

IT - A COISA: INTERVENÇÃO URBANA E SEUS ELEMENTOS COMO MITO

SILVA, Ícaro Moenster Carvalho da.¹
KULAK, Sergio Marilson²

RESUMO

O filme *It – A Coisa* foi um sucesso em todo o mundo, isso se deve - em parte - as campanhas de divulgação produzidas pela Warner Bros., uma em específico chamou bastante atenção da mídia por se tratar de uma intervenção urbana. O presente artigo pretende abordar tal ação através da mitologia barthesiana, buscando entender como os elementos utilizados são entendidos e como seus objetos são flexionados. Para isso, algumas imagens, que foram veiculadas em sites de notícias, foram selecionadas para análise. O referencial teórico da pesquisa teve como base o conceito apresentado por Roland Barthes para explicar a Mitologia. Dessa forma, foi possível identificar o nível de importância do elemento do balão vermelho dentro da ação, além de como a mensagem é entendida e transmitida através do mesmo entendido como mito.

PALAVRAS-CHAVE: Mitologia, Roland Barthes, Semiótica, Ação.

IT: CHAPTER ONE: URBAN INTERVATION AND ITS ELEMENTS AS MYTH

ABSTRACT

The movie *It: Chapter One* was hugely successful worldwide, and it is partly due to publicity campaigns produced by Warner Bros., one in particular drew the press attention for being an urban intervention. The present article intends to address such action through Barthes' mythology, looking to understand how the elements are meant and how their objects are flexed. For this purpose, some images transmitted on news sites were selected for analysis. The research's theoretical background was based on Roland Barthes' concept of mythology. Therefore, it was possible to identify the level of significance in the red balloon element within the action, as well as the message is understood and transmitted through it, understood as a myth.

KEYWORDS: Mythology, Roland Barthes, Semiotic, Action.

1. INTRODUÇÃO

Filme estreado em setembro de 2017, *It - A Coisa* obteve um grande sucesso em várias partes do mundo, mas, antes de seu lançamento, existiram diferentes campanhas de divulgação que envolveram o público ao contexto do longa-metragem. Uma, em particular, destacou-se por sua eventualidade, em que, por meio de seus elementos visuais, é possível identificar o mito barthesiano em sua essência.

Basicamente, o mito barthesiano é o processo de gerar um novo significado a um objeto/signo já existente, é o que ocorre na intervenção urbana criada pela produtora Warner Bros. na divulgação de sua obra audiovisual, na qual diversos balões vermelhos foram distribuídos em diferentes lugares

¹Acadêmico cursando o 8º período de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário FAG. E-mail: ic44ro@gmail.com

² Orientador do trabalho. Mestre em Comunicação, professor do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário FAG. E-mail: sergiokulak@fag.edu.br.

do globo, apresentando uma significação muito maior do que apenas um adereço de festa, como é a função mais representativa deste objeto. Assim, o presente artigo tem por objetivo analisar como ocorre a construção do mito na ação de promoção do filme *It – A Coisa*, esse processo será realizado por meio da análise da noção de Mito, advinda do teórico francês Roland Barthes (1972).

2. O MITO SEGUNDO ROLAND BARTHES

A obra audiovisual *It - A Coisa*, estreada no dia 7 de setembro de 2017 e baseada no livro de Stephen King, é um filme de terror que, em apenas uma semana, bateu diversos recordes de bilheteria, arrecadando cerca de US\$ 220 milhões em todo o mundo³. A história se passa no final da década de 1980 na cidade fictícia de Derry, no estado de Maine – EUA, e conta a história de um palhaço chamado Pennywise, que é responsável pelo desaparecimento de crianças na localidade. Na narrativa, um grupo de amigos autointitulado como *Losers Club* – ou clube dos perdedores, em português – resolve investigar o caso, o que os faz com que eles fiquem cara a cara com Pennywise.

Um fato que chama a atenção no filme, é a utilização de balões vermelhos por parte do personagem de Pennywise, interpretado pelo ator Bill Skarsgard. O objeto é utilizado, em grande parte, para chamar a atenção de suas vítimas, surgindo, assim, a oportunidade de explorar esse elemento para a divulgação do filme. Nas ações publicitárias, balões vermelhos foram amarrados em bueiros de diferentes lugares do mundo, ancorado ao fato de que, no contexto do filme, o palhaço é conhecido por morar no esgoto da cidade, sendo encontrado, muitas vezes, dentro de bueiros. A ação alcançou grande sucesso e chamou a atenção dos transeuntes que passavam pelos balões espalhados nos mais variados espaços urbanos.

Figura 1 – Ação Warnes Bros.



Fonte: Cinema News (2017).

³ Adoro Cinema (2017).

Dessa forma, no contexto da teoria barthesiana, pode-se entender o balão como um processo mítico. De acordo com Barthes (1972, p. 199), “o mito é uma fala. Naturalmente, não é uma fala qualquer. São necessárias condições especiais para que a linguagem se transforme em mito”. O mito, segundo o autor, é uma mensagem que pode ser oral, escrita, transmitida por meio de representações visuais, objetos, conceitos e ideias, entre outros, tudo depende de como essa mensagem é passada. No caso da ação de divulgação de It, a mensagem é transmitida por meio do balão vermelho – visualidade.

a fala mítica é formada por uma matéria *já* trabalhada em vista de uma comunicação apropriada: todas as matérias-primas do mito - quer sejam representativas, quer gráficas - pressupõem uma consciência significante, e é por isso que se pode raciocinar sobre elas, independentemente da sua matéria. Esta, porém, não é indiferente: a imagem é certamente mais imperativa do que a escrita, impondo a significação de uma só vez, sem analisá-la e dispersá-la. Mas isso já não é uma diferença constitutiva. A imagem se transforma numa escrita, a partir do momento em que é significativa: como a escrita, ela exige uma *lexis*” (BARTHES, 1972, p.201, grifo do autor).

O mito advém da noção semiológica da linguagem, isto é, a partir da Semiologia, ciência dos signos estudada por Saussure (2016) que entende as significações, independentemente do conteúdo que as corporificam. Para Barthes (1971, p. 203), “é o que se passa com a mitologia: faz parte simultaneamente da semiologia, como ciência formal, e da ideologia, como ciência histórica: ela estuda ideias-em-forma”.

O signo, em Saussure (2016), é composto por uma noção que agrega um significado a um elemento significante, isto é, trata-se da junção de um conceito acerca de um elemento que corporifica, física ou abstratamente, o significado imposto. Desse modo, o mito utiliza-se das matérias primas do signo saussuriano: o significado e o significante. Barthes (1972), com a finalidade de explicar o processo mitológico, apresenta o exemplo da rosa tendo como o seu significado a paixão:

Tomemos um ramo de rosas: faço-o significar a minha paixão. Não existem apenas aqui um significante e um significado e minha paixão? Nem sequer isso: para dizer a verdade, só existem rosas “passionalizadas”. Mas, no plano da análise, estamos perante três termos. Pois estas rosas carregadas de paixão deixam-se perfeita e adequadamente decompor em rosas e em paixão: esta e aquelas existiam antes de se juntar e formar este terceiro objeto, que é o signo. Do mesmo modo que, no plano do vivido, não posso dissociar as rosas da mensagem que transportam, também não posso, no plano da análise, confundir rosas como significante e as rosas como signo: o significante é vazio, e o signo é pleno, é um sentido (BARTHES, 1972, p. 203, grifo do autor).

No mito também pode-se encontrar esse esquema dual que origina o signo, porém de forma mais complexa, uma vez que ele utiliza-se de uma cadeia semiológica já existente para construir um sistema semiológico segundo. Sendo assim, o que era signo na primeira cadeia torna-se significante da segunda. A luz dessa teoria pode-se observar que no mito existem dois sistemas semiológicos, a linguagem-objeto, que segundo Barthes (1972, p. 206), "é a linguagem de que o mito serve para construir o seu próprio sistema", e a metalinguagem, que é o próprio mito, nesse caso, o autor afirma ser "uma segunda língua, na qual se fala da primeira" (BARTHES, 1972 p. 206).

Barthes (1972) atualiza as nomenclaturas dos elementos da cadeia semiológica segunda a fim de facilitar a sua compreensão, no mito o significante torna-se forma, e o significado é entendido compreendido como conceito. O produto do sistema, que é conhecido como signo na primeira cadeia semiológica, Barthes (1972) denominou como mito, visto que, enquanto signo resultante da segunda cadeia, duas nomenclaturas de 'signo' poderiam causar certa ambiguidade, por isso o autor decidiu chamá-lo de significação, já que, segundo ele, "o mito tem efetivamente uma dupla função: designa e notifica, faz compreender e impõe" (BARTHES, 1972, p. 208). Sobre essa noção dupla das cadeias semiológicas, o autor afirma que,

O significante do mito se apresenta de uma maneira ambígua: é simultaneamente sentido e forma, pleno de um lado, vazio do outro. Enquanto sentido, o significante já postula uma leitura, apreendo-o com os olhos, pois ele tem uma realidade sensorial e uma riqueza (...). No sentido, já está constituída uma significação, que poderia facilmente bastar-se a si própria se o mito não a tomasse por sua conta e não a transformasse subitamente numa forma vazia, parasitária. O sentido já está completo, postula um saber, um passado, uma memória, uma ordem comparativa de fatos, de ideias, de decisões (BARTHES, 1972, p.208).

O significado pode apresentar diversos significantes, uma vez que ele é muito mais rico do que o conceito, isso é, um mesmo conceito pode ser apresentado em formas diferentes. No entanto, a forma não é excluída quando se identifica o mito, eles trabalham sempre em conjunto. Barthes (1972, p. 215) diz que "o sentido existe sempre para apresentar a forma; a forma existe sempre para distanciar o sentido. E nunca há contradição, conflito, explosão entre o sentido e a forma, visto que nunca estão no mesmo ponto". No significante a forma permanece vazia, mas sempre está presente, somente o sentido se encontra ausente, isso só não ocorre se for visto o sentido e forma separadamente. Para esclarecer essa questão, Barthes (1972, p. 215) propõe o seguinte exemplo:

[...] se estou num automóvel e olho a paisagem ou a vidraça; ora me aperceberei da presença do vidro e da distância da paisagem; ora, pelo contrário, da transparência do vidro e da profundidade da paisagem; mas o resultado desta alternância será constante: a vidraça estará para mim simultaneamente presente e vazia, e a paisagem simultaneamente irreal e plena.

Com isso, pode-se afirmar que o mito é uma fala roubada e restituída, porém a fala que foi roubada não volta do mesmo jeito, não no seu lugar exato. É nesse momento que ocorre a fala mítica, nesse breve tempo em que ela foi “roubada” (BARTHES, 1972, p. 215), como sugere o autor, isso deve-se ao fato de o conceito gerar um novo entendimento acerca do signo, pois, como afirma Barthes (1972, p. 140), "através do conceito, toda uma história nova é implantada no mito". Evidencia-se, assim, que a construção da significação é sempre motivada, isso é, o mito não existe sem uma motivação, algo que lhe dê forças, haja vista que trabalha com a analogia do mito e da forma.

O mito deforma, ou seja, ele não é uma mentira e nem uma confissão, de fato, ele se trata de uma inflexão: ele transmite um conceito intencional. Na visão de Barthes (1972, p. 223, grifo nosso), o leitor consome o mito de modo inocente “[pelo] fato de ele não ver no mito um sistema semiológico, mas sim um sistema indutivo: onde existem apenas uma equivalência, ele vê uma espécie de processo causal: o significante e o significado mantêm, para ele, relações naturais”. Para aquele que entra em contato com o mito, tudo ocorre naturalmente como se o significante criasse, de fato, o significado, isto é, o mito é uma fala excessivamente justificada. Sendo assim, o mito é visto inocentemente, isso ocorre por que não o vemos de maneira semiológica.

3. METODOLOGIA

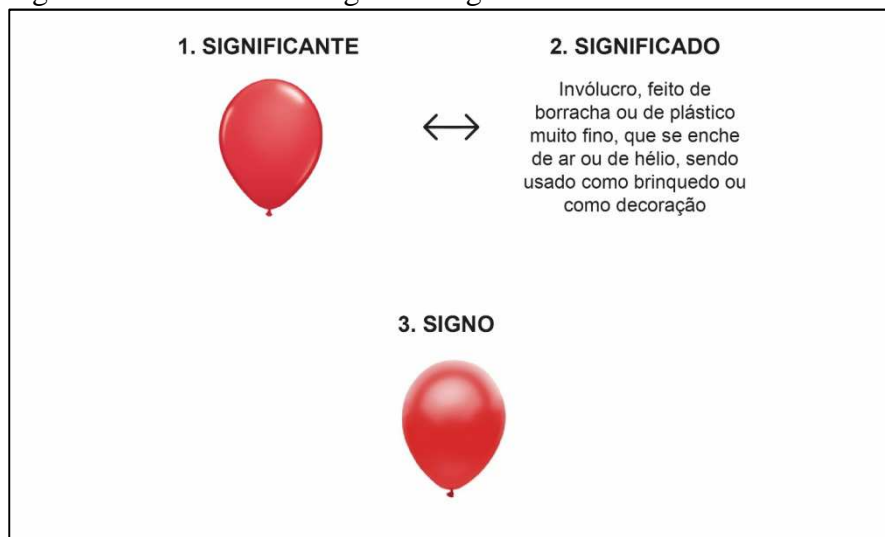
A pesquisa é de caráter exploratório, e se vale de um estudo de caso a partir das ações de divulgação do filme *It – A Coisa*, em relação à noção de Mitologia desenvolvida por Roland Barthes (1972). A pesquisa bibliográfica foi realizada em fontes primárias a partir dos conceitos de signo em Saussure (2006) e de Mito com Barthes (1972) e seus estudiosos, enquanto o conteúdo publicitário foi catalogado em portais de propaganda. A análise é desenvolvida a partir da aplicação da teoria barthesiana sobre os registros imagéticos resultantes das ações de divulgação.

4. ANÁLISES E DISCUSSÕES

No caso da ação promovida pela Warner Bros. para a divulgação do filme *It - A Coisa*, pode-se verificar que, na concepção saussuriana de signo, o balão ilustrado a seguir é o significante, este, por sua vez é dotado de uma característica bastante específica, a coloração vermelha. O significado, seria o de um objeto que é considerado um “invólucro, feito de borracha ou de plástico muito fino,

que se enche de ar ou de hélio, sendo usado como brinquedo ou como decoração” (BALÃO, 2017, *online*). A junção desses dois elementos gera o signo, que seria a representação desse balão. Essa cadeia semiológica torna-se então a base para o processo de mitificação.

Figura 2 – Cadeia semiológica do signo saussuriano.



Fonte: Elaborado pelo autor.

O significado e o significante primeiros são deixados de lado quando passam para o segundo sistema, que é o mito. O signo, resultante da primeira cadeia, é entendido como sentido, nesse momento a sua forma é esvaziada, dando lugar a um novo significado. No caso do filme *It - A Coisa*, podemos entender a bexiga inflável vermelha, não somente como um objeto de borracha ou látex que pode conter em seu interior gás hélio ou ar, ela traz um significado mais amplo, devido a forma como ela é utilizada no contexto da obra. Segundo, Kulak (2015, p. 68) “o mito é uma mensagem que se define pelo modo como ela trata determinado objeto, ou seja, esse objeto não se manifesta de maneira natural, ao contrário, é imposto, condicionado”.

Arbitrariamente, o balão vermelho deixa de ser apenas um objeto de borracha que, no repertório coletivo é facilmente associado a uma noção de brinquedo ou alegria, por exemplo, e passa então a conotar uma ligação direta com a obra cinematográfica em questão.

Figura 3 – Cadeia semiológica do mito barthesiano.



Fonte: Elaborado pelo autor.

Essa associação torna possível que os transeuntes que passem por aqueles determinados locais em que as bexigas se encontram, façam a relação direta da intervenção com o lançamento do filme. Para tanto, é preciso que, antes de qualquer coisa, o indivíduo possua aquele repertório cultural, somente assim o mito surtirá efeito, pois se o receptor não entender o contexto da obra ou não conhecer o fato de que o balão é um elemento característico do palhaço assassino, certamente ele não fará a ligação pretendida pelo emissor da mensagem e, conseqüentemente, o mito não se estabelecerá.

Figura 4 – Ação Warnes Bros.



Fonte: Premiere Line (2017)

Esse fator ocorre por essa mensagem ser imposta pela narrativa do filme. O modo como o objeto é utilizado na estória é responsável por essa percepção. Sem o conhecimento prévio, o mito pode não ter o seu devido efeito, aquele pretendido pelo emissor da mensagem, uma pessoa que passa pelo objeto, mas não conhece o filme ou o seu enredo, por exemplo, acaba entendendo a situação apenas como um balão vermelho em um bueiro e uma inscrição, não realizando as pontes de significação e a efetivação da mensagem publicitária como um todo.

Figura 5 – Ação Warnes Bros.



Fonte: Premiere Line (2017)

Podemos perceber que, em alguns casos, o balão está acompanhado com a frase “*It is closer than you think. #itmovie in cinemas september 7*” que, em tradução livre, significa: “Está mais perto do que você pensa. It – A Coisa, 7 de setembro nos cinemas”. Barthes (1990, p. 32), diz que a mensagem linguística “ajuda a identificar pura e simplesmente os elementos da cena e a própria cena: trata-se de uma descrição denotada da imagem (descrição muitas vezes parcial)”. Com isso, podemos perceber que nesse caso a mensagem ancora o objeto, ajudando assim a fixar o entendimento dessa mensagem.

Portanto, podemos aplicar o mesmo objeto de análise em outras situações, nas quais o seu contexto pode influenciar o seu entendimento, como no caso de festas de aniversário, em que também são encontrados balões vermelhos, porém, desta vez, sua significação é a ideia de celebração, de felicidade, de confraternização, entre outros. Outra situação foi na utilização do

balão por parte da torcida do Clube de Regatas Flamengo, clube esportivo da cidade do Rio de Janeiro, agora podemos entender a forma com o significado de time, torcedor, comemoração, etc.

Figura 6 - Aniversário Minie Mouse



Fonte: Guacirema Balões (2013)

Figura 7 - Torcida do Clube de Regatas Flamengo.



Fonte: Globo.com (2010)

Assim como no filme, essas duas situações apresentam mensagens impostas, isto é, a situação conduz ao entendimento conforme o repertório de cada receptor. No caso da torcida do Flamengo, a bexiga vermelha levantada pelos torcedores juntamente ao balão de coloração preta, inseridos no contexto de um estádio, é interpretado de maneira diferenciada do caso do aniversário, isso acontece pelos objetos, ainda que semelhantes, estarem inseridos em cenários completamente distintos. Portanto, vemos que a forma pode se manter [balão vermelho], porém o seu significado, inserido na perspectiva da mitologia, é imposto conforme a mensagem em que se deseja transmitir, seja de um filme, um aniversário, uma torcida, entre tantas outras possibilidades.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em mente que o mito é uma fala, pode-se perceber que na divulgação de estreia de *It - A Coisa*, a utilização do objeto balão tem grande importância na construção dessa mensagem. A sua percepção é construída através da junção da bexiga vermelha com o bueiro, porém, assim como no filme, o elemento trabalhado de forma isolada também é capaz de transmitir sua mensagem independente.

Sabendo que uma mesma forma pode apresentar diferentes significados, nota-se que na narrativa de *It*, a bexiga transmite um significado diferente da ação analisada, já que está inserida em outro contexto. E, por se tratar de um lançamento de longa-metragem, é possível que surja a dúvida em alguns destinatários se realmente haveria o reconhecimento do balão enquanto elemento da narrativa fílmica caso não haja repertório suficiente por parte do receptor. Porém, além de outros materiais produzidos anteriormente acerca da mesma história, como outras campanhas de divulgação bastante efetivas, acredita-se que grande parcela do público tenha adquirido esse conhecimento, nutrindo os seus repertórios com os signos que dão sentido ao mito.

Por fim, conclui-se que a mitologia é um fator bastante efetivo de envolvimento e persuasão, pois reafirma determinados contextos que são comuns ao destinatário, enquanto subverte entendimentos de diversificados signos em prol de uma mensagem arbitrária e com finalidade específica. Enquanto fala, pode-se afirmar, o mito conquista e

REFERÊNCIAS

ADORO CINEMA. **Resenha It – A Coisa** 2017. Disponível em: <<https://tocaoterror.com/2017/09/06/resenha-it-a-coisa-2017/>>. Acesso em: 11 set. 2017.

BALÃO. **Dicionário online Aurélio**. 2017. Disponível em: <www.dicionariodoaurelio.com/balao>. Acesso em: 17 set. 2017.

BARTHES, R. **Elementos de Semiologia**. São Paulo: Cultrix, 2003.

_____. **Mitologias**. São Paulo: Difel, 1972.

_____. Retórica da Imagem. *In*: **O Óbvio e o Obtuso**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

CINEMA NEWS. **It – A Coisa**: balões vermelhos são colocados em bueiros nos EUA. 2017. Disponível em: <<http://www.cinemanews2.com.br/wp/it-a-coisa-baloes-vermelhos-sao-colocados-em-bueiros-nos-eua-mas-nao-e-acao-da-warner/>> Acesso em: 15 set. 2017..

GLOBO.COM. **Botafogo X Flamengo**. 2010. Disponível em: <<https://extra.globo.com/esporte/botafogo-flamengo-789504.html>> Acesso em: 26 set. 2017.

GUACIREMA BALÕES. **Guacirema Balões**. 2013. Disponível em: <http://guacirema.blogspot.com.br/2013/08/minnie-vermelha.html?m=1>.

KULAK, S. M. **Visualidades Urbanas: impactos de significação decorrentes do projeto cidade limpa em Londrina - PR**. 2015. 108f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2015.

PLUGCITÁRIOS. **Divulgação de It** – A Coisa mostra que para bons entendedores um balão vermelho basta. Disponível em <<http://plugcitarios.com/2017/09/05/divulgacao-de-it-coisa-mostra-que-para-bons-entendedores-balao-vermelho-basta/>> Acesso em: 14 set. 2017.

PREMIERE LINE. **It - A Coisa em ação promocional**. Disponível em: <<http://www.premiere.com.br/2017/09/it-coisa-em-acao-promocional-varios.html>> Acesso em: 18 set. 2017.

PUBLICITÁRIOS CRIATIVOS. **It - A Coisa espalha balões pelo mundo para divulgar sua estreia mundial**. Disponível em: <<https://www.publicitarioscriativos.com/it-a-coisa-espalha-baloes-pelo-mundo-para-divulgar-sua-estreia-mundial>> Acesso em: 15 set. 2017.

RESENHAS A LA CARTE. **Filme It 2017**. Disponível em <<http://resenhasalacarte.com.br/tag/filme-it-2017/>> Acesso em: 16 set. 2017.

SAUSSURE, F. **Curso de Linguística Geral**. São Paulo: Cultrix, 2006.