



A PRODUÇÃO DE SENTIDOS SOBRE A INFLUÊNCIA DO CINEMA E DA TELEVISÃO EM OS SIMPSONS: O FILME

Fernanda de Freitas Pereira¹

José Isaías Venera²

Resumo: *Os Simpsons: o filme (2007) carrega o mesmo tom irônico da série televisiva de 24 temporadas. O meio ambiente e o comportamento social são os temas principais no filme, que constrói mensagens a partir de referenciais culturais comuns à sociedade estadunidense, difundidos, sobretudo, pelo cinema de Hollywood. O objetivo deste estudo foi o de investigar como a ironia, presente nas mensagens do filme, passa a funcionar a partir de sentidos já constituídos. A análise foi elaborada a partir da semiologia de Roland Barthes, na qual a mensagem funciona em dois sentidos – o denotativo e o conotativo. Com recorte voltado para a presença de sentidos sobre o próprio cinema e a televisão presentes na narrativa fílmica, buscou-se, com este estudo, evidenciar que a ironia só faz sentido no momento em que o espectador está inserido num campo de interpretação mais amplo e que tem valor ideológico.*

Palavras-chave *Os Simpsons: o filme; Semiologia; Televisão; Cinema.*

INTRODUÇÃO

Traços de uma típica família americana suburbana em uma cidade composta por diversos personagens carregados de significados compõem o pluralismo do desenho animado, *The Simpsons* – no Brasil, *Os Simpsons*. As aventuras da família amarela estrearam na noite americana como curtas na série *The Tracey Ullman Show* em 19 de abril de 1987, e após dois anos passaram para a rede de televisão Fox Broadcasting Company. De lá para cá, foram produzidas 24 temporadas, dois curtas e um longa-metragem com 75 minutos, estreado em julho de 2007. O criador, Matt Groening, inicialmente produziu os personagens da família Simpson baseado em sua própria família, tendo como inspiração para o personagem Bartolomeu Simpson, o Bart, suas próprias experiências pessoais, conforme seu depoimento na página da série, no site da FOX Broadcasting.

Esse desenho, assim como a maioria dos programas de TV contemporâneos, nos confronta com uma estonteante e rápida série de mensagens, e por meio da decomposição dessas mensagens em uma sequência simples e repetitiva de códigos, podemos começar a ver como o programa faz sentido (ARNOLD, 2004, p. 319).

¹ Jornalista, formada pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). E-mail: fernanda.defreitaspereira@gmail.com

² Doutorando em Ciências da Linguagem pela Universidade do Sul de Santa Catarina (UNISUL), professor dos cursos de comunicação da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI) e Universidade da Região de Joinville (UNIVILLE). E-mail: j.i.venera@gmail.com



O humor da série, baseado na ironia¹, traz em quase todos os episódios referências culturais, capazes de atingir uma grande parte da sociedade. Personagens emblemáticos e personalidades da mídia, da política e da música, que fizeram parte da vida de várias gerações. São referências presentes no enredo e que fazem analogias ou comparações a filmes, programas de televisão, telejornais, literatura e ciência, sem falar nas trilhas sonoras de grandes compositores e intérpretes, sempre presentes nos episódios.

Mas o fato de que os personagens não são totalmente humanos aumenta a habilidade deles em funcionar como significantes satíricos. Atributos físicos, hábitos e ações que não aceitaríamos como possíveis para um ser humano se tornam parte regular do repertório dos Simpsons, permitindo que eles se aventurem no reino do ridículo, mais do que atores humanos ou desenhos realistas (ARNOLD, 2004, p. 247).

As mensagens em *Os Simpsons: o filme* são compostas por recortes da realidade social, resultado também de uma construção semiológica produzida pelos meios de comunicação. As partes que compõem as cenas representam² comportamentos comuns presentes no imaginário³ da sociedade americana. Neste caso, representa comportamentos diante das questões ambientais, envolvendo a população de Springfield e o governo dos Estados Unidos.

SEMIOLOGIA E COMUNICAÇÃO

Os estudos da Semiologia como teoria geral dos sistemas de signos foram iniciados pelo suíço Ferdinand Saussure (1857-1913), fundador da Linguística Moderna. Seu livro, *Curso de Linguística Geral*⁴, publicado em 1916, passaria a ser uma das principais obras do século XX, sobretudo para o Estruturalismo. No curso, Saussure insere a Semiologia e a Linguística como ramos da Psicologia Social, como principal sistema de signos que exprimem ideias.

O estudo da linguagem comporta, portanto, duas partes: uma, essencial, tem por objeto a língua, que é seio social em sua essência e independente do indivíduo; esse estudo é unicamente psíquico; outra, secundária, tem por objeto parte individual da linguagem, vale dizer, a fala, inclusive a fonação é psicológica (SAUSSURE, 2000, p. 27).

¹ A ironia é trabalhada como uma modalidade discursiva que se distingue do discurso sério (GARCIA, 2003, p. 1405). Na perspectiva do trabalho, a mensagem irônica depende do espectador elaborar o sentido conotativo a partir dos significantes estabelecidos. É nesse silêncio entre o sentido primário (denotativo) e esse outro sentido (conotativo) que a ideologia opera, fazendo também funcionar o próprio discurso irônico.

² A noção de representação segue a perspectiva da semiologia de Barthes que é sempre resultado de arranjos semióticos que funcionam como reguladores de sentidos sobre uma dada realidade.

³ Os sentidos dominantes regulam o imaginário social.

⁴ O livro foi escrito a partir de diferentes cadernos de anotações de estudantes e editado por Charles Bally e Albert Sechehaye, com a ajuda de Alberta Riedlinger, ouvinte dos cursos ministrados pelo linguista entre 1907 e 1911.



Partindo das dicotomias entre língua/fala, sincronia/diacronia, sintagma/paradigma, Saussure chega ao significante/significado, as duas faces que compõem o signo. Ele enumerou diversas características semióticas à língua, bem antes do início dos estudos neste campo. Para Saussure (2004), um signo é constituído pela relação arbitrária entre o significante (imagem acústica) e o significado (conceito), ou seja, um é o complemento do outro, mas não tem nenhum laço natural com a realidade – a relação é arbitrária.

Nos anos 60, Roland Barthes foi um dos principais nomes que desenvolveu o projeto semiológico de Saussure. Suas contribuições se destacam nos estudos da semiologia do mito, da moda e dos meios de comunicação de massa. Barthes – seguindo Saussure com o signo dividido entre significante e significado – desenvolveu, também a partir de Hjelmslev, o processo de significação em dois momentos: denotativo e conotativo. Nöth observa que o “conceito de conotação, em particular da teoria de Hjelmslev da conotação, é a chave para as principais análises semióticas de Barthes abordando a cultura de massa” (NÖTH, 1996, p. 134).

O primeiro, o denotativo, refere-se ao sentido literal, ou à descrição da imagem. O segundo, o conotativo, tem relação com a interpretação simbólica, a impressão cultural.

Barthes definiu um signo como um sistema constituído de E, uma expressão, em relação R, a C, um conteúdo: E R C. Tal sistema signíco primário pode tornar-se um elemento de um sistema signíco mais amplo. Se a extensão é de conceito, um signo primário torna-se a expressão de um sistema signíco secundário. Neste caso, o signo primário é de semiótica denotativa, enquanto o signo secundário é semiótica conotativa (NÖTH, 1996, p. 134).

No texto *A Retórica da Imagem*¹, que integra o livro *O óbvio e o obtuso* (1990), Barthes utiliza exemplos de publicidade para mostrar como a imagem funciona nos modos denotativo e conotativo. Sua crítica literária baseada na teoria da conotação trouxe um novo sentido para os meios de comunicação de massa. Na obra *Mitologias* (2009), os classifica como criadores de mitos acerca da realidade, mais tarde os mitos foram entendidos como ideologias.

Ao passarmos dos mitos de sensação para os mitos de valor, a inundação tem a mesma reserva de euforia: a imprensa pôde desenvolver com muita facilidade uma dinâmica da solidariedade e reconstituir dia a dia a enchente como um acontecimento que agrupa os homens (BARTHES, 2009, p. 64).

Pelo exemplo de Barthes, podemos perceber como os meios de comunicação se inserem na sociedade e difundem mensagens para facilitar ou determinar a vida em sociedade. A comunicação de massa funciona de forma a naturalizar comportamentos, os quais passam a ser reproduzidos por diversas gerações e se perpetuam como comportamentos essenciais dentro da sociedade.

¹ Publicado originalmente em: *La réthorique de l'image. Communication* n. 4, p. 40-51, 1964.



SENTIDOS SOBRE O MODO DE VIDA EM OS SIMPSONS: O FILME

Mais uma vez, Homer é o responsável por provocar a desgraça e, também, por salvar os moradores de Springfield. A família vai à Igreja, como o faz normalmente aos domingos. Durante a celebração, o Vovô Simpson é iluminado com uma luz vinda do céu e prevê uma catástrofe, envolvendo todos os moradores. Sem entender a mensagem, a família ignora o aviso e continua sua vida. Tudo começa quando Homer adota um porco de estimação e, com ele, uma produção intensa de fezes colocadas em um silo, que Homer também ajuda a preencher. Neste período, várias manifestações estavam acontecendo para salvar o lago de Springfield, por conta do nível de poluição.

A descoberta da distribuição de “Donut’s” (rosquinhas na tradução do filme) faz com que Homer desista da fila de despejar o lixo de forma adequada e despacha o silo transbordando de fezes no lago de Springfield. A situação do lago ficou tão crítica após o Silo, que chamou a atenção do presidente dos Estados Unidos, na ocasião representado por Arnold Schwarzenegger, e do chefe de Proteção Ambiental – APA Russ Cargill. Como solução para a poluição do lago, Russ convenceu o presidente Schwarzenegger a aceitar a implantação de seu plano de prender todos os moradores da cidade de Springfield em uma cúpula.

A história se espalha e, depois da colocação da cúpula – que isola a cidade –, os moradores de Springfield começam a procurar o culpado, até que o noticiário mostra o silo sendo retirado do lago com a seguinte frase: “devolver para Homer”, juntamente com o telefone. Neste momento, o jornal mostra a foto de Homer e toda a população vai atrás da família Simpson com tochas de fogo na mão. Pelo buraco da caixa de areia de Meg Simpson, a família consegue escapar e vai para o Alaska. Pela televisão, Marge vê Tom Hanks apresentando a cidade como o novo Grand Canyon. Marge avisa Homer e pede ajuda para salvar Springfield. Marge vai embora com as crianças. Homer passa por uma odisséia espiritual e descobre que tudo o que quer é o perdão de Marge. A união da família é a salvação dos moradores e da cidade de Springfield.

O filme apresenta diversas referências culturais com as quais o público está habituado, constituindo sentidos conotativos, ou seja, ideológicos, sobre o que é ser estadunidense. As imagens são quase sempre ditadas por convenções, mas funcionam de forma motivada. Em *Os Simpsons: o filme*, os meios de comunicação de massa estão inseridos na sociedade e participam ativamente na construção de ideologias acerca do modo de vida.

De fato, Os Simpsons retira sua energia precisamente do conflito entre nosso reconhecimento dos significantes como altamente mediados, irrealis; e nosso entendimento que, apesar disso, eles se assemelham a uma realidade que conhecemos. O poder satírico da série, na verdade é sua própria coerência, depende dessa semelhança algumas vezes tênue. (ARNOLD, 2004, p. 243)

Pessoas amarelas, animais que se transformam em aberrações, a inserção de uma cúpula para prender uma cidade inteira, situações impossíveis de acontecer aos olhos da



sociedade. E são essas situações as responsáveis pela construção do universo ficcional, aquele que distancia os espectadores da realidade. A forma de apresentação das mensagens, sempre acompanhadas por referências culturais, leva os espectadores a uma experiência semelhante ao seu modo de vida em sociedade. O espaço para as paródias e sátiras transita entre a realidade e a ficção, e é isso que permite ao telespectador ver de forma mais amena as críticas expostas cena a cena.

Além disso, devido ao fato de que os telespectadores, correta ou incorretamente, associam os desenhos a uma diversão intelectualmente vazia, infantil e inofensiva, o meio está bem situado para liberar aquilo que Douglas Rushkoff, chama de “vírus de mídia”, uma mensagem subversiva ou revolucionária, transmitida em um pacote aparentemente inocente, neutro. (ARNOLD, 2004, p 238)

Em Barthes, a produção de sentido pode ser percebida de duas formas: a mensagem explícita, ou como ela aparenta ser, e, a outra, como um sentido mítico, dado à interpretação do receptor.

Na sua fase de crítica social, Barthes argumentou que o mito nas mídias serve para “naturalizar” as mensagens da classe burguesa, usando estrategicamente mensagens factuais, no nível denotativo, como veículo de mensagens ideológicas no nível conotativo. (NÓTH, 1996, p. 136)

Esse mito criado pelo universo midiático é apresentado aos espectadores como mensagens naturalizadas para ditar a vida em sociedade, as críticas perspicazes contidas na produção de sentido, nas cenas em *Os Simpsons: o filme*, demonstram como os meios de comunicação de massa atuam na sociedade e como a massa reage aos seus apelos audiovisuais.

ANÁLISE DA PRODUÇÃO DE SENTIDO SOBRE OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA PRESENTES EM OS SIMPSONS: O FILME CINEMA

Para delimitar o objeto de pesquisa dentro da narrativa cinematográfica *Os Simpsons*, foram escolhidos os dois meios de comunicação de massa mais enfatizados no cotidiano da família – televisão e cinema. A fim de mostrar os sentidos construídos sobre a sociedade americana, leva-se em conta que estes são dois dos principais meios que conseguem alcançar a sociedade em massa. Com esse recorte, as cenas são analisadas a partir dos significantes de natureza linguística e icônica, bem como sua relação com as significações denotativa e conotativa.

CINEMA

O prólogo do filme mostra a família Simpson no cinema, assistindo ao primeiro longa-metragem de Comichão e Coçadinha – uma analogia ao próprio *Os Simpsons: o filme* – uma série de desenhos animados que, a partir de seu grande sucesso, ganha uma



versão longa-metragem. Ao final, Homer fica frustrado com o que vê, levanta-se da cadeira e faz a seguinte pergunta a si mesmo, em voz alta: “porque pagar por uma coisa que eu posso assistir em casa e de graça?”. O prólogo anuncia o tom irônico do filme. Uma típica família da sociedade americana, que vai ao cinema ver o lançamento de um filme, e Homer faz um questionamento sobre pagar para assistir algo que é exibido gratuitamente na televisão aberta. Uma série de desenhos animados – Comichão e Coçadinha – que é exibida diariamente no canal 6.

A descrição funciona no sentido denotativo, ou seja, um nível de interpretação mais primário. Esse primeiro nível permite a significação de um segundo nível – o sentido conotativo – que, por sua vez, vincula o espectador a uma mensagem ideologicamente estruturada. A ironia e a metalinguagem¹ integram a estrutura da produção de sentido, mas o sentido para funcionar nestes dois lugares depende da interpretação do espectador, que, neste caso, se dá no silêncio entre o dizer e um sentido ideológico – ou seja, no sentido conotativo.

A ironia opera em dizer o contrário daquilo que se pensa: “porque pagar por uma coisa que eu posso assistir em casa e de graça?”, enquanto no mundo do entretenimento os holofotes estão para a novidade, que neste caso levaria um espectador a querer assistir ao filme antes mesmo dele passar na televisão, já a ironia funcionaria ao questionar este lugar já dito (sentido ideológica, por isso fica subjacente) ao qual é feita referência, mas como se fosse pelo seu avesso. O filme, desde o prólogo, trabalha com sentidos críticos sobre a sociedade americana, mas eles são operados sobre um espectro já conhecido, constituindo o sentido ideológico.

SENTIDO SOBRE O NAUFRÁGIO DA BANDA

A banda americana Green Day ganha uma versão simpsoniana, termo empregado a partir da transformação de algo, ou alguém, para os episódios e aparece no primeiro minuto de filme – tocando sobre um barco no lago de Springfield em um show de verão patrocinado pela cervejaria Duff. A mesma cervejaria que abastece a cidade de Springfield, ou seja, a detentora do merchandising oficial de todos os eventos locais. Depois de tocar por três horas, o vocalista da banda pede um minuto da atenção de todos para falar sobre o meio ambiente. Imediatamente, os moradores começam a jogar lixo na banda, a poluição corrói o barco, e a banda se despede tocando violino e o barco afunda como a cena do filme Titanic (1996).

Desse primeiro conteúdo, surgem outros. Há, nesta parte, várias referências comuns à sociedade estadunidense, representadas em produtos culturais. O sentido conotado é esse espaço de significação que funciona através do já dito e que possibilita a ampliação do sentido. A situação no lago é tão crítica que afundaria até o Titanic. Ao passo que o patrocinador do show - e divulgador da mesma banda que chama a atenção para o meio ambiente - é uma marca de cerveja, segmento que acaba colaborando com a degradação do meio ambiente. Mesmo acontecendo na frente de toda a população, eles ignoram o acontecimento, como se o assunto não fosse relevante para aquele momento de diversão.

¹ Metalinguagem para Roland Barthes (2001) é “uma condensação informe, instável, nebulosa, cuja unidade e cuja coerência advêm, sobretudo, de sua função”.



SENTIDO SOBRE O ALERTA DA POLUIÇÃO

Lisa Simpson convoca a cidade para uma palestra, a fim de alertar a população sobre os níveis de poluição do lago Springfield. A palestra chamada Uma verdade irritante mostra, por meio de dados científicos, os níveis de poluição do lago. Os moradores não entendem o que Lisa quer de fato dizer.

Ora, é a partir da metalinguagem que a ironia funciona. O sentido denotativo só funciona, neste caso, porque constitui fragmentos de um conteúdo já conhecido. A referência ao documentário *Uma verdade inconveniente* (2006) é explícita. Produzido com imagens de palestras realizadas pelo ex-vice-presidente dos Estados Unidos, Al Gore, o documentário fala sobre o aquecimento global.

Para que os moradores compreendam a mensagem, Lisa enche os copos com água poluída do lago. Sem saber da procedência, os moradores bebem a água. Somente após Lisa informá-los, é que eles compreenderam, de fato, a mensagem que Lisa queria passar. Une-se a esse processo o decreto do prefeito da cidade que obriga os moradores a cuidarem do meio ambiente.

A preocupação com o meio ambiente constitui um discurso comum na contemporaneidade. Para Barthes, uma mensagem pode ser estruturada com "a fotografia, o cinema, a reportagem, o esporte, os espetáculos, a publicidade, tudo isto pode servir de suporte à fala mítica" (BARTHES, 1991, p. 11). Além do filme produzir sentidos sobre a poluição e às consequências que ela pode causar (o que já abre todo um campo de interpretação mítico), já que é um dos temas recorrentes do nosso tempo. Esse sentido é reforçado, por meio do discurso irônico, neste movimento de citação a um produto externo, neste caso o documentário. É esse movimento que vai muito além do primeiro sentido que constitui o sentido conotativo.

SENTIDO SOBRE A CÚPULA DO "GRANDE IRMÃO"

Uma cúpula é colocada sobre a cidade de Springfield. Todos os moradores se dirigem até o local onde aparece, em uma tela gigante, Russ Cargill, chefe da Agência de Proteção Ambiental (APA), informando que o Governo dos Estados Unidos é o responsável pela colocação da cúpula na cidade e, ainda, diz que já está providenciando uma forma de retirar a cidade do mapa.

O primeiro contato da população com Russ Cargil é o que chamamos de sentido denotativo. Eles enxergam Russ como um homem que fala em uma televisão e não entendem o porquê de ele estar ali. Irritado com as perguntas, Russ então reforça a mensagem ironicamente, ao informar que é apenas um homem em uma televisão gigante e, por este motivo, deve ser ouvido.

A partir deste momento, podemos começar a perceber o nível conotativo, quando as referências passam a ampliar o sentido primário. Há uma associação ao filme 1984, baseado na obra de George Orwell. Assim como no filme, Russ Cargil representa uma ideologia de estado, apoiada no discurso midiático, acerca da sociedade americana. O poder de Russ é tão grande que ele pode determinar o futuro de uma cidade, a ponto de



riscá-la do mapa, sacrificando todos os seus moradores, já que eles não correspondem aos padrões de comportamento esperados. A corrupção, por ambos os lados, funciona como metalinguagem da situação de complacência por parte da sociedade. Russ Cargil, em sua fala, informa à população que é o dono da empresa que fabrica a cúpula, agindo como um personagem de um estado totalitário em que os moradores não podem questioná-lo. A difusão desses sentidos exalta uma descrença na sociedade.

Ora, o tom irônico do filme faz sentido porque opera neste discurso conhecido, ideológico, mítico, que está presente no sujeito espectador e, por isso, pode ampliar o sentido denotativo.

TELEVISÃO

SENTIDO SOBRE A PROPAGANDA NO FILME

Enquanto Bart e Homer brincam de jogo do desafio, aparece uma legenda informando sobre a programação da FOX, junto a uma narrativa aos espectadores: agora as propagandas também são inseridas nos filmes. Uma situação que atualmente é recorrente nas programações. Em *Os Simpsons: o filme*, é anunciada a programação do canal de televisão e produtora audiovisual que veiculam a série Os Simpsons.

Pura ironia, que funciona nesse espaço ideológico (no sentido subjetivado) do mercado, em que a crítica, quando não produz uma reação política, acaba reforçando mais ainda, neste caso, a marca. Esse espaço de significação que constitui o sentido conotativo, no qual a propaganda aparece naturalizada, ou seja, como se fizesse parte da natureza da estrutura. Na ironia, esse lugar naturalizado adquire o sentido de que, como se não bastassem todas as propagandas contidas na programação da televisão, agora a FOX utiliza também os filmes para divulgar outros produtos.

SENTIDO DE FALSA REALIDADE

Homer e Bart vão até a lanchonete de Krusty. Quando Homer está comendo, encanta-se com um porco usando chapéu durante a gravação do comercial do novo sanduíche com o nome de AVC, ou acidente vascular cerebral, com muita carne de porco de aparência gordurosa. A ironia já está embutida até nos objetos presentes em cada quadro. Um sanduíche com nome de AVC nada mais é do que uma ironia sobre a alimentação dos americanos. O sentido denotativo fica elucidado na parte em que Krusty apresenta o sanduíche como gorduroso, do jeito que a sociedade gosta. Ao final do comercial, Krusty morde o lanche, o diretor pede para cortar e Krusty cospe o sanduíche e manda matar o porco.

A crítica aos meios de comunicação constitui também um lugar mítico. Sempre há interesses por trás do que se mostra. A propaganda como algo que falseia a realidade. Ora, não seria este sentido conhecido (conotativo) que opera nessa ironia? Na opinião de Krusty, o sanduíche é ruim. Após o diretor encerrar a cena, ele cospe o sanduíche, mas isso não será mostrado, sendo que a intenção é vender, sem importar a qualidade do produto oferecido.



SENTIDO DE MANIPULAÇÃO NO ALVO DA IRONIA

Homer assiste televisão, junto com seu porco de estimação, no quadro exibido na tela, o senhor Abelha dá um selinho em um burro. Uma cena aparentemente inocente que denota uma situação inusitada entre um homem fantasiado de abelha e um burro. Homer instantaneamente olha para o porco e Marge interrompe a situação antes que Homer dê um selinho no porco. Temos os meios de comunicação de massa como sentido denotativo, uma programação que mostra de forma inocente e banal uma situação de relação entre um homem e um animal. A ironia, nessa situação, funciona sobre o sentido conotativo de que os meios de comunicação manipulam as pessoas; por isso, para Barthes, o sentido conotativo é ideológico, por ele ser uma ampliação do sentido primário, mas que é produzido a partir de um conteúdo dado anteriormente.

No sentido conotativo, encontramos as significações desta mensagem aparentemente inocente, mas que mostra as reações que as pessoas têm diante das informações que são transmitidas por programas de televisão. A influência que a televisão exerceria na vida das pessoas, e as reações instantâneas que os telespectadores têm a partir das informações recebidas.

SENTIDO DE COMUNICAÇÃO BOTOX

Kent Brookman, repórter do canal 6, entra no ar para informar o nome da crise instaurada pela colocação da cúpula: “tem cúpula eu?”. Temos aí o sentido denotativo, o meio de comunicação de massa utilizado para a prestação de serviço em meio a uma situação de caos e o contato com a forma literal da mensagem.

Logo na sequência da mensagem, aparece o slogan da crise com uma imagem de fundo da cidade dentro da cúpula no formato de cappuccino. Kent fala sobre a falta de gasolina e Botox. Neste momento, ele se abaixa e coloca um prendedor na cabeça para segurar a pele que começa a escorrer. Recomposto, retorna e encerra o noticiário. O noticiário informa a situação de Springfield em decorrência da colocação da cúpula, como exemplo, o próprio repórter sente a necessidade de Botox, que já está em falta na cidade. Este caso não foge à regra. A superficialidade do telejornalismo. Pura aparência. Crítica aos serviços prestados à sociedade. Interesses comerciais acima do bem comum. É este sentido já dado de antemão que faz este conteúdo funcionar como ironia. O quadro só faz sentido porque o sentido ideológico já está presente no espectador.

SENTIDO DE MANIPULAÇÃO

Homer e Marge assistem ao noticiário que acompanha, ao vivo, as buscas pelo culpado por poluir o lago. O repórter, então, fala que o culpado não tinha sido encontrado, até aquele momento. Ao vivo, aparece a imagem do silo, que tem a seguinte inscrição: “Devolver para o Homer”, o repórter, então, convida a todos que estiverem



assistindo a pegar o Homer, e mostram uma imagem dele com um X vermelho em cima. Homer diz a Marge para não se preocupar, porque ninguém assiste ao noticiário, em menos de um minuto Homer e Marge veem da janela a população inteira de Springfield com tochas de fogo, se dirigindo à residência dos Simpsons. No primeiro momento, temos o sentido denotativo evidenciado no noticiário que, mais uma vez, aparece como mediador de informações, em tempo real, e mostra simultaneamente a descrença que Homer tem quanto à audiência deste tipo de programa.

Nesse quadro, o espectador é novamente induzido a construir o sentido conotativo, de que a televisão influencia o público, mobiliza a opinião pública. Na cena, o repórter convida a população para caçar Homer e informa que isso não é ético no jornalismo, mas, neste caso, é a coisa mais certa a fazer. A descrença de Homer é superada pela multidão enfurecida que pretende caçar ele e sua família para enforcá-los. Isso poderia não ter ocorrido se o repórter não tivesse proposto esta situação e Homer, por não acreditar no poder da mídia, coloca a família em risco mais uma vez.

SENTIDO DE MANIPULAÇÃO NA INFORMAÇÃO

O repórter Kent Brookeman em mais uma transmissão ao vivo, desta vez com uma aparência de cansado, mal alimentado e transtornado, características que denotam a situação em que a cidade está vivendo.

Mesmo nesta situação e sem nenhuma possibilidade de divulgação do material, a imprensa permanece trabalhando. Até o momento em que o repórter se irrita, ao perceber que não é mais necessário trabalhar. Esse momento de consciência do repórter é o que nos encaminha ao sentido conotativo da mensagem. A imprensa funciona a qualquer preço e transmite toda e qualquer nova informação, mesmo na pior das situações que, neste caso, atinge também ao repórter. A falta das necessidades básicas impede o funcionamento das prestações de serviço e interfere diretamente no comportamento dos moradores. O repórter estava produzindo conteúdo sem o suporte de energia, seu compromisso com a informação se sobrepôs à situação da cidade, ao ponto dele nem perceber que a informação não chegaria mais aos moradores.

SENTIDO DA PROPAGANDA COMO ESTRATÉGIA

Homer foge com a família para o Alaska. De lá, Marge e as crianças assistem a uma propaganda, na TV aberta, estrelada por Tom Hanks, mostrando o território de Springfield como o novo Grand Canyon. Ao final, o ator agradece ao Governo dos Estados Unidos por promover tantas propagandas. Em sua forma literal, sentido denotativo, vimos Tom Hanks, celebridade comum à sociedade americana, convidando os cidadãos para conhecer o novo espaço de lazer criado pelo Governo. O que, para muitas pessoas, é motivo de credibilidade, já que celebridades, em especial as de Hollywood, são vistas como referências e modelos a serem seguidos. A presença constante de personalidades de Hollywood, na televisão, funciona como ferramenta de credibilidade e de atração.



Neste caso, mais uma vez, a ironia funciona neste lugar mítico, no qual os discursos propagam a ideia de que Governo utiliza da mídia para mascarar suas ações e, ainda, contrata celebridades para dar veracidade e confiabilidade as suas mensagens, evitando que o público tenha desconfiança sobre a apresentação. Ironia presente na fala de Tom Hanks que, ao final do comercial, agradece ao Governo por promover tantas propagandas, isto é, elas aumentam a receita do ator, que vende sua notoriedade sempre que necessário for.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do método de Roland Barthes de análise de produção de sentido, essa investigação apurou que a ironia em *Os Simpsons: o filme* depende deste lugar ideológico, desse sentido conotativo que é elaborado a partir de um primário, o denotativo. Com recorte voltado para a presença de sentidos sobre o próprio cinema e a televisão presentes na narrativa fílmica, o estudo buscou evidenciar que a ironia só faz sentido no momento que o espectador está inserido num campo de interpretação mais amplo, e, por isso, o conotativo é trabalhado por Barthes como sendo ideológico.

Foi percebido, também, que o filme produz uma mensagem presente na sociedade, sobretudo na estadunidense, país onde se passa a série *O meio ambiente*. Essa mensagem é trabalhada como contraponto a um modelo de vida econômico pautado no consumismo, sem compromisso social e ambiental. Em Springfield, a sociedade não tem interesse em preservar o meio ambiente, o cenário somente começa a mudar com Lisa, uma garotinha de oito anos que tenta alertar os moradores sobre a situação.

E foi a partir de um conteúdo apresentado em forma irônica no filme, que se deu a investigação, procurando identificar o sentido conotativo, que é elaborado de um sentido disseminado, ou seja, conhecido de antemão. É neste lugar ideológico que a própria ironia faz sentido.

O que é ser estadunidense, ou o que representa os principais hábitos americanos, integra uma produção de sentido em curso no filme. É nesse lugar de construção, em grande medida pelos meios de comunicação, que acaba ganhando eco na produção de sentido no filme. O sentido ideológico deixa claro sem dizer, isto porque o dizer, ou seja, o sentido é completado pelo espectador. No caso de *Os Simpsons: o filme*, há um movimento de naturalização das mensagens pelo fato dele ocupar um lugar crítico da produção de sentido sobre a sociedade americana, no qual o sentido conotativo ganha força.

A força desse segundo sentido está em agregar ao conteúdo primário sentidos dados anteriormente. O movimento de significação, apresentado pelos quadros apontados, constrói um sentido comum, colaborando para certa compreensão massiva da realidade. Através da ironia, os personagens aparecem como uma grande crítica ao sujeito comum que passa a maior parte do tempo livre assistindo à TV. Assim, a exposição de artistas famosos e referenciais culturais conhecidos, que são unidos a temas polêmicos, permite uma aproximação maior com o público, mas o que torna essa relação possível é a presença do sentido ideológico.



REFERÊNCIAS

- BARTHES, Roland. *Elementos de semiologia*. 13. ed. São Paulo: Cultrix, 1964.
- _____, Roland. *Mito e Realidade*. São Paulo: Perpectiva, 1991.
- _____, Roland. *Mitologias*. 4. ed. Rio de Janeiro: Diffel, 2009.
- _____, Roland. *A retórica da imagem*. In: BARTHES, Roland. *O óbvio e o obtuso*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.
- GARCIA, Tirza Myga. *O funcionamento da comparação na construção do discurso irônico em crônicas jornalísticas de Luis Fernando Veríssimo*. Anais do 5. Encontro do Celsul, Curitiba, 2004.
- IRWIN, Willian; CONARD, Mark; SKOBLE, Aeron. *A Filosofia dos Simpsons*. São Paulo: Madras, 2004.
- NÖTH, Winfried. *A Semiótica no século XX*. São Paulo: Anablume, 1996.
- SAUSSURE, Ferdinand. *Curso de Linguística Geral*. São Paulo: Cultrix, 2000.

SITES

Canal Fox (<http://www.canalfox.com.br/br/series/os-simpsons>) – Acesso em: 01 jun. 2013.

FILME

Os Simpsons: o filme – Direção: SILVERMAN, David. Criação: GROENING – Matt. – Estados Unidos, 2007. 27 min. Fox Broadcasting Company.

Résumé: *Les Simpson, le film (2007) reprend le même ton ironique que la série de télévision de 24 saisons. L'ambiance et le comportement social sont les principaux thèmes du film qui construit des messages à partir de références culturelles communes à la société étatsunienne, propagées surtout par le cinéma de Hollywoodien. Cette étude a eu comme objectif de rechercher comment l'ironie, présente dans les messages du film, commence à fonctionner à partir du sens déjà constitué. L'analyse a été élaborée à partir de la sémiologie de Roland Barthes dans laquelle le message fonctionne dans les deux sens – le dénotatif et le connotatif. Avec cette étude, nous avons mis en relief la présence des sens présents dans la narrative du film sur le propre cinéma et la télévision. Nous avons recherché aussi à mettre en évidence que l'ironie n'a que de sens qu'au moment où le spectateur est inséré dans un champ d'interprétation le plus ample qui a la valeur idéologique.*

Mots-clés: *Les Simpsons, le film. Sémiotique. TV. Cinéma.*