

Análise Semiótica da Campanha "Highlight The Remarkable" da Stabilo¹

Maria Cecilia Blaka SCHIMANSKI²

Nincia Cecilia Ribas Borges TEIXEIRA³

Universidade Estadual do Centro-Oeste do Paraná, PR

RESUMO

A pesquisa analisa uma das três peças publicitárias que compõem a campanha produzida pela empresa alemã de produtos de escrita, Stabilo Boss, que destaca mulheres que foram importantes em momentos históricos e que não tiveram o devido reconhecimento pela mídia. Utilizando uma metodologia de análise documental e as teorias peircianas pretende-se entender quais os recursos semióticos usados para cativar o público e reconhecer os signos empregados para o desenvolvimento do significado.

PALAVRAS-CHAVE: Interdisciplinaridade; Publicidade; Semiótica; Peirce; Representatividade feminina.

INTRODUÇÃO

Entender a mensagem que é comunicada através de uma imagem é crucial para aqueles que pretendem comunicar. A Semiótica, que é o estudo dos símbolos, tem como intuito entender e encontrar os fatores de sentido, como e porque sentimos algo ao ver uma imagem. Para a publicidade, se faz necessário tomar conhecimento dos conceitos semióticos para aplicá-los em peças e campanhas. Segundo Lúcia Santaella (1983), as linguagens não-verbais, nos possibilitam encontrar e ter outros conhecimentos, que vão além do convencional e nos exploram mais do que as linguagens verbais.

A peça publicitária que será analisada, faz parte de uma campanha da marca Stabilo, que teve como objetivo trazer destaque para mulheres importantes que foram apagadas da história. Com o mote “Destaque para o notável” a empresa enfatiza o uso do seu marcador, para destacar as coisas mais importantes. Na análise veremos de que forma eles destacam os elementos, a ligação com o produto e a história, e como isso é interpretado pelo público.

¹ Trabalho apresentado na IJ08 - Estudos Interdisciplinares da Comunicação do 22º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 8 a 10 de junho de 2023.

² Autora Estudante de Graduação 2º período do curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da UNICENTRO, email: mcecibs17@gmail.com.

³ Orientadora Professora Associada da Universidade Estadual do Centro Oeste UNICENTRO, Pós-Doutora em Ciência da Literatura pela UFRJ, atuando principalmente nos seguintes temas: representação da figura feminina, literatura brasileira, universo feminino, análise do discurso e literatura feminina., email: profninciat@gmail.com

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Esta análise tem como base as teorias do cientista Charles Sanders Peirce, pioneiro no estudo da semiótica, traduzidos e comentados por Lúcia Santaella. De acordo com o teórico Peirce (2005), o estudo dos signos (semiótica) surge quando se quer desvendar o processo de comunicação de sentidos.

A Semiótica nos auxilia a entender a mensagem pelos signos, como sustenta Santaella (2008) somos capazes de compreender recepções de efeito imediato, e estendido, não nos prendendo a uma só linguagem. Peirce (2005) concebia a semiótica como uma elucidação aos métodos e pensamentos utilizados por outras ciências, ou seja, a semiótica deve se deter a compreender a mensagem aos quais os signos se referem. A fenomenologia estudada por Peirce (2005) e aplicada na análise semiótica, se caracteriza pela regra dos 3, sendo assim o estudo é feito em três fases, sendo elas: primeiridade, secundidade e terceiridade.

A primeiridade, corresponde à primeira impressão que se tem da representação, diz respeito aos signos presentes na imagem, na análise é basicamente uma pontuação daquilo que nós vemos (ex: céu, árvore, grama, pessoas), sem descrever os sentimentos e interpretações, nem mesmo da situação apresentada na imagem, sem se deter nos significados. A secundidade trata de descrever a situação que se observa, ainda sem se deter aos significados, diz respeito ao objeto, citar desta vez inserindo os signos no contexto da imagem (ex: pessoas passeando no parque). (SANTAELLA, 2005).

A terceiridade, por sua vez é a interpretação, significado, e significante, que é relacionado às nossas vivências, experiências e entendimentos, dessa forma, este é o mais abrangente dos elementos da tríade, porque para uma mesma imagem existem inúmeros significantes diferentes, pois se diz respeito a nossa própria opinião, logo cada pessoa terá um significante diferente. Relacionando com a fenomenologia, a terceiridade assim como as leis da natureza não são vistas como absolutas e invariantes, mas com a possibilidade crescimento contínuo (PEIRCE 2005)

CAMPANHA E ANÁLISE SEMIÓTICA

Idealizada e produzida pela filial alemã da agência DDB, para a empresa alemã de produtos de escrita Stabilo, a campanha "Highlight the Remarkable" surgiu com a intenção de refletir a importância do papel feminino na história e também com o intuito

de perceber a (invisibilidade) da mulher, principalmente em momentos de grande relevância, nos fazendo perceber que muitas vezes um homem leva o crédito por algo que foi realizado por uma mulher. Lançada na Alemanha em abril de 2018, a campanha conta com fotos antigas em preto e branco, de momentos memoráveis da história, e utilizando o marcador da Stabilo Boss, grifaram a mulher, que antes passava despercebida na imagem.

Com o objetivo de chamar atenção dos consumidores e fazer com que eles engajem com a causa, na análise veremos quais os recursos semióticos utilizados, e se com a ajuda dos signos empregues a mensagem foi transmitida de forma correta, analisando também os resultados da campanha para a marca.

A análise semiótica contempla os três momentos, o de recepção, o da compreensão e por fim da produção de sentido. Apesar de emitir uma interpretação ao analisar semioticamente, é importante saber que os interpretantes que serão aqui apresentados, não são a única forma de ler o objeto “Toda definição acabada é uma espécie de morte, porque, sendo fechada mata justo a inquietação e curiosidade que nos impulsionam para as coisas que vivas, palpitam e pulsam.” (SANTAELLA, 2005, p. 9).

Para realizar a análise semiótica, escolhi apenas uma das peças da campanha, para descrever de forma mais assertiva os elementos e compreender os sentidos visuais empregados. A peça escolhida (Figura 1), diz respeito a fotografia que mostra os envolvidos na missão Apollo 11, no momento de retorno dos astronautas que foram até a lua. O “highlight” (destaque) desta campanha é a matemática Katherine Johnson, que foi a mulher responsável pelos cálculos que possibilitaram o retorno seguro da missão Apollo 11.

Figura 1 - Campanha Stabilo Boss Highlight the remarkable



Fonte: Blog B9⁴

Para começar a análise pela tríade semiótica de Peirce, partimos da primeiridade, nesta imagem os primeiros impactos, sem levar em conta ainda o contexto, nem a interpretação, vemos: pessoas, equipamentos, branco, preto, amarelo, texto e objeto.

Em seguida, na secundidade, descrevo a cena observada, no cartaz observamos uma foto em preto e branco no centro, nesta foto aparece uma sala com diversos equipamentos tecnológicos, porém antigos, essa sala está cheia de homens vestidos formalmente usando camisa social, gravata e alguns usam terno, ao fundo da sala tem uma mulher, que está marcada de amarelo. Uma linha de marca texto, que está marcando a mulher, continua para fora da foto, chegando ao texto que diz: “Highlight the remarkable Katherine Johnson. The Nasa mathematician responsible for the

⁴ Disponível em:

<https://www.b9.com.br/93552/stabilo-chama-a-atencao-da-internet-com-propaganda-que-marca-as-mulheres-invisiveis-da-historia/> > Acesso em: 20 de março de 2023

calculations resulting in Apollo 11 's safe return to earth.” Tradução: Destaque para a notável Katherine Johnson. A matemática da Nasa responsável pelos cálculos que resultaram no retorno seguro da Apollo 11 para a terra. No final da linha amarela tem uma caneta marca texto amarela da marca Stabilo Boss.

Por fim, a terceiridade expressa o sentido e interpretação do cartaz. A intertextualidade do cartaz com as linguagens verbais e não verbais, expressam ao mesmo tempo, complementação, onde para entender a cena que acontece na foto você precisa ler o texto de apoio, mas também, aquilo que você enxerga na imagem é rompido pela marca grifada em amarelo, que te leva ao texto e faz compreender verdadeiramente o sentido da imagem e também questionando-a.

A foto registra o momento que a equipe da Nasa estava acompanhando o retorno da missão que levou o homem à lua pela primeira vez, a conotação da missão já priorizava o protagonismo masculino, na foto vemos os homens em primeiro plano, como se tratava de uma missão importante, o registro foi feito para divulgar quando a missão fosse concluída. A mulher responsável pelo sucesso da missão estava ao fundo, portanto não foi evidenciada e nem parabenizada pelo seu feito.

A campanha contrapõe essa ideia, por meio do elemento disruptivo, o marca-texto amarelo. O amarelo na semiótica, significa atenção, na psicologia ele estimula o processo mental e incentiva a comunicação. Dessa forma, o amarelo presente nessa campanha e a forma que ele está empregado, faz com que o leitor contemple essa quebra de sentido entre a imagem e a campanha, e experimente refletir sobre aquilo que está marcado em amarelo. O destaque, que o texto e as cores sugerem fazem com que reflitamos sobre quem está em destaque na imagem, e quem realmente deveria estar.

A mulher, sempre teve um papel e uma imagem conturbada, com a revolução industrial e os progressos do feminismo no mundo, a mulher teve espaço no mercado e nas universidades, assim aconteceu com Katherine Johnson, uma mulher negra que lutou muito pelo seu espaço no mercado especialmente quando se fala sobre ciência, foi por muito tempo, e ainda é por muitas pessoas esquecida.

Tendo em vista a análise dos símbolos, de acordo com a teoria semiótica de Peirce (2005), concluímos que a inserção das cores e do objeto, envolvido com a imagem que retrata o período histórico, expressa o posicionamento da marca e a relação próxima do produto com este posicionamento. Quando colocado em evidência, faz se

entender que o marca-texto da Stabilo Boss é capaz de dar destaque para as coisas que são realmente importantes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A agência responsável pela campanha (DDB Germany), concorreu e ganhou diversos prêmios com essa produção, fazendo sucesso mundialmente, recebendo diversos elogios na internet. A razão disso, se dá pela maneira que a marca trata de um assunto importante, sem medo de se posicionar, usando os recursos visuais corretos, fazendo com que o público entenda a mensagem a ser transmitida.

Desse modo, entendemos o papel da semiótica na publicidade, tanto como produtor de sentido que ajude o público-alvo de uma campanha compreender o sentido do objeto, quanto como gerador de discussões relevantes em todo mundo, fazendo uso da mídia para propagar mensagens positivas e também que gerem construção de sentido, identidade e valor nos indivíduos.

REFERÊNCIAS

AMARAL., Grazielle Alves. OS DESAFIOS DA INSERÇÃO DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO. **Itinerarius Reflectionis**, Goiânia, v. 8, n. 2, 1 fev. 2013. Universidade Federal de Goiás. <http://dx.doi.org/10.5216/rir.v2i13.22336>. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/rir/article/view/22336>. Acesso em: 29 mar 2023.

CARACTERÍSTICAS semióticas das cores. **Aldabra**. Disponível em: <https://aldabra.com.br/artigo/psicologia-das-cores#:~:text=93%25%20reparam%20na%20apar%C3%Aancia%20do.com%20um%20ambiente%20ou%20produto>. Acesso em: 28 mar 2023.

KATHERINE Johnson: a matemática que levou o homem à Lua. **Mentalidades Matemáticas**. Disponível em: <https://mentalidadesmatematicas.org.br/katherine-johnson-matematica/> Acesso em 28 mar 2023

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 2005.

SANTAELLA, Lúcia. **Semiótica Aplicada**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

STRAZZA, Pedro. Campanha de Stabilo chama atenção para as mulheres invisíveis da História. **B9 Blog Criatividade**, jul. 2018. Disponível em: <https://www.b9.com.br/93552/stabilo-chama-a-atencao-da-internet-com-propaganda-que-marca-as-mulheres-invisiveis-da-historia/> Acesso em: 20 mar 2023.