

Análise publicitária sob o aspecto da Teoria Semiótica de Pierce sobre o Teaser Trailer do Filme da Barbie¹

Wilma Maria VIEIRA²
Profª Dra. Níncia Cecília Ribas Borges TEIXEIRA³
Universidade Estadual do Centro Oeste, Guarapuava, PR

RESUMO

O presente artigo analisará a tríade semiótica do interpretante aplicada nas cenas 0:14 ao 0:31 do trailer do filme da Barbie, produzido pela Warner Bros. e com a direção de Greta Gerwig. A análise publicitária sob o aspecto da teoria semiótica de Pierce pela autora Santaella (1983) busca compreender a semiose dos elementos que a publicidade utilizou para conquistar o receptor a assistir a obra audiovisual completa. A metodologia utilizada será de revisão bibliográfica que consiste em uma revisão de material bibliográfico existente. Para análise do corpus, será utilizado o método semiótico da teoria de Peirce com foco nas tricotomias do interpretante.

PALAVRAS-CHAVE: publicidade e propaganda; semiótica; Barbie; trailer cinematográfico.

Introdução

A linguagem nos possibilita criar, transformar e consumir, para Santaella (1983), a comunicação dos indivíduos acontece mediada por uma rede intrincada e plural, que é mais do que apenas a dominância da língua seja ela oral ou escrita, mas como também o entendimento que a transmissão e compreensão de informações, se dá por meio de imagens, sinais, números, objetos, sons musicais, gestos, cheiro, tato e outras inúmeras formas, que são o objeto de estudo da semiótica, ou seja, essa ciência, é responsável por estudar as manifestações da linguagem, analisando sua significação perante os indivíduos.

A Semiótica é a ciência que tem por objeto de investigação todas as linguagens possíveis, ou seja, que tem por objetivo o exame dos

¹ Trabalho apresentado no IJ02- Publicidade e Propaganda, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação de Publicidade e Propaganda da UNICENTRO - PR email: vieirawilmam@gmail.com.

³ Orientadora Profª Dra. Níncia Cecília Ribas Borges Teixeira email nincia@unicentro.br

modos de constituição de todo e qualquer fenômeno como fenômeno de produção de significação e de sentido. (SANTAELLA, 1983, p.2)

Sendo uma teoria da significação, se propõe a analisar os sentidos que os meios de comunicação e seus produtos podem gerar nos receptores (FIORIN, 2004). Para Santaella (1983), o campo de abrangência desse estudo é amplo, e também definido, pois seu objetivo é compreender a constituição da linguagem nos mais diferentes fenômenos.

Segundo Paião e Marques (2014) apud Silva et al (2019), existem três categorias universais em que Peirce define como uma relação triádica, composta por representamen, objeto e interpretante. Dessa maneira, a semiose, estudo da ação dos signos, organiza os procedimentos de leitura de qualquer objeto de análise segundo as suas características tricotômicas.

Este artigo analisará a terceira tricotomia, que diz respeito ao signo em relação ao seu interpretante, resultando no entendimento do poder interpretativo do signo na produção de novos interpretantes (BACHA, 1997). Os signos possuem três interpretantes, o imediato, dinâmico e final. Para SANTAELLA (2008), a tríade de interpretantes não correspondem a coisas distintas e separadas, mas sim graus ou estágios na construção do que se é um interpretante.

Segundo Paião e Marques (2014) apud Silva et al (2019), Peirce define três categorias universais em uma relação triádica: representamen, objeto e interpretante. A semiose organiza a leitura de qualquer objeto de análise segundo suas características tricotômicas. Este artigo analisará a terceira tricotomia, que diz respeito ao signo em relação ao seu interpretante, entendendo o poder interpretativo do signo na produção de novos interpretantes (BACHA, 1997). Para SANTAELLA (2008), a tríade de interpretantes – imediato, dinâmico e final – não são distintos e separados, mas estágios na construção do interpretante.

No cinema, o trailer é uma ferramenta de propagação audiovisual, promovendo discursos publicitários com códigos verbais, visuais e sonoros para impor valores, ideias e vontades (Iuva, 2007). No contexto cinematográfico, os trailers são importantes para o marketing de cinema e o sucesso das bilheteiras, demandando uma análise artística e publicitária (Iuva, 2007).

A partir da compreensão da semiótica, foram escolhidas cenas do 0:14 ao 0:31 segundos do Teaser Trailer do filme da Barbie. O objetivo é compreender esse recorte audiovisual pela terceira tricotomia de Charles Sanders Peirce, utilizando revisão bibliográfica da literatura existente sobre o tema.

Pressupostos teóricos da semiótica com enfoque no interpretante

Para Silva et al (2012), a linguagem é mais do que apenas o idioma, compreendendo todo o sistema de comunicação que promove significado e sentido para interações ou fenômenos. A Semiótica de Charles Sanders Peirce, uma Filosofia Científica da Linguagem, estuda a produção de significação e a utilização de signos para representar objetos, contribuindo para diversas áreas do conhecimento (Silva et al, 2012).

Para Santaella apud Teixeira (2011), o conceito de fenômenos abrange registros na realidade ou imaginação, podendo ser sensações, ideias e sentimentos. Apresentam-se em três categorias interligadas: primeiridade (representamen), secundidade (sensações, objeto) e terceiridade (interpretante).

A terceiridade envolve a mediação entre a consciência e os fenômenos, construindo na mente do observador a ideia que interage com o signo (Teixeira, 2011). A tríade de interpretantes – imediato, dinâmico e final – demonstra a complexidade cognitiva durante o processo interpretativo, organizando e associando eventos na mente de cada espectador, dependendo de sua cultura e experiências (LAFUENTE 2016).

A tríade interpretante no trailer

Um dos filmes mais esperados de 2023 foi o live action da Barbie, dirigido por Greta Gerwig. O longa-metragem atraiu desde o público infantil ao adulto, alcançando mais de US\$ 1 bilhão globalmente em apenas três semanas de lançamento (Ribeiro, 2023). A história retrata a vida perfeita na Barbieland até que a boneca, interpretada por Margot Robbie, começa a questionar sua vida "perfeita" e busca respostas no mundo real, abordando temas como patriarcado e feminismo.

O teaser analisado foi lançado em dezembro de 2022 para anunciar a estreia do filme em julho de 2023. Com 1 minuto e 14 segundos, a peça audiovisual é uma sátira que faz intertextualidade direta com "A Space Odyssey" de 1968 e antecipa a estética rosa do filme.

A primeira cena analisada ocorre no décimo quarto segundo. Para Lafuente (2016), o interpretante imediato, ou o primeiro estágio do conhecimento sobre um objeto, revela uma ambientação desértica e pré-histórica, com duas meninas brincando na sombra de bonecas, aparecendo apenas suas silhuetas e de um carrinho de bebê.

O interpretante dinâmico, que é uma ampliação desse conhecimento inicial, mostra as meninas na sombra, ainda sem descobrir a luz, vivendo no escuro com suas bonecas bebês e objetos antigos (Lafuente, 2016).

Os significados finais dessa cena podem ser entendidos através da intertextualidade com a abertura de "A Space Odyssey". O ambiente em que os macacos viviam é similar ao das garotinhas brincando com suas bonecas

A segunda cena, presente no décimo sétimo segundo, mostra mais meninas brincando de mamãe e filha, cada uma individualmente com sua boneca. Uma delas está passeando com um carrinho de bebe, outra ninando em seu colo, e outras duas alimentando as bonecas. Neste momento, uma locução feminina de idade mais avançada, com uma entonação de contação de histórias, narra "*But the dolls were always and forever baby dolls*", em português "Mas as bonecas eram sempre e para sempre bonecas bebês".

A partir dessa descrição da ambientação e da voz da narradora, observa-se que está sendo retratado uma realidade antiga em que as meninas só tinham essa opção de brinquedo, de mãe e filha. Nota-se que suas expressões monótonas, e pouco entusiasmadas realizando tarefas comuns que diariamente mães e donas de casa desempenham sozinhas em seus lares, transmitem a tristeza desse momento.

Além disso, o ambiente um tanto quanto vazio e a ausência de cores chamativas, apenas com a predominância do marrom, bege, cinza, e azul claro, refletem no fato delas não possuírem grandes perspectivas futuras, mas que estão fadadas a este destino, não sendo incentivadas a sonhar.

A narração da cena anterior se estende na cena do vigésimo segundo, em que as meninas cuidando de suas bonecas, porém agora enquadradas no chamado "*mid shot*" ou plano americano, que para Brandão (2012) busca mostrar o ponto de vista do personagem, em que o jogo de câmera estabelece uma proximidade com o telespectador. Essa perspectiva possibilita que sejam notadas as expressões das personagens, que demonstram estar tristes e cansadas.

As brincadeiras ligadas ao ambiente doméstico, e a representação das personagens esgotadas pela repetição de tarefas e da necessidade de estar constantemente ao lado de suas filhas bonecas, é uma representação do dia a dia das mulheres que se dedicam exclusivamente à maternidade. E como, desde criança, as mulheres são treinadas para desempenhar tais tarefas (OLIVEIRA, 2016).

Na cena seguinte, no vigésimo segundo, as meninas dormem amontoadas com suas bonecas em um ambiente escuro, semelhante a uma caverna, com uma luz vindo de cima. As personagens vestem roupas surradas, de cores neutras e terrosas, com pouca vaidade. A narradora, em tom emocionante e com efeito sonoro de suspense, diz "until" (até), trazendo expectativa para a cena seguinte. A posição das meninas, parecendo cansadas e enjauladas, reforça a ideia do desgaste da maternidade.

No vigésimo quarto segundo, aparece uma silhueta de mulher dissipando nuvens ao seu redor, com o sol iluminando sua cabeça e a lua como coroa. Essa figura surpreende a garotinha. O corpo da mulher é acentuado, transmitindo poder e sensualidade. A câmera em "contra-plongée" (de baixo para cima) sugere a superioridade da nova personagem. As nuvens se afastando e o sol se abrindo indicam novos tempos chegando.

Na última cena, no trigésimo segundo, as meninas se aproximam da grande boneca Barbie, olhando com curiosidade. O tamanho da Barbie em relação às meninas mostra seus grandes sonhos e perspectivas, comunicando que o que as meninas faziam era inferior às possibilidades que têm.

A cor da pele da nova personagem em questão é reluzente, cheia de vida, assim como suas pernas que estão à mostra, em contraponto com o figurino conservador e discreto das crianças. Usando a menor numeração de roupa, com suas pernas longas e depiladas, unhas pintadas e salto alto, a boneca transmite sensualidade e poder nunca antes vistas em bonecas convencionais em formatos de bebê (Roveri 2008).

Observa-se que a menina do lado esquerdo mais próxima da Barbie, está tão vislumbrada que já não segura seu brinquedo com o mesmo carinho e cuidado de antes, já simbolizando que seu valor não é mais o mesmo. Ao tocar na boneca, a garota do lado direito, sente que deseja ser como ela, outras meninas também estão se aproximando para conferir a novidade.

A associação direta a cena de abertura do filme “A Space Odyssey” não foi por acaso, na peça audiovisual, os macacos descobrem um monolito, ou seja, um monumento de pedra, em um cenário pré-histórico, e o mesmo acontece no trailer em que as crianças descobrem uma nova boneca, que não tinha mais o formato de bebês, mas uma mulher linda e sonhadora, proporcionando à criança possibilidade de brincar de ser o que ela quiser ser.

Sendo desde 1959, um dos brinquedos mais vendidos do mundo, a boneca que carrega com si o estereótipo de beleza e feminilidade, conta com seu formato clássico magro, loira e com a capacidade de ser totalmente versátil, aspirando não mais pela maternidade e vida no lar, mas com desejos profissionais e conquistas particulares do mundo adulto, saindo das temáticas infantis das outras bonecas (Roveri, 2008).

Rompendo barreiras e construindo uma nova mentalidade, a publicidade por trás da Barbie, não vende apenas a boneca, um simples produto de plástico, mas a construção de uma marca permeada de um conjunto de atitudes, que transmitem a nova feminilidade da sociedade moderna, refletida em universo cor de rosa, repleto de roupas, artigos escolares, esportivos, eletrônicos e muito mais, que transformaram o que era apenas um brinquedo em uma personalidade. (Oliveira, 2016).

Tornando-se um objeto de consumo e de parâmetro da beleza ideal, nas últimas décadas o seu impacto nocivo tem sido notado na influência negativa sobre a imagem corporal das meninas durante sua fase de crescimento. (Ribeiro, 2023).

Para Chechin (2012), a boneca manequim é mais do que um simples brinquedo que diverte e entretém crianças. Sua superexposição, exterioriza personalidades e características humanas, evocando o prazer e a sedução. Segundo Roveri (2008) apud Metrópole (2007), no Brasil, 70% das mulheres estão insatisfeitas com algo relacionado ao seu corpo, 93% acreditam que a mídia promove a busca doentia por um padrão de beleza e 73% acreditam que a moda é feita para as magras.

Após a veiculação do Teaser, diversos públicos, desde o infanto-juvenil, adultos e idosos foram atraídos pela temática da trama, que era veiculada no período de divulgação durante os momentos dos trailers que antecedem os filmes no cinema (Ribeiro, 2023).

Porém na sexta-feira, dia 07 de julho de 2023, o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária - CONAR, organização não-governamental

responsável por monitorar a ética nas publicidades que são veiculadas no Brasil, por meio do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, optou por vetar a veiculação do Teaser nas sessões de cinema em que a classificação indicativa é inferior a 12 anos, idade de proteção da criança estabelecido pelo artigo 2º do Estatuto da Criança e do Adolescente.

Para o Conar, algumas cenas retratadas na peça violam as recomendações estabelecidas no Código, “Seção 11 - Crianças e Jovens”, no seguinte trecho do “Artigo 37” sobre anúncios que se dirigem à crianças:

[...] 1. Os anúncios deverão refletir cuidados especiais em relação à segurança e às boas maneiras e, ainda, abster-se de: **a.** desmerecer valores sociais positivos, tais como, dentre outros, amizade, urbanidade, honestidade, justiça, generosidade e respeito a pessoas, animais e ao meio ambiente; [...] (CONAR, 2022, p.16)

Por contar com cenas consideradas impróprias, com atos violentos e linguagem com teor adulto, o filme foi classificado para maiores de 12 anos. Em nota oficial o Conar ressaltou:

“Em seguida, a relatora da representação concedeu liminar parcial, levando em conta que o teaser está em exibição ostensiva para o público infantil e com cenas de não-urbanidade, ausência de boas maneiras ou ato violento/inseguro, o que viola recomendações da Seção 11 do Código. Neste sentido e porque a tutela dos direitos da criança está sujeita ao princípio da precaução, ela concedeu medida liminar parcial, recomendando a suspensão da divulgação de um dos teasers do filme, restrição válida apenas para as divulgações nos blocos de espaço comercial em sessões de cinema de filmes com classificação indicativa inferior a 12 anos, por ser esta a idade de proteção da criança estabelecida pelo artigo 2º do Estatuto da Criança e do Adolescente.” (CONAR, 2023)

Dessa maneira, compreende que a construção da marca, seus atributos e características passadas de geração em geração se deram a partir de um uso cauteloso e estratégico de mecanismos publicitários, que além de moldar a beleza, estão presente em toda uma mentalidade feminina que se inicia desde a infância (Roveri, 2008).

Considerações Finais

Este estudo analisou, sob a ótica da Teoria Semiótica de Peirce, o Teaser Trailer do filme da Barbie, explorando a tríade semiótica do interpretante nas cenas 0:14 a 0:31. A análise revelou críticas ao estereótipo feminino e a quebra de paradigmas, promovendo empoderamento e independência. O impacto da publicidade que, ao longo das décadas, transformou uma simples boneca de brinquedo em um ícone cultural, influenciando a mentalidade feminina desde a infância. A decisão do CONAR ressalta a necessidade de seguir regras de veiculação, direcionando o filme ao público maior de 12 anos.

REFERÊNCIAS

A TEORIA da Investigação de C.S. Peirce. [S. l.], 1997. Disponível em: <https://tede.pucsp.br/bitstream/handle/5279/1/MARIA%20DE%20LOURDES%20BACHA.pdf>. Acesso em: 4 dez. 2023.

ANALISE semiótica da imagem de uma cadeira. [S. l.], novembro 2011. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/esse/article/view/35255>. Acesso em: 4 dez. 2023.

ASSIM falava Barbie: uma boneca para todos e para ninguém. [S. l.], dezembro 2012. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/fractal/a/kzJwqhmwy9Xgsz3SxhXPVdC/>. Acesso em: 4 dez. 2023.

BARBIE | Teaser Trailer. [S. l.], 10 jan. 2023. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=8zIf0XvoL9Y>. Acesso em: 15 set. 2023.

BACHA, Maria de Lourdes. A teoria da investigação de C.S. Peirce. Pontificia Universidade Católica de São Paulo, [S. l.], p. 1 - 186, 12 maio 1997. Disponível em: <https://tede.pucsp.br/bitstream/handle/5279/1/MARIA%20DE%20LOURDES%20BACHA.pdf>. Acesso em: 15 set. 2023.

CÓDIGO brasileiro de autorregulamentação publicitária. [S. l.], 2021. Disponível em: http://www.conar.org.br/pdf/codigo-conar-2021_6pv.pdf. Acesso em: 4 dez. 2023.

FIORIN, JOSÉ LUIZ. Semiótica e comunicação. *Semiótica e comunicação*, [s. l.], 6 out. 2004. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/1390/869>. Acesso em: 7 nov. 2023.

IUVA, Patrícia de Oliveira. A convergência da publicidade e do cinema na estratégia contratual do trailer cinematográfico. *Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXX Co*, [S. l.], p. 1-14, 2 set. 2007. Disponível em: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/29887857/patricia_iuva_intercom_2007-libre.pdf?1390878387=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DA_convergencia_da_publicidad_e_e_do_cinem.pdf&Expires=1699583859&Signature=aQEgkmSK52B~M0d~FCXjQalv5O62Hl~8dg6Ycelv7mWb-Gj2gPoHUtoWvLZc8vDaVTA1hpLWseG7GpaK7N6lrTb8gvdRQ7f7h6Js

kg6WB0IQvb5Ky1MKR2nEM8k~O-qEMAf6iKipKw-c9O2Hd9cIRKYqTJTkq1bFo-wYGxqv
DnnUIDv~qdZ1jBsODjyE6OLv-JUdp6MdUiLlcWAKA1xkm5ZyrkqwVQUgmIsauMD7MLjB
R3coue2bHSA5h00sf~Zv-CN9ACTGeJawgxFDVKATS40Bk8Jn-mORu6a5VITfoXS0yWYcsq
nr9xobzpWVjbW6PYQMMTJxRNHDjut-5qFIQ__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4
ZA. Acesso em: 6 nov. 2023.

JOGOS Cinematográficos ou Filmes Interativos? A semiótica e a interatividade da linguagem cinematográfica nos jogos eletrônicos. [S. l.], 2 nov. 2012. Disponível em: https://www.sbgames.org/sbgames2012/proceedings/papers/artedesign/AD_Full21.pdf. Acesso em: 4 dez. 2023.

LAFUENTE, Luis Antonio Mopi. Semiose: o interpretante e a inferência de Charles Sanders Peirce. Universidade Federal da Paraíba Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes Programa de pós-graduação em filosofia, [S. l.], p. 1 - 153, 7 abr. 2016. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/11562/1/Arquivototal.pdf>. Acesso em: 15 set. 2023.

OLIVEIRA, Gabriela Miranda de. Da menina à mulher: O empoderamento feminino como estratégia de publicidade na propaganda da boneca Barbie em detrimento da vaidade e submissão do primeiro comercial (1961-2015). [S. l.], 26 jul. 2016. Disponível em: https://encontro2016.mg.anpuh.org/resources/anais/44/1469208654_ARQUIVO_TextocompletoAnpuhDameninaamulher.pdf. Acesso em: 4 dez. 2023.

PRESSUPOSTOS DA TEORIA SEMIÓTICA DE PEIRCE E SUA APLICAÇÃO NA ANÁLISE DAS REPRESENTAÇÕES EM QUÍMICA. [S. l.], 20 set. 2012. Disponível em: <https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/683/1/PressupostosSemioticaPeirce.pdf>. Acesso em: 4 dez. 2023.

ROVERI, Fernanda Theodoro. Barbie - tudo o que você quer ser... [S. l.], 2008. Disponível em: <https://repositorio.unicamp.br/acervo/detalhe/429574>. Acesso em: 4 dez. 2023.

SANTAELLA, Lúcia. O que é semiótica. [S. l.: s. n.], 1983. Acesso em: 15 set. 2023.

SILVA, Moises Melquiades Ursulino da; ARAÚJO, Tiago Alves de Siqueira Campos; NETO, Wilson Francisco de Lima; ARAÚJO, Rita de Kássia. ASPECTOS DA SEMIÓTICA NA CONSTRUÇÃO DA PUBLICIDADE CINEMATOGRAFICA: ANÁLISE DE TRAILER E CARTAZ DA TRILOGIA MATRIX. Facit Business and Technology Journal, [s. l.], 7 nov. 2019. Disponível em: <file:///C:/Users/Wilma/Downloads/426-1460-1-PB.pdf>. Acesso em: 6 nov. 2023.

UMA ANÁLISE DO FILME BARBIE (2023), DA BONECA E SUAS IMPLICAÇÕES NO DESENVOLVIMENTO DA CRIANÇA. [S. l.], 2023. Disponível em: <https://revista.ioles.com.br/boca/index.php/revista/article/view/2099>. Acesso em: 4 dez. 2023.