

Análise semiótica do filme publicitário *Sunshine- Don't Confuse Love And Abuse*¹

Jennifer Vtiroino de Carvalho²

Julia Rodrigues Vicente³

Luísa Coelho Lima Gomes de Oliveira⁴

Elton Tamiozzo de Oliveira

Universidade Católica Dom Bosco, Campo Grande, MS

RESUMO

O objetivo do trabalho foi analisar a semiótica publicitária por meio do filme *Sunshine - Don't Confuse Love And Abuse*, publicado pela Day One. O método utilizado foi o de pesquisa bibliográfica, os resultados e conclusões obtidos com o respectivo artigo sugerem uma realidade alarmante da vida das mulheres, devido a construção do papel de gênero durante a história da sociedade e sua constante manutenção. Tendo em vista a publicidade analisada, a semiótica peirceana foi incorporada ao desenvolvimento da pesquisa. Visto que auxilia no entendimento dos signos compostos no material audiovisual, além de sua identificação por parte do público-alvo, necessários para a obra surtir o efeito desejado.

PALAVRAS-CHAVE: Semiótica; Signo; Violência; Gênero; Publicidade.

CORPO DO TEXTO

O presente trabalho tem como objetivo analisar a narrativa visual do filme publicitário “*Sunshine - don't confuse love and abuse*”, publicado pela day one. O filme é analisado a partir da lógica fenomenológica descrita por Greimas, Peirce, Ana lúcia Santaella e Umberto Eco.

Antes da análise contextualizamos o cenário da mulher na sociedade contemporânea e como atuam as formas de violência contra a mesma, a partir de dados sobre o feminicídio no Brasil. O respaldo teórico sobre o papel da mulher se dá a partir das teorias das autoras Judith Butler e Maria Rita Kehl.

A despeito da semiótica contextualizamos inicialmente sua história, tendo origem na Grécia antiga, a partir da palavra “*semeion*” que significa signo. Seu campo de estudo é predominantemente sobre as linguagens verbais-sonoras, mas abrange outras linguagens como a visual, que possuem um discurso e, portanto, contempladas pela fenomenologia.

Noth conceitualiza a teoria platônica como uma tríade onde o signo tem três componentes. Santaella discorre sobre a representação do signo, visto que ele não é o objeto e sim a sua representação, e para que a representação aconteça deve haver um receptor da mensagem.

¹ Trabalho apresentado na IJ02 – Publicidade e Propaganda **que irá enviar** do 23º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 25 a 27 de maio de 2023.

² Graduada em 2022 no curso de Publicidade e Propaganda, UCDB email: coelholuuiisa@gmail.com.

³ Graduada em 2022 no curso de Publicidade e Propaganda, UCDB, email: ra177357@ucdb.br

⁴ Orientador do trabalho. Professor do curso de Publicidade da UCDB, email: eltontamiozzo@ucdb.br



O signo é composto por três elementos, o representamen, o objeto e o interpretamen. Charles Peirce por sua vez, conceitua três tipos de signo, o ícone, índice e símbolo. Sendo o ícone uma semelhança física, o índice uma impressão deixada pelo objeto e o símbolo possui a necessidade de ser construído socialmente, é mais abstrato.

Além da análise da teoria peirceana que foi utilizada para investigação do produto publicitário, também fizemos a arguição da teoria das cores. Em princípio conceitualizamos a exercício do ver e sua função a partir do olho humano recebendo as informações do exterior e sendo codificadas pelo cérebro. Muitos filósofos empreenderam na significação da cor a fim de entende-la e conceitual, porém foi a partir das teorias de Newton que a óptica conseguiu ser melhor explicada. A partir disso Goethe fundamentou a teoria da cor, com uma implicação psicológica e como aquela atua na psique do ser humano.

Outros autores como Guimarães afirmam que a cor é construída socialmente, portanto seu efeito é variável de indivíduo para indivíduo. A luz é elemento primordial para o fenômeno acontecer, sendo o indivíduo dotado de um olho saudável será involuntariamente afetado pelos fatores externos a ele. A sensação de cor é esse fenômeno biológico a partir da entrada de luz na retina do ser humano, já a percepção da cor é percebida e construída por determinado grupo social ou cultura.

Para a análise do filme tendo em vista o público-alvo composto por jovens ocidentais com faixa-etária de 16 à 19 anos, no primeiro momento os personagens principais da narrativa são analisados a partir da teoria da cor, sendo o personagem masculino composto por uma paleta de cores voltada para o azul marinho, cinza e preto. Suas combinações implicam em características como hostilidade, feiura, rispidez, extravagância e mistério. Tais características se confirmam durante a narrativa, dada a postura hostil do personagem perante sua parceira.

Em contraponto, a personagem feminina é composta predominantemente pela cor rosa e seus tons, tendo como características ao mesmo tempo a doçura, a delicadeza e a força feminina, apesar de sua constante vulnerabilização.

A paixão tem como tonalidade principal o vermelho, sendo antagônico as características do azul, pertencentes ao personagem masculino, transmitindo frieza ao espectador, atributo desenvolvido durante a narrativa pela constante vitimização da parceira e distanciamento emocional.

Na sequência, analisa-se alguns signos expostos pelo homem durante a narrativa, um deles é o buquê de flores, o buquê é entregue a personagem nos momentos em que há uma tentativa de reconciliação. Por estar expressa no filme pela cor violeta, carrega um significado ambivalente ao mesmo tempo de poder e agressividade. Outro signo presente na narrativa é o polvo, animal marinho, que possui tentáculos para capturar suas presas. Na narrativa visual os tentáculos podem ser interpretados como o aprisionamento por parte do rapaz para com a vítima, por meio de manipulações.

Ao final da narrativa o marrom entra em cena junto com o cinza, sendo ele a significação da ausência das paixões e o cinza a representação do obscuro e da crueldade. Além disso, a personagem feminina começa a mudar de cor, com tonalidade da cor vermelha, expressando ira e agressividade implicadas pelo namorado, deixando suas marcas nela.

Como o caminho para a mulher segundo as teorias feministas de Judith Butler e Maria Kehl na sociedade contemporânea é o casamento, com promessa de felicidade abre-se a brecha para diversos tipos de violência em prol de sustentar o laço conjugal.



Pretendeu-se com este trabalho trazer uma análise do conteúdo audiovisual, a partir da lógica de Charles S Peirce, simplificada também por autores como Ana Lúcia Santaella, Umberto Eco, Winfried Noth e seus conceitos acerca da tríade peirceana, signo, objeto e interpretante. A partir disso o filme publicitário Sunshine - Don't Confuse Love And Abuse-Day One, revela a importância de se compreender os componentes presentes na peça publicitária, e seus reflexos no receptor da mensagem. As conceituações sobre gênero foram essenciais para formar uma base analítica quanto ao que nossa sociedade pensa sobre o que é ser mulher. As linhas de pensamentos feminista e psicanalista de Judith Butler e Maria Rita Kehl, ajudaram a traçar a problemática dos papéis de gêneros e como esses atuam na perpetuação e manutenção de relacionamentos abusivos.

A partir da contextualização do que é gênero fizemos a coleta de dados sobre feminicídio, e colocamos em voga a necessidade de conscientização e melhora tanto de parte da sociedade quanto do estado. Na área de publicidade e propaganda o papel social se mostra por meio do vídeo, a tentativa de alertar a população quanto a essas violências de gênero. O contexto no qual os interpretantes, ou seja, os telespectadores do material audiovisual estão inseridos, é essencial para seu entendimento apresentar os signos e suas implicações para com esses usuários. A latência dos símbolos no filme expressa uma profunda conexão com a realidade durante a exposição, ação da trama, clímax e desfecho. A maior parte do enredo é composta por signos presentes na vida dos jovens que são o público-alvo do filme publicitário. A fim, portanto, de gerar identificação e empatia com quem está assistindo, mobilizando uma mudança de mentalidade e almejando melhores resultados nos índices de violência da sociedade.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA SENADO. **Violência contra a mulher aumentou no último ano, revela pesquisa do DataSenado**. 2021. Disponível em:

<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/12/09/violencia-contra-a-mulher-aument-ou-no-ultimo-ano-revela-pesquisa-do-datasenado>. Acesso em: 20 abr. 2022.

ANTÔNIO HOUAISS (Brasil). Instituto Antônio Houaiss de Lexicografia. **Houaiss**: dicionário da língua portuguesa. 3. ed. Rio de Janeiro: Moderna, 2009. 917 p.

Anuário Brasileiro de Segurança Pública. Fórum Brasileiro de Segurança Pública (org.). São Paulo, 2020. 330 p. Disponível em: <https://forumseguranca.org.br/wp-content/uploads/2021/02/anuario-2020-final-100221.pdf>. Acesso em: 8 maio 2022.

AZEVEDO, M. A. **Mulheres espancadas: a violência denunciada**. São Paulo, SP: Cortez, 1985.

BRASIL. Congresso. Senado. Lei nº 11.340, de 07 de agosto de 2006. **Lei Maria da Penha**. Brasília, DF: Senado Federal, abr. 2011. p. 9-55. Disponível em: <https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/496319/000925795.pdf>. Acesso em: 12 maio 2022.

BUENO, Samira et al (org.). **Visível e invisível**: a vitimização de mulheres no brasil. 2. ed. S.L: Fbsp, 2019. 46 p. Disponível em:



https://forumseguranca.org.br/publicacoes_posts/visivel-e-invisivel-a-vitimizacao-de-mulheres-no-brasil-2-edicao/. Acesso em: 19 jun. 2022.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Trad. Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

COSTA, Humberto. **Estética e semiótica aplicada ao design**. Rio de Janeiro: Copyright 2019

COSTA, Max; DIAS, André. **Semiótica e a Produção de sentidos: comunicação, cultura e arte**. Curitiba: Intersaberes, 2019. 246 p.

DUQUE-ARRAZOLA, Laura Susana, **O cotidiano sexuado de meninos e meninas em situação de pobreza**. In: Quem Mandou Nascer Mulher? Estudos sobre Crianças e Adolescentes Pobres no Brasil (F. R. Madeira, org.), pp. 343-402, Rio de Janeiro: Record/ Rosa dos Tempos, 1996.

ENGEL, Cintia Liara. **A violência contra a mulher**. In: FONTOURA, Natália; REZENDE, Marcela; QUERINO, Ana Carolina. **Beijing +20: avanços e desafios no Brasil contemporâneo**. Brasília: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), 2020. p. 160-216. Disponível em:
http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/10313/1/AViol%C3%AanciaContraMulher_Cap_4.pdf. Acesso em: 04 mar. 2022.

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde, BASTOS, Dorinho. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. São Paulo: Editora Edgard Blücher Ltda, 2006.

GREGORY, Robert. **Olho e cérebro, psicologia da visão**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979

GUIMARÃES, Luciano. **Cor como informação: a construção biofísica, linguística e da simbologia das cores**. São Paulo, Annablume 2000

HELLER, Eva. **A psicodinâmica das cores: como as cores afetam a emoção e a razão**. São Paulo: Gustavo Gil, 2013.

INSTITUTO MARIA DA PENHA. **Tipos de violência**. Disponível em:
<https://www.institutomariadapenha.org.br/lei-11340/tipos-de-violencia.html>. Acesso em: 05 abr. 2022.

JURÍDICO, Equipe Âmbito. **A violência contra mulher e a aplicação da Lei Maria da Penha e do feminicídio**. 2018. Disponível em:
<https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-169/a-violencia-contra-mulher-e-a-aplicacao-dalei-maria-da-penha-e-do-femicidio/#:~:text=Por%20essa%20raz%C3%A3o%20em%202015,em%20decorr%C3%Aancia%20de%20viol%C3%Aancia%20dom%C3%A9stica>. Acesso em: 20 abr. 2022.



KEHL, Maria Rita. **Deslocamentos do feminino**. Rio de Janeiro: Imago, 2007.
Disponível em <https://de.br1lib.org/dl/17387842/18cfe5>. Acesso em abr. 2022

MACHADO, Dinair Ferreira; CASTANHEIRA, Elen Rose Lodeiro; ALMEIDA, Margareth Aparecida Santini de. **Interseções entre socialização de gênero e violência contra a mulher por parceiro íntimo**. Ciênc. saúde coletiva, Rio de Janeiro, v. 26, supl. 3, p. 5003-5012, out. 2021. Disponível em <https://doi.org/10.1590/1413-812320212611.3.02472020>. Acesso em 20 abr. 2022

MARTELLO, Alexandre. TERRA. **Violência contra mulher**. 2021. Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/mundo/violencia-contra-mulher/>. Acesso em: 20 abr. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2021/03/07/brasil-teve-105-mil-denuncias-de-violencia-contra-mulher-em-2020-pandemia-e-fator-diz-damaraes.ghtml>. Acesso em: 20 abr. 2022.

MOROSKOSKI, Márcia; MACHADO, Franciele Aline; QUEIROZ, Rosimar Oliveira; HIGARASHI, Ieda Harumi; OLIVEIRA, Rosana Rosseto de. **Aumento da violência física contra a mulher perpetrada pelo parceiro íntimo: uma análise de tendência**. 2020. Disponível em: <https://www.scielo.org/pdf/csc/2021.v26suppl3/4993-5002/pt>. Acesso em: 21 jun. 2022.

MPPA. **Cartilha da mulher**. 2020. Disponível em: <https://alepa.pa.gov.br/downloads/cartilha-mulher-2.pdf>. Acesso em: 21 jun. 2022. 16

MULHER, Coordenadoria da. **Definição de Violência contra a Mulher**. Disponível em: <https://www.tjse.jus.br/portaldamulher/definicao-de-violencia-contra-a-mulher>. Acesso em: 20 abr. 2022.

NÓBREGA, Osvaldo; GODOY, João Pedro. **Feminicídios chegam a 22 apenas neste ano e polícia faz ação para colocar agressores na cadeia em MS**. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/ms/mato-grosso-do-sul/noticia/2021/08/06/feminicidios-chegam-a-22-apenas-neste-ano-e-policia-faz-acao-para-colocar-agressores-na-cadeia-em-ms.ghtml>. Acesso em: 21 abr. 2022.

NOTH, Winfried. **Panorama da semiótica: de Platão a Peirce**. São Paulo: Annablume, 2005

ONU. **25% das mulheres a partir de 15 anos são vítimas da violência de gênero**. 2021. Disponível em: <https://news.un.org/pt/story/2021/03/1743912>. Acesso em: 9 mar. 2021

OPAS. **Prevenção da violência sexual e da violência pelo parceiro íntimo contra a mulher: ação e produção de evidência**. Organização Mundial da Saúde (org). São Paulo: Organização Pan-Americana da Saúde, 2012. 94 p. Disponível em: <https://iris.paho.org/handle/10665.2/3661>. Acesso em: 8 maio 2022.

Pesquisa Violência doméstica e familiar contra a mulher. Observatório da Mulher Contra Violência. Senado Federal (org.), 2021. Disponível em:



<https://www12.senado.leg.br/institucional/omv/pesquisa2021> . Acesso em: 05 maio 2022.

SAFFIOTI, Heleieth Iara Bongiovani. **Contribuições feministas para o estudo da violência de gênero**. Cadernos Pagu, [S. l.], n. 16, p. 115–136, 2016. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/8644541> . Acesso em: 21 jun. 2022.

SANTAELLA, Ana Lucia. **O que é semiótica**. Brasília: Brasiliense, 1983.

SANTAELLA, Ana Lucia. **Semiótica Aplicada**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005. SCOTT, Joan. **Gênero: uma categoria útil de análise histórica**. In: Educação & Realidade, v. 20, n. 2, 2017. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/view/71721>. Acesso em: 19 jun. 2022.

SILVEIRA, Luciana. **Introdução à teoria da cor**. Curitiba: UTFPR, 2004

SOUZA, Fabiana Cristina de. **Desvendando práticas familiares e escolares a partir das relações de gênero: uma reflexão sobre a educação de meninos e meninas**. 2007. 221 f. Tese (doutorado) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e Letras de Araraquara, 2007. Disponível em: . SOUZA, Warley. **Semiótica**. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/redacao/semiotica.htm>. Acesso em: 21 jun. 2022.

VIEGAS, Ilana da Silva Rebello. **O “POLVO”**: o trocadilho a serviço da crítica em capas da revista veja. Pensares em Revista, São Gonçalo-Rj, v. 2, p. 1-14, jun. 2013. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/pensaresemrevista/article/view/7600>. Acesso em: 30 jun. 2022.

Violência contra mulheres em 2021. Fórum Brasileiro de Segurança Pública (org.). Brasil: 2021. 14 p. Disponível em: <https://forumseguranca.org.br/wp-content/uploads/2022/03/violencia-contra-mulher-2021-v5.pdf>. Acesso em: 21 jun. 2021 17

WASELFISZ, Julio Jacobo. **Mapa da violência 2015: homicídio de mulheres no Brasil**. Brasília: Flacso Brasil, 2015. Disponível em http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2016/04/MapaViolencia_2015_mulheres.pdf. Acesso em 14 mar. 2022