



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTs DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTs DE GRADUAÇÃO

## Discurso publicitário no jantar em família de *Downton Abbey*: o consumo dos produtos e dos modos de vida do início do século XX.<sup>1</sup>

Lye Prando<sup>2</sup>

PUC-SP

### Resumo

Este trabalho tem como objetivo apresentar de forma breve, um panorama específico de uma parte da pesquisa em desenvolvimento do doutorado em comunicação e semiótica. Tomando como tema o discurso publicitário em um seriado épico televisivo a partir de seus regimes de interação e sentido, observando-se como os valores expostos na trama incentivam o consumo dos modos de vida e dos produtos em circulação. O objeto de estudo é o seriado britânico *Downton Abbey*, que passa entre 1912 a 1926 e retrata os modos de vida inglês pós Era eduardiana, momento esse de mudanças significativas decorrentes do crescente interesse no socialismo e nas mudanças econômicas advindas da industrialização e consolidação do capitalismo. Adota-se como referencial teórico a semiótica de A. J. Greimas, especialmente a sociossemiótica de E. Landowski e os desdobramentos de A. C. de Oliveira, para a análise da plástica sensível e das práticas urbanas de consumo.

**Palavras-chave:** comunicação; consumo; sociossemiótica; discurso publicitário;

### Introdução

Assistindo um trecho de uma entrevista de Lala Deheizelin, especialista em economia criativa, para o programa “Papo de Segunda” no canal de televisão GNT, ela afirmava que “qualidade de vida não é ter coisas, é ter tempo”<sup>3</sup>. Refletindo sobre esta afirmação, atrevo-me a complementar tal pensamento: qualidade de vida trata-se na verdade de ter tempo e espaço. Não questiono o significado de qualidade de vida, pois este está diretamente ligado ao sentido de cada ser humano, afirmo apenas

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho COMUNICAÇÃO, CONSUMO, MEMÓRIA: cenas culturais e midiáticas, do 7º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 10 e 11 de outubro de 2018.

<sup>2</sup> Doutoranda do PPG-COS/ PUC-SP, docente nos cursos de Graduação em Publicidade e Propaganda da faculdade Cásper Líbero e do Centro Universitário FMU. E-mail: lyeprando@uol.com.br.

<sup>3</sup> Fonte: GNT Globo. Disponível em: <<http://gnt.globo.com/programas/papo-de-segunda/videos/4676004.htm>>. Acesso em: 18/1/2016.



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

que é necessário ter tempo para realizar o desejado e espaço para suportar o estilo de vida, seja ele qual for.

Em *Da Imperfeição*, uma das obras estudadas para o desenvolvimento deste trabalho, Greimas nos apresenta conceitos que abrem caminho para a semiótica estética, e faz isso abordando a relação do sujeito com o mundo e na “simplicidade” do fazer rotineiro. Reflexões sobre cotidiano que traz beleza e respiro para a alma, o que Landowski afirma:

Por um lado, os dias de trabalho e de rotina, o cotidiano, e, por outro, alguns raros momentos “fora do comum”, as chamadas “escapatórias”, esses instantes de bem-aventurança que, rompendo a continuidade do prosaico, animariam o trabalhador para enfrentar melhor mais uma semana... (GREIMAS, 2002, p. 133-134).

O viver rotineiro organiza as atividades da vida, mas aprisiona no automatismo, nos estereótipos e valores preconcebidos. Permitir-se sentir pequenas frações da vida entre as atividades rotineiras abre espaço para que os sentidos sejam aguçados, a alma alimentada, valores (re-) ajustados, arranjos reiterados ou rompidos e comportamentos compreendidos.

Este cotidiano é nos apresentado e sentido na relação e interação do sujeito com os objetos, relação essa desenvolvida por Eric Landowski em *Interações Arriscadas*, obra basilar deste trabalho. O papel do sujeito e do objeto são intercambiáveis e o tempo e espaço são tratados como participante da construção do evento estético e nos auxilia no entendimento e compreensão do mundo vivido, ou “*sentido da vida*”. Landowski constrói nesta obra o que Jacques Fontanille no Posfácio define como:

...o modelo final articula quatro regimes de interação, a programação, a manipulação, o ajustamento e o acidente, cada qual apoiando-se em uma “lógica” semiótica específica, uma espécie de estilo de sentido, respectivamente: a regularidade, a intencionalidade, a sensibilidade e a aleatoriedade. (LANDOWSKI, 2014, p. 110).

De acordo com Landowski (2014), a programação é fundamentada na regularidade, no papel temático dos actantes e na prescrição e realização da função de cada um. O regime de manipulação é fundado na intencionalidade e nas competências modais: querer, saber, poder e fazer. O ajustamento é fundado na sensibilidade, no fazer sentido. E por fim, o regime de acidente é fundado na aleatoriedade, no risco puro, na catástrofe.

Esses regimes, mais precisamente o regime de manipulação, será o tema norteador da discussão deste trabalho, que fará a análise de uma pequena parte do objeto estudado, a produção audiovisual, *Downton Abbey*, um seriado épico britânico ganhador de vários prêmios da indústria audiovisual mundial. A obra apresenta uma Inglaterra no início do século XX e suas transformações nas relações



humanas, na economia, no trabalho e no consumo, trazendo diálogos e estilos de vida que proporcionarão um material amplo para a discussão desta obra.

O outro ponto que completa este estudo é o site que comercializa os objetos expostos nas cenas do seriado televisivo. Vários objetos, como castiçais, papel de parede, móveis (escrivania, cadeiras e poltronas), figurino: lenços, camisolas, brincos e colares, bem como as louças e os vinhos utilizados e degustados durante os jantares da família aristocrata britânica.

A relação de consumo desses objetos e o papel da comunicação apresentando e proporcionando essa interação é o objetivo deste trabalho.

### **Objeto de estudo e delimitação do corpus**

A beleza do cotidiano é vivida e apreendida pela experiência humana, pela capacidade e disponibilidade em perceber as sensações, ou seja, pela estesia. Essa dimensão sensível permite identificar estilos de vida, formas e gostos exibidos na produção audiovisual objeto deste estudo, bem como em nossa sociedade.

*Downton Abbey* é um drama épico, um seriado britânico que se passa entre os anos 1912 a 1926 no interior da Inglaterra, produzido pela empresa britânica Carnival Films (vendida para a NBC Universal em 2008) para a emissora de televisão britânica ITV e exibida entre 2010 e 2015 no mundo. Os principais responsáveis pela obra são o produtor executivo da Carnival Films, Gareth Neame, e o roteirista, produtor e criador do seriado, Julian Fellowes, vencedor do Oscar de Melhor Roteiro Original em 2001 pelo filme *Gosford Park*<sup>4</sup>.

A série retrata o modo de vida e o comportamento de uma família aristocrática e seus empregados no início do século XX na fictícia propriedade rural chamada *Downton Abbey*, localizada ao norte de Yorkshire, região predominantemente de pesca e agricultura a cerca de 370 km de Londres, 9 km de Thirsk e 14 km de Ripon, os vilarejos mais próximos. A trama é desenvolvida entre dois

---

<sup>4</sup> Fonte: Diário de Seriado. Disponível em: <<http://www.diariodeseriador.tv/2014/08/10-motivos-para-assistir-downton-abbey.html>>. Acesso em: 20/4/2015.





núcleos, dois mundos, duas dimensões com a mesma importância no desenvolvimento do roteiro e dos diálogos, tendo como personagens principais a família e seus serviços.

A escolha de *Downton Abbey* como objeto de estudo deste projeto parte da relevância do enredo, conteúdo que narra as principais transformações sócio-econômico-histórico-culturais na Inglaterra e no mundo, como o nascimento do socialismo, a mudança da vida no campo para a vida na urbis, a consolidação da industrialização e principalmente do capitalismo. Os modos de viver do sujeito em sociedade no início do século XX são explorados na narrativa nos planos do conteúdo e da expressão, evidenciando os principais diferenciais do seriado:

- O contexto histórico, que apresenta os impactos, na vida das personagens, de fatos como o naufrágio do Titanic, a Primeira Guerra Mundial, a gripe espanhola, o telégrafo, o telefone, o gramofone, a luz elétrica, a bateadeira, o refrigerador, a cobrança de impostos e a chegada do Partido Trabalhista ao poder pela primeira vez;
- O Castelo de Highclere e os campos de Yorkshire, onde são filmadas as cenas de *Downton Abbey*, podem ser considerados duas personagens adicionais da trama, pela grandiosidade estética e plástica, uma construção renascentista com aproximadamente 300 cômodos, projetada pelo arquiteto Charles Barry, ao mesmo tempo em que construía o Palácio de Westminster<sup>5</sup>;
- A direção de arte (fotografia, cenografia, figurino, trilha sonora), sensibiliza o público pela figuratividade do plano da expressão;

Observando os detalhes da série, fica evidente que a escolha desta como objeto de estudo deve-se à qualidade estética, de conteúdo, de produção, de roteiro, de diversificação na forma de exposição dos produtos e elementos da produção para desejo e consumo por meio dos cenários e figurinos, e ao apelo histórico no relato dos acontecimentos de uma época de mudanças profundas no estilo de vida e na cultura de um país que foi e é uma potência mundial.

Para o desenvolvimento do presente trabalho, o *corpus* definido foi uma cena retirada da terceira temporada, exibida em 2012 e ambientada em 1920, retratando uma atividade corriqueira da vida no início dos anos 20, o jantar em família. A cena evidencia o momento da reunião da família para

<sup>5</sup> Fonte: highclerecastle.co.uk. Disponível em: <<http://www.highclerecastle.co.uk/about-us/history-of-highclere-castle.html>>. Acesso em: 29/11/2015.



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

alimentação, socialização e diálogos sobre as atividades do dia-a-dia na mesa de jantar. O objeto comercializado é o castiçal prateado maior posicionado no centro da mesa com as velas, vendido no site [www.downtonabbeyathome.com](http://www.downtonabbeyathome.com), por £ 115 (cento e quinze libras), algo em torno de R\$ 568,28 (quinhentos e sessenta e oito reais e vinte oito centavos) no câmbio de 13.6.2016. Vale ressaltar que a proposta deste ensaio será a análise semiótica e não do conteúdo ritualístico e psicológico dos jantares em família.

Imagem 1 – Cena Jantar em família. Fonte: Episódio 1 – 3ª temporada.



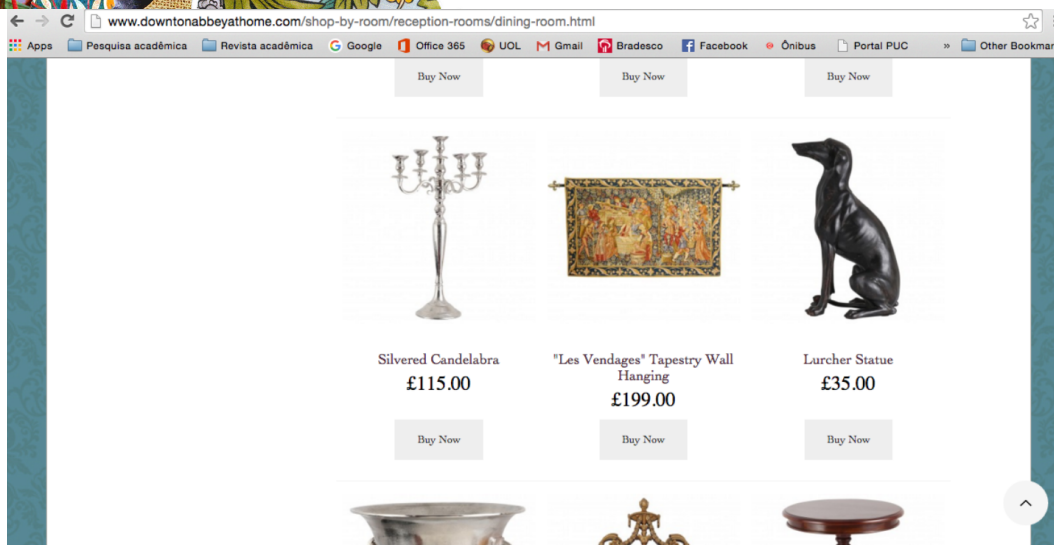
Fonte: a autora.

Imagem 2 – Página do site com o castiçal prateado à venda.



**COMUNICON 2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO



Fonte: [www.downtonabbeyathome.com/shop-by-room/reception-rooms/dining-room.html](http://www.downtonabbeyathome.com/shop-by-room/reception-rooms/dining-room.html), 2015.

## Consumo dos objetos e a posse da nobreza

O luxo é um elemento de consumo da nobreza como uma forma de expressar poder. Apesar de não se aprofundar nesta questão, Braudel, aborda este fato e se estende ao luxo e a sofisticação dos hábitos alimentares e morada. Os fatos desta abordagem aparecem na Europa depois dos séculos XV e XVI, entre os nobres italianos renascentistas e sua corte consideradas principescas em relação ao período anterior. Para o autor:

Era mais solene e mais formal; sua arquitetura e mobiliário visavam a algum tipo de magnificência social, à grandiosidade. Os interiores italianos do século XV, com suas colunatas, camas imensas esculpidas e escadarias monumentais, já prenunciavam o grand siècle de Luís XIV e daquela vida de corte que seria uma espécie de desfile, um espetáculo teatral. O luxo, inquestionavelmente, estava se tornando um meio de governar (BRAUDEL, 2005, p. 305).

Esta preocupação com a estética decorativa é revelada nos castelos situados no vale de Loire, que foram levantados e construídos no reinado de Francisco I, que como já mencionamos foi o reinado intermediário de transição da vida na corte. Foi neste período que começa a desenvolver refinamentos vindos da Itália e inspirações na arquitetura daquele país. O auge deste apogeu se dá no luxuosíssimo castelo de Versalhes, com a própria arquitetura e a ritualização de comportamentos ditados por uma etiqueta prévia. Também era uma expressão de poder real e submissão dos nobres e seus desejos. Isso acontecia não por prazer pessoal do rei para com seus cortesãos, as cerimônias, jantares, festas, bailes faziam parte de um sistema meticulosamente calculado para aumento e manutenção da autoridade





COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

política do rei. Para o governo de Luís XIV, o consumo foi um método, como a troca de favores lucrativos e benefícios para ambas as partes. O tesouro real, custeou gastos do rei e de toda a corte aumentando o gasto estatal exorbitantemente. A representatividade deste estilo de vida da corte francesa, tornou-se progressivamente pragmático, com o desenvolvimento de um estilo de vida luxuoso e de um processo ritualístico, e é identificado como o primeiro grupo a se relacionar pelo uso do consumo ostensivo. Era uma corte que pouco tinha de discriminatório, os itens de consumo embora distantes da necessidade de sobrevivência significavam a vivência e convivência dos cortesãos e do rei na corte. Passou a ser referencia para outras cortes da Europa. Além disso, seus produtos de consumo eram também a última alusão para o consumo que viesse posteriormente. Era primeiro imitado pela ascendente burguesia e depois o mesmo produto era popularizado de forma adaptada para as demais camadas sociais. Instaurando assim a cultura do consumo.

O *consumer boom* britânico no início do século XVI é analisado por Mc Cracken que reconhece e conclui que a situação britânica da nobreza durante este período era muito semelhante a situação francesa na relação entre consumo e política, na competição entre nobres como decorrência do enfraquecimento de seu poder e na dependência evolutiva em favor do rei. O autor cita como exemplo, o caso de Elizabeth I, “que usou o gasto como instrumento de poder” (MC CRACKEN, 1990, p.11), e que tal atitude teve influência nas cortes italianas renascentistas. A rainha fez com que a nobreza pagasse grande parte deste custo, gastando quantias colossais centralizou impostos fazendo com que a nobreza dependesse ainda mais dela, além disso, os forçou a abandonar seus imóveis no campo para irem a corte a fim de obter sua atenção. Afirma o autor:

[...] Elizabeth sorria apenas para aqueles que mostravam sua lealdade e deferência através de uma participação ativa no cerimonial de sua corte. O custo dessa participação era ruinoso. Aumentou a necessidade de recursos dos nobres e tornou-os mais dependentes da rainha”. (MC CRACKEN, 1990, p.11 e 12).

A outra causa do *consumer boom* na Inglaterra do século XVI, foi o que o autor cita como “a competição social em que os nobres foram lançados na corte” (MC CRACKEN, 1990, p.12). A busca da proeminência e da obtenção de atenções e favores da rainha gerava a competição entre os pares. Assim, conforme o autor: “Era quase inevitável que ele fosse lançado em uma guerra de consumo” (MC CRACKEN, 1990, p.12).

Há, entretanto, uma outra questão levantada por Mc Cracken que efetivamente eleva a compreensão do consumo em suas causas e consequências. O autor, levanta que o impacto da guerra



**COMUNICON2018**  
congresso **internacional**  
**comunicação e consumo**

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

pelo consumo entre os nobres sobre a era Elizabethana, traz à tona uma outra análise: não estamos falando apenas do consumo conspícuo ou ostensivo, há também uma mudança de padrão deste na nobreza e aponta para uma mudança de padrão baseado na “patina” para um padrão baseado na “fashion. Ele atribui o termo patina para se referir ao padrão de consumo dos nobres ingleses, que era então voltado para a família não só para quem estava vivo ou presente, mas também para as gerações futuras e passadas. Assim, o padrão de consumo era específico e cada família, era protetora do que havia herdado e buscava acrescentar algo para as futuras gerações, isso também revela um valor sobre honra e também status. Para o autor:

[...] a família Tudor procurava bens que pudessem carregar e aumentar suas demandas de status através de diversas gerações [para isso] os bens adquiridos precisavam ter qualidades especiais. Era necessário que eles possuíssem a habilidade peculiar e, de um ponto de vista moderno, misteriosa, de se tornar mais valiosos à medida que envelhecessem e ficassem decrépitos [...] o caráter de novo era a marca da vulgaridade, enquanto a patina decorrente do uso era um sinal e a garantia de posição” (MC CRACKEN, 1990, p.13).

O que aqui se caracteriza é o acúmulo de objetos que passavam de geração em geração que eram preservados e tinham em si a representação da riqueza antiga. Riqueza antiga pressupõe um status ao se referir que a fortuna está presente há anos e vai permanecer. Os objetos que expressavam isso era a prataria, quadro de famílias que representassem familiares antigos, móveis e finos tecidos. Mas a competição exige novos elementos diferenciados, então começou a apontar outras perspectivas. Os nobres começaram a gastar mais com o que os representava externamente e não com a família. Passaram a gastar com o vestuário, com recepções e novas decorações das residências, o que implicava em mais gastos e mais consumo. O autor destaca que:

[...] bens que eram adquiridos para suprir as necessidades imediatas de uma guerra social assumiam qualidades muito distintas [das que caracterizavam os bens comprados anteriormente]. Eles não precisavam mais ser feitos com a mesma preocupação de longevidade. Nem precisavam ter valor apenas quando envelhecessem. Alguns bens tornaram-se valiosos não por sua patina, mas por seu caráter de novidade (MC CRACKEN, 1990, p.14).

Podemos observar neste ponto, um solo fértil, para analisar o aspecto fashion. A novidade entra em contraponto com a ideia de tradição. Aquilo que era novidade passava a ter a mesma importância e peso no consumo da nobreza britânica cortesã na Inglaterra do século XVI. É neste ponto a chave daquilo que hoje chamamos de moda.

A moda por sua vez, é o aspecto mais característico da cultura de consumo. É também definida por um culto do novo e da mudança em um processo constante de renovações e variações, leituras e





COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

releituras. A obra de Mc Cracken, nos é importante, pois nos dá a dimensão para compreender a moda nos marcos das mudanças políticas da nobreza e da corte no período citado, mas não limitamos o estudo da moda sob este aspecto que sabemos não é único, porém ressaltamos que interessa a este estudo. Também não há um consenso único dos autores sobre o momento em que a moda provoca uma suposta revolução ao modo de consumir.

### **O consumo dos valores em circulação na cena**

A imagem definida no recorte do seriado encena o jantar de uma família tradicional inglesa, onde os personagens são servidos pelos seus empregados no início do século 20, retratando a vida nas grandes propriedades de campo. Na cena temos a seguinte disposição da família na mesa de jantar: o pai – Robert Crawley (Hugh Bonneville), o Conde Grantham no centro do lado esquerdo da mesa, ao seu lado direito encontra-se sua mãe Violet Crawley (Maggie Smith) e ao seu lado esquerdo Isobel Crawley (Penelope Wilton) mãe de Matthew Crawley (Dan Stevens) casado com a filha mais velha do Conde. Matthew Crawley, genro do Conde está sentado em frente sua mãe do lado direito da mesa e ao seu lado, sua sogra Cora Crawley (Elizabeth McGovern), Condessa de Grantham, que têm ao seu lado esquerdo sua filha mais velha Lady Mary Crawley (Michelle Dockery). Por fim, compondo a mesa de jantar a filha do meio do Conde, Lady Edith Crawley (Laura Carmichael) na ponta da mesa do lado direito.

Tomando como base o Conde, temos na mesa, sua mãe, a sogra de sua filha, seu genro, sua esposa, sua filha mais velha e sua filha do meio. Estão na cena também, dois empregados responsáveis por servir o jantar, ambos em pé, um observando com as mãos para trás de prontidão, e o outro, servindo um prato ao Conde. Esta disposição deixa claro a hierarquia familiar, onde o poder estava nas mãos dos homens, mesmo existindo o respeito pelas mais velhas com a presença das mães.

Os trajes deste jantar em família nos primeiros anos da década de 20, período em que se passa a cena definida para esta análise, são formais. Os homens da família vestem de *smoking* preto, camisa branca e gravata borboleta branca, bem como os empregados que servem o jantar à família. Os trajes femininos prezam pela elegância, embora as vestes sejam confortáveis, os tecidos e cores são sóbrios e luxuosos. Os acessórios que complementam o visual para o jantar, são colares, brincos e presilhas que emolduram as ondas dos cabelos presos em penteados elaborados.



**COMUNICON2018**  
congresso **internacional**  
**comunicação e consumo**

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Na vida cotidiana em uma propriedade rural, como é o caso da cena em análise, não só o momento do jantar recebe atenção especial dos componentes da família, mas o período que o antecede também. A experiência da preparação e do próprio jantar vivida pelas personagens, são escapatórias da vida no campo, evidenciando o contraste da vida corriqueira do interior da Inglaterra com o luxo e a cerimônia do ritual apresentado.

A postura ereta e formal de todos, com as mãos pousadas nas pernas, indica a rigidez e o respeito pelo momento e leva-nos a sentir uma certa austeridade no ar, apesar de a esposa do Conde estar sorrindo.

Os formantes cromáticos indicam que mesmo um jantar em família deve manter a cerimônia exigida pela aristocracia neste período, cores escuras nas vestimentas, preto, vinho, claro apenas as camisas masculinas e o vestido da filha do meio. A toalha de mesa branca (cor que representa a perfeição) evidencia as louças e castiçais e contrasta com a decoração escura. As cadeiras, móveis em madeira, cortina e parede amarela, são pouco iluminadas pelo lustre e as velas dos castiçais, mantendo o ambiente com pouca luz. As cores fortes são representadas pelos tons quentes como o vermelho, verde e marrom no tapete persa, o verde aparece nas folhas e flores dos arranjos em cima da mesa e do aparador, da cor bordô com alguns bordados e renda marrom destacam o vestido da mãe do Conde. Estes tons escuros e pesados transparecem a força e importância da tradição, e apesar de terem velas acesas (o que nos remeteria à uma certa intimidade) a atitude corporal e as vestimentas revela a formalidade do momento. A cena possui uma tonalidade dourada marcante, o que representa a opulência, superioridade e nobreza da família.

Os objetos e sua materialidade evidenciam a força e a riqueza acumulada por anos desta família aristocrata, o castiçal de vidro e prata, as taças de cristal sobre mesa, a louça de porcelana, talheres de prata, menu caligrafado, toalha de linho, arranjos de flores baixos facilitando a conversação, o lustre acima da cabeça do Conde, o tapete persa, o vaso clássico, o quadro com uma figura feminina e moldura em dourado, a cortina pesada ocupando quase toda parede, formam a decoração clássica, conferindo suntuosidade e elegância ao ambiente e a refeição em família.

Apesar do formato oval da mesa de jantar ser indício de intimidade, os traços predominantes da cena são as linhas retas, formando corpos esguios e em posição ereta. A espinha ereta demonstra autoestima elevada e a alma preparada para o “embate”. O castiçal encontra-se no centro da mesa formando uma grande cruz.

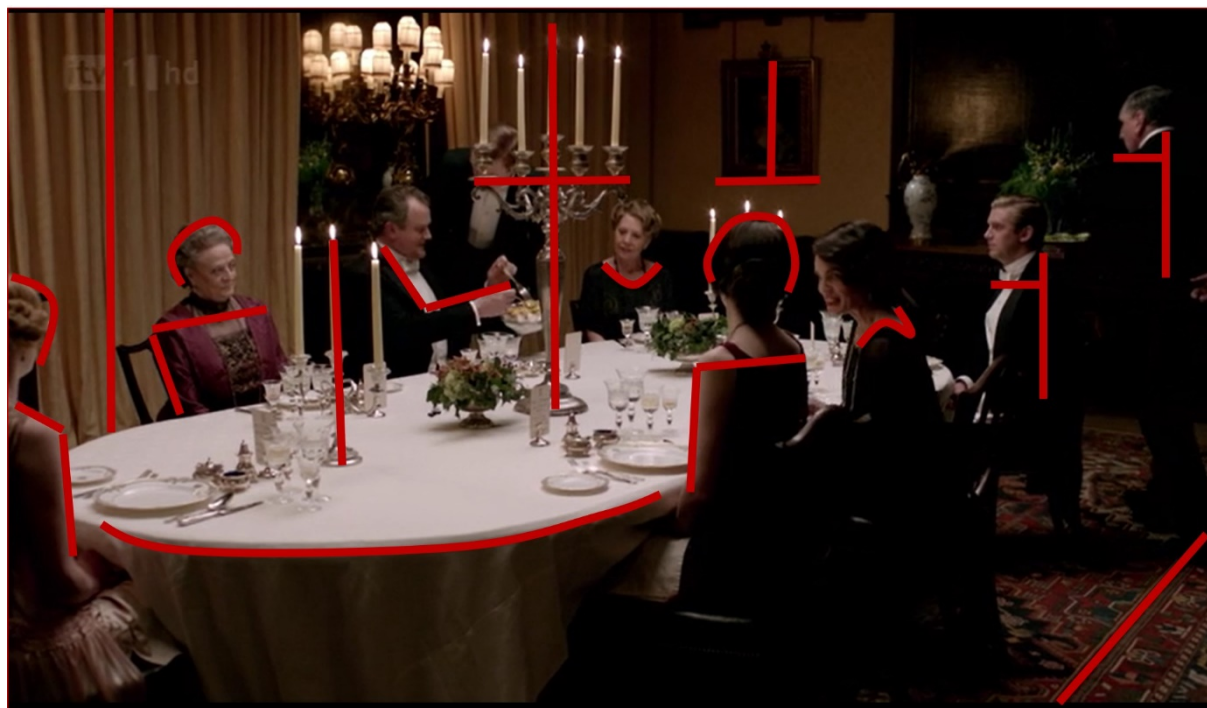


COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

A leveza de um jantar em família não é a representação desta cena, ela denota poder, elegância, luxo, formalidade, tradição e preparação para os diálogos que podem seguir de forma agradável ou não.

Imagem 3 – Cena Jantar em família com traços formantes. Fonte: Episódio 1 – 3ª temporada.



Fonte: a autora.

Um dos sites responsáveis pela comercialização dos produtos que compõem as cenas do seriado é o Downton Abbey at home, endereço eletrônico: [www.downtonabbeyathome.com](http://www.downtonabbeyathome.com), divididos em categorias de produtos ou agrupados por cômodos. O site foi ao ar no segundo semestre de 2014 durante a quinta temporada do seriado e saiu do ar no início de 2016, após o final da sexta e última temporada da série.

O objeto em questão analisado, o castiçal, poderia ser encontrado no site categorizado por salas – salas de recepção – sala de jantar. Comercializado por £115.00 (cento e quinze libras esterlinas) cerca de R\$552,00 (câmbio de 20.4.2018), acrescentado o valor do frete, o telespectador recebia em casa o castiçal. O consumo deste objeto representa a posse dos valores em circulação na cena.





**Tabela 1** – Análise das categorias de expressão e do conteúdo.

<b>CATEGORIAS DA EXPRESSÃO</b>	Cena
Formantes matéricos	Opacidade
	Madeira
	Cristal
Formantes eidéticos	Retilneidade
	Assimetria
Formantes cromáticos	Escuro
	Fosco
Formantes topológicos	Conteúdo
	Verticalidade
<b>CATEGORIAS DO CONTEÚDO</b>	
Nível discursivo	Distanciamento pessoa-espaco-tempo
Nível narrativo	Competência modal
Nível fundamental	Tradição Aristocrática

Fonte: a autora.

**Tabela 2** – Valores expostos na cena, realizada pela autora.

<b>Valores em circulação na cena e no objeto</b>
Nobreza
Tradição
Poder
Status
Luxo
Elegância
Formalidade
Reunião familiar

Fonte: a autora

## Considerações finais

Downton Abbey é um seriado ambientado entre 1912 a 1926, um período de grandes transformações sócio-econômico-histórico-culturais no mundo e na Inglaterra. Período de



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

consolidação do capitalismo, da mudança de rotina de vida do campo para a cidade e todas as nuances que envolvem esta alteração de rotina. A cena recortada se passa em 1920 e foi exibida em 2012 na Inglaterra, demonstra que a família aristocrata vive sua cotidianidade na casa de campo.

A decisão de analisar a reunião dos personagens em um jantar de família formal, evidencia os valores postos em circulação na cena que representam a aristocracia e alguns desejos bem atuais dos destinatários: luxo, riqueza, poder, elegância e requinte. O objeto comercializado é o centro da cena, representando a importância e grandeza da reunião à mesa não apenas para o jantar, mas como um lugar para socializar e dialogar uns com os outros, colocando em pauta assuntos sérios, decisões, buscando a opinião dos membros da família.

Com a experiência da compra e posse do castiçal da cena o destinatário absorve estes valores, presenciando, ou melhor, vivenciando e sentindo em sua casa todos os valores acima expostos.

A tradição e elegância da família Crawley representada em um jantar familiar em 1920 passa a fazer parte do cotidiano vivido pelo destinatário em 2012 a 2015, período em que o site comercializa o castiçal, e une dois tempos e espaços diferentes, personificado pelo objeto que respira a formalidade e luxo do momento exibido na cena.

## Referências

BRAUDEL, Fernand. **Civilização Material, economia e Capitalismo: Séculos XV-XVIII: as Estruturas do Cotidiano**. Volume 1. SP: Editora Martins Fontes, 2005.

DONTON ABBEY AT HOME. Milton Keynes. 2015. Disponível em: < [www.downtonabbeyathome.com/shop-by-room/reception-rooms/dining-room.html](http://www.downtonabbeyathome.com/shop-by-room/reception-rooms/dining-room.html)>. Acesso em: 5 nov. 2015.

FECHINE, Y. **Regimes de interação com a televisão: ponto de partida para pensar as mudanças**. In: XX Colóquio do Centro de Pesquisas Sociosemióticas – CPS, 12, 2014. São Paulo: PUC-SP, 2014.

OLIVEIRA, Ana A. C. Cláudia (Org.). **Do sensível ao inteligível: duas décadas de construção sociosemiótica**. São Paulo: Estação das Letras e das Cores, 2014.

GREIMAS, A. J. e COURTÉS, J. **Dicionário de semiótica**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2013.

\_\_\_\_\_. **Da imperfeição**. pref. e trad. Ana Cláudia de Oliveira; apres. de Paolo Fabbri, Raúl Dorra, Eric Landowski. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

LANDOWSKI, E. **Interações arriscadas**. Trad. Luiza Helena Oliveira da Silva. São Paulo: Estação das Letras e Cores: Centro de Pesquisa Sociosemióticas, 2014.

Mc CRAKEN, G. **Cultures and Consumption, Boomington and Indianapolis**. Indiana University Press, 1990.



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

OLIVEIRA, A. C. M. A. Interação e sentido nas práticas de vida. **Comunicação, mídia e consumo**, v. 11, p. 179-198, 2014.

\_\_\_\_\_. **As interações discursivas**. In: OLIVEIRA, A. C. (Ed.). *As interações sensíveis. Ensaios de sociosemiótica a partir da obra de Eric Landowski*. São Paulo: CPS e Estação das Letras e das Cores, 2013.