependem apenas da língua e do objeto onde estão inseridos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COSTA, Fabrício. **Grupo ironiza técnico em outdoor: 'Faça como Dunga. Não use craque'**. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/futebol/selecao-brasileira/noticia/2010/05/grupo-ironiza-tecnico-em-outdoor-faca-como-o-dunga-nao-use-craque.html>. Acesso em: 20/06/2015

FARO, Silene. **Linguagem Denotativa X Linguagem Conotativa X Polissemia**. Disponível em: <http://infolaboratorio.blogspot.com.br/2012/04/linguagem-denotativa-x-linguagem.html>. Acesso em: 20/06/2015

NASCIMENTO, Eugênio. **Craque**. Disponível em: <http://www.dicionarioinformal.com.br/craque/>. Acesso em: 29/06/2015

PACHECO, Auxiliadora Baraldi. **A interferência de ambigüidades lexicais na interpretação dos enunciados de problemas verbais**. Disponível em: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:HAuPXSjPbjIJ:www.sbembrasil.org.br/files/i_x_enem/Comunicacao_Cientifica/Trabalhos/CC52507084472T.rtf+&cd=8&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br. Acesso em: 20/06/2015

PERUZZOLO, Caetano Adair. **Elementos de Semiótica da Comunicação**. Bauru, SP: EDUSC, 2004.

SILVA, Pedro Alcântara Lima. **Produção textual...** quais desses recursos coesivos você desconhece?
Disponível em: <http://www.recantodasletras.com.br/autor.php?id=27384>. Acesso em: 20/06/2015