

De Maria para Elis: os efeitos gerativos de sentidos e as estruturas narrativas na campanha de 70 anos da Volkswagen¹

Amarinildo Osório de SOUZA²
Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

Fernanda Elouise BUDAG³
Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado, São Paulo, SP
POSCOM-UFSM, Santa Maria, RS

RESUMO

Este artigo discute os efeitos gerativos de sentidos a partir de uma estrutura narrativa fundamentados na Semiótica Discursiva (SD) proposta por Barthes (2011) e Fiorin (2005), e na construção verossímil de Ricoeur (1994). Partindo desses conceitos de base, realizamos um estudo, analisando o Percurso Gerativo de Sentido (PSG) da campanha de 70 anos da marca Volkswagen (2023), que utilizou duas personagens centrais para a construção de um discurso: a cantora Maria Rita e sua mãe, Elis Regina, esta criada por Inteligência Artificial (IA), que gerou grande repercussão e trouxe à tona discussões futuras sobre o uso da IA no processo criativo da publicidade.

PALAVRAS-CHAVE: estruturas narrativas; efeitos de sentido; verossímil; Volkswagen; Inteligência Artificial.

INTRODUÇÃO

A comunicação humana é movida por diferentes linguagens que ganham formas narrativas. Passado, presente e futuro decorrem de um transcurso temporal, cujo roteiro está relacionado a uma combinação de elementos, como tempo, espaço, lugar e personagens. Inclusive o psicólogo estadunidense Jerome Bruner (2014) nos diz que o princípio da narrativa está em tudo o que fazemos. Portanto, toda a experiência humana seria fundamentada na narrativa, sendo ela a lente para uma construção da realidade.

Pensamento semelhante nos apresenta Roland Barthes, ao afirmar que “a narrativa está aí, como a vida” (2011, p. 19). Segundo o teórico, inumeráveis são as narrativas no mundo, que se apresentam por meio de diferentes linguagens (oral, articulada ou escrita,

¹Trabalho apresentado no GP Publicidade e Propaganda, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

²Doutorando pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e bolsista CAPES, e-mail: amarinildo@gmail.com. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

³Doutora em Ciências da Comunicação (ECA-USP), com pesquisa de pós-doutorado em Comunicação e Práticas de Consumo (ESPM-SP). Professora na FECAP (São Paulo, SP) e no POSCOM-UFSM, e-mail: fernanda.budag@gmail.com.

por exemplo), e “está presente (a narrativa) em todos os tempos, em todos os lugares, em todas as sociedades” (BARTHES, 2011).

A partir desses pressupostos, pode-se dizer que a narrativa se apresenta como uma forma de ver o mundo a partir do pensamento humano e de elementos próprios, que possibilitam identificar marcos temporais e elementos estruturais de um enredo, os quais podem ser explícitos ou implícitos. Neste texto, propomos o estudo de uma peça publicitária com o objetivo de analisar o Percorso Gerativo de Sentido (PSG) a partir das estruturas narrativas fundamentadas na Semiótica Discursiva (SD) proposta por Barthes (2011) e Fiorin (2005), e na construção verossímil de Ricoeur (1994).

A peça publicitária objeto deste estudo empírico é a campanha de 70 anos da marca Volkswagen⁴, lançada em 2023, que utilizou duas personagens centrais para a construção de um discurso: a cantora Maria Rita e sua mãe, Elis Regina, esta que morreu em 1982 e cuja personagem para o vídeo publicitário foi criada por meio de Inteligência Artificial (IA). A partir do objetivo geral, apresentamos como objetivos específicos: i) identificar os níveis gerativos de sentido (fundamental, narrativo e discursivo) que podem ser observados a partir do *corpus* selecionado; ii) discutir aspectos da criatividade na publicidade relacionados a problematizações sobre o uso da Inteligência Artificial (IA) na elaboração de produtos e peças publicitárias; iii) tensionar apontamentos sobre a construção verossímil do *corpus* analisado. Como resultado o estudo aponta questões iniciais sobre o uso da Inteligência Artificial (IA) na construção de narrativas publicitárias e suas ressonâncias sobre as perspectivas da produção e recepção.

ESTRUTURAS NARRATIVAS E O PENSAMENTO DE BARTHES

Nesta investigação, nos concentramos na análise estrutural Semiótica Discursiva (SD) proposta por Barthes (2011), buscando uma melhor compreensão da estrutura narrativa sob as perspectivas das funções, níveis de significação, classes de unidades e da própria narração. Durante a construção do seu pensamento, Barthes apresenta a narrativa como uma estrutura construída, que pode ser analisada por meio de um método, tanto que o autor compreende a narrativa como uma língua composta de fenômenos de pura lógica, dotadas de sistemas de unidades e regras que geram significações.

⁴Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=aMl54-kqphE&t=2s>. Acesso em: 2 dez. 2023.

A partir do modelo de análise estrutural da narrativa proposto por Barthes, é possível perceber que “compreender uma narrativa não é somente seguir o esvaziamento da história, é também reconhecer nela ‘estágios’, projetar os encadeamentos horizontais do ‘fio’ narrativo sobre um eixo implicitamente vertical” (BARTHES, 2011, p. 27).

Isso posto, Barthes (2011) explica que tudo numa narrativa é funcional, existindo muitos tipos de funções e correlações. Ainda que analisadas por meio de um método, esse processo não é estanque, pois que muitas tentativas ainda serão necessárias antes de se poder assegurar totalmente um modelo de análise da narrativa.

O PERCURSO GERATIVO DE SENTIDO (PSG)

Para a SD, o Percurso Gerativo de Sentido (PSG) refere-se às várias camadas de um texto e preocupa-se com o modo em que o sentido nele é construído: “é uma sucessão de patamares, cada um dos quais suscetível de receber uma descrição adequada, que mostra como se produz e se interpreta o sentido” (FIORIN, 2005, p. 17). Segundo Fiorin (2005), o PSG se divide em três níveis: as estruturas fundamentais, as estruturas narrativas e as estruturas discursivas.

No nível fundamental, encontra-se a significação como oposição semântica mínima, isto é, a base de sustentação das demais etapas do percurso gerativo. Já o nível narrativo descreve o código da relação entre narrador e leitor, a partir do pressuposto de que a narrativa, como objeto, em essência, diz respeito a um embate entre um doador e um destinatário, não havendo narrativa sem narrador e sem ouvinte.

O último nível, discursivo, é o patamar mais superficial, concreto e complexo do PSG. Aqui, as formas abstratas propostas no nível fundamental são revestidas de termos que lhes dão concretude, produzindo as variações dos conteúdos narrativos invariantes fundamentais. Esse nível revela os elementos constituintes da sintaxe discursiva, ou seja, a pessoa (atorização – o eu), o tempo (temporização – o agora) e o espaço (especialização – um aqui). Essas categorias de análise fundam-se nas operações de embreagem e debreagem, que podem ser actanciais, temporais e espaciais.

Como último acionamento teórico, está o conceito de verossímil, que, seguindo pensamento de Ricoeur (1994), parece esboçar um tipo de realidade presente do mundo externo ao texto, representada no cenário interno da narrativa e obedecendo a duas esferas: 1) de coesão interna, quando a obra faz sentido porque a organização de seus

elementos internos faz sentido entre si; 2) de coerência externa, quando a obra dialoga com a cultura e a sociedade e faz uso de um repertório compartilhado.

VOLKSWAGEN E A CONSTRUÇÃO DE UM DISCURSO VEROSSÍMIL PAUTADO NO PGS

O conteúdo analisado neste estudo é um vídeo publicitário para os 70 anos da marca Volkswagen. Apresentando de forma mais detalhada, o contexto da comunicação de marca em questão, em julho de 2023, a Volkswagen do Brasil apresentou sua nova campanha institucional, desenvolvida pela agência AlmapBBDO, em comemoração aos seus 70 anos. Com ajuda de Inteligência Artificial (IA), a Volkswagen proporcionou, na peça, um reencontro entre Elis Regina (que morreu em 1982) e sua filha Maria Rita. No vídeo, com cerca de 2 minutos, mãe e filha fazem o dueto da canção *Como nossos pais*⁵.

Seguindo para as nossas análises, a narrativa desse filme parte de um encontro fictício (e artificial e computacionalmente construído) e inicia com Maria Rita ao volante do ID.Buzz, que é a versão 100% elétrica da Kombi. Na mesma estrada, a mãe, Elis Regina, segue dirigindo a Kombi clássica. No nível fundamental do PSG, podemos identificar dois personagens que representam a sintaxe de vida e morte (filha e mãe), novo e antigo (modelos da Kombi). Essas operações, de afirmação e negação, são evidenciadas por meio de trechos da canção: “Viver é melhor que sonhar” e “O novo sempre vem”; construindo assim um manifesto para a marca sobre o passado (legado e tradição) e a expectativa de futuro (inovação).

Em relação ao nível narrativo, sob o ponto de vista do sujeito, no caso a Volkswagen, está a perspectiva de ser reconhecida como uma marca guiada por valores tradicionais, mas também atualizada e comprometida com o futuro, sobretudo por meio da nova geração de carros elétricos apresentados no filme. Por sua vez, a respeito do último nível discursivo, temos uma enunciação enunciativa. No comercial da Volkswagen, a enunciação enunciativa ocorre quando Maria Rita (adulta em 2023) e Elis Regina (com sua imagem alusiva a 1982, ano de seu falecimento) encontram-se no mesmo tempo e espaço: a troca de olhares, os sorrisos e o dueto que realizam por meio de uma canção atemporal. Essa intencionalidade foi prevista pela agência responsável da peça: “Aí, pensamos: e se juntarmos a maior voz que esse País já teve, que marcou toda uma geração,

⁵Na versão final do artigo, detalharemos os recursos utilizados na produção do vídeo e sua repercussão no mercado publicitário e no meio social.

uma mulher magnífica, com sua filha, também maravilhosa, e que está aí, dando continuidade ao seu legado?” (SACCHITIELLO, 2023).

Assim, por transferência de sentidos da metáfora empregada para traçar o paralelo entre cena musical e montadora de carros, o legado da Volkswagen não é qualquer legado, é equivalente a Elis Regina, potente; assim como a continuidade da nova geração de veículos proposta pela marca não é qualquer continuidade, é correspondente a Maria Rita, grande voz da música brasileira e filha de Elis.

A partir do exposto, foi possível identificar um percurso gerativo de sentido a partir do objeto analisado. Porém, há outra questão que pretendemos levantar: o quão verossímil é essa narrativa? Temos para nós que a narrativa não quebrou com o efeito de verossimilhança porque, talvez pelo tom emotivo (potencializado pela canção, produto da memória cultural brasileira, sua sonoridade e sua mensagem, além do acionamento da figura de Elis), consegue manter em suspensão voluntária a descrença, trabalhando com elementos que fazem sentido internamente e externamente à narrativa.

CONCLUINDO NOSSO PERCURSO

Conforme situado e reforçado, este texto teve como objetivo analisar o Percurso Gerativo de Sentido (PSG) a partir das estruturas narrativas fundamentadas na Semiótica Discursiva (SD) propostas por Barthes (2011) e Fiorin (2005), e na construção verossímil de Ricoeur (1994). Para verificar a aplicação desses conceitos, realizamos um estudo de caso por meio da análise da campanha de 70 anos da marca Volkswagen.

Com base no proposto, foi possível identificar um PSG a partir do objeto analisado, contemplando os três níveis: nível fundamental (com a descrição das operações de afirmação e negação recuperáveis pelos sujeitos/personagens); nível narrativo (perspectivas propostas pelo sujeito, no caso a marca Volkswagen); e o nível discursivo (em que sujeitos, o tempo e o espaço formaram uma enunciação enunciativa).

Na campanha da Volkswagen, a narrativa se desenvolve em torno de duas personagens envolvidas por laços afetivos e familiares, num discurso transcorrente de filha para mãe, de Maria Rita para Elis. Suas histórias estão representadas em uma canção utilizada como plano principal para a construção do discurso de uma marca com valores tradicionais (representados por Elis e seu legado histórico), mas também contemporâneos ao assumir a adoção de tecnologias de ponta (representados por Maria Rita e sua produção

atual). Em segundo plano, a empresa apresenta a versatilidade de sua linha de automóveis e assim promove uma mensagem subjetiva sobre a comercialização de seus produtos.

Como um último ponto, chamou-nos atenção se a narrativa apresentada se constituía de um discurso verossímil, considerando a polêmica utilização da IA na produção da campanha. Isso põe em discussão o uso de plataformas, *softwares* e ferramentas de IA na criação publicitária, que foram potencializados no período pós-pandemia de Covid-19.

Concluindo o percurso aqui proposto, sublinhamos que consideramos este um ensaio inicial, pois não temos intenção de responder de modo definitivo tais questionamentos. Propor, aí sim, algumas reflexões que possam ser somadas aos interesses de pesquisadores e pesquisadoras, disponibilizando informações para trabalhos e pesquisas futuras, sobretudo com perspectivas resultantes das necessidades brasileiras sobre a criação publicitária e as estruturas narrativas de discurso.

REFERÊNCIAS

BARTHES, Roland. Introdução à análise estrutural da narrativa. In: BARTHES, Roland [et. al.]. **Análise estrutural da narrativa**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

BOLZANI, Isabela. Conar decide arquivar processo contra propaganda que recriou Elis Regina com inteligência artificial. < <https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2023/08/23/conar-decide-arquivar-processo-contr-propaganda-que-recriou-elis-regina-com-inteligencia-artificial.ghtml>>. Acesso em 06 dez 2023.

BRUNER, Jerome. **Fabricando histórias**: Direito, literatura, vida. São Paulo: Letra e Voz, 2014.

FIORIN, José Luiz. Sendas e veredas da semiótica narrativa e discursiva. Revista D.E.L.T.A., vol.15, nº 1, 1999, p.177-207.

_____. **Elementos de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2005.

TODOROV, T. As estruturas narrativas. Tradução de Leyla Perrone-Moisés. São Paulo: Perspectiva, 2003.

SACCHITIELLO, Bárbara. Elis e Volkswagen: como foi feito o comercial que mobilizou as redes sociais? Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/comunicacao/elis-regina-volkswagen-comercial>>. Acesso em 06 dez 2023.