



A escolha pela cultura: análise de significação dos outdoors dos vestibulares

ACAFE 2011-1.¹

Paula Taques WENDT ²

Hans Peder BEHLING ³

Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí, SC

RESUMO

O objetivo deste trabalho foi compreender a utilização da linguagem textual e imagética utilizada nas peças de outdoor da campanha de vestibular de verão 2011/1 das universidades vinculadas ao sistema ACAFE de Santa Catarina, bem como buscar estabelecer uma relação entre estas peças com aspectos gerais da cultura catarinense. O trabalho iniciou com uma pesquisa exploratória bibliográfica sobre as teorias da lingüística e semiologia de Ferdinand De Saussure, para em seguida aplicar alguns destes conceitos nas análises dos outdoors. A partir das análises constatou-se que não há uma ligação direta entre as peças analisadas e os aspectos estereotipados que caracterizam a cultura das diferentes regiões catarinenses, apenas uma relação com o universo jovem e temas específicos ligados à vida acadêmica e profissional.

PALAVRAS-CHAVE: significação; vestibular; outdoor; dicotomias.

1. INTRODUÇÃO

O sistema ACAFE engloba em todo o estado de Santa Catarina, 14 entidades de ensino superior. As campanhas de vestibular dessas entidades, todos os anos, desejam cada vez mais, atrair seu público-alvo, ou seja, os jovens. Analisar estas campanhas por microrregião, neste caso a análise dos outdoors, através das teorias propostas por Ferdinand de Saussure, poderá se perceber se há algum traço de semelhança e cultura em todas elas, ou se cada uma destina-se a seu público específico por região.

O estruturalismo tem como base os estudos do linguista suíço Ferdinand Saussure. O estudioso foi considerado o pai do estruturalismo e da semiologia, e serviu como referência á vários outros autores que ampliaram o leque dessas disciplinas. Os estudos de Saussure acerca do tema fez com que se criassem cinco dicotomias para dividir a linguagem e os seus significados. São elas: Língua x fala, Sincronia x diacronia, Sintagma x paradigma, Significado x significante e Semiologia x lingüística. É através deste estudo que se tem a base para a análise das campanhas de vestibular das

¹ Trabalho apresentado no IJ 2 – Publicidade e Propaganda do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2012.

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da UNIVALI; email: paulaw@univali.br

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da UNIVALI; email: hanspeda@terra.com.br



universidades do Sistema ACADE em Santa Catarina. O estudo da cultura geral e especificamente em Santa Catarina, neste artigo é para tratar do estudo das universidades do sistema ACADE de ensino, tendo em vista que, o sistema possui entidades espalhadas por todo o estado e que cada região possui culturas e diversidades entre si. Através da análise de outdoors que segundo Sampaio (1999) é a mais utilizada forma de propaganda ao ar livre e apresenta como maior benefício seu grande impacto sobre a população, questiona-se quais os traços e aspectos da diversidade e da representação cultural podem ser identificados via análise de significação dos outdoors dos vestibulares 2011-1 das Universidades integrantes do sistema ACADE. A diferença cultural por distribuição de regiões dessas instituições fora a base para o começo dos estudos. Conhecer a teoria da significação e analisar os aspectos técnicos para se fazer esta análise são os objetivos específicos deste trabalho, assim como, estabelecer uma relação entre a cultura e a representação da cultura nos outdoors do sistema ACADE, definir este sistema e a sua publicidade e analisar os significados dos outdoors nas campanhas de vestibular 2011-1 das universidades integrantes do Sistema ACADE em Santa Catarina.

O estudo parte do pressuposto que existem traços de representação da diversidade cultural catarinense presentes nas peças de outdoors estudadas, e também do pressuposto que os outdoors das diferentes universidades escolhidas são realmente diferentes entre si, mas possuem uma relação comum com a cultura catarinense.

O trabalho está dividido em seis capítulos tendo como o primeiro, uma introdução ao tema estudado, no segundo uma breve introdução ao contexto de cultura geral e em Santa Catarina, no terceiro capítulo uma contextualização sobre outdoors, no seguinte capítulo uma descrição do histórico do Sistema ACADE e vestibulares, os estudos linguísticos encontram-se no quinto capítulo e por fim a análise das peças assim como as demais conclusões.

2. REPRESENTAÇÃO DA CULTURA EM SANTA CATARINA

O termo cultura para Laraia (2006) é definido como sistemas que servem para adaptar as comunidades humanas aos seus embasamentos biológicos, isto inclui tecnologias e modos de organização econômica, padrões de agrupamentos sociais, crenças e assim por diante. Para Gomes (2011) cultura nada mais é que a forma de o homem se relacionar em coletividade, isto de forma consciente ou até mesmo inconsciente, para



ele conseguir se instituir dentro de um sistema para que possa assim se relacionar com o próximo e expressar suas maneiras de agir diante de todos os sentimentos, atos e atitudes que estão ligados ao reconhecimento deste aspecto, o sagrado que se opõe ao profano.

Diante dessas definições tem-se que o Estado de Santa Catarina possui uma área de 95.346,181 km², e segundo informações da Secretaria de Turismo, o Estado está dividido em seis mesorregiões, subdivididas em 20 microrregiões formando um total de 293 municípios. Grande parte de Santa Catarina foi colonizada por imigrantes europeus que praticamente se dividiram pelo Estado, os portugueses colonizaram o litoral no século XVIII; os alemães colonizaram o Vale do Itajaí e o Norte Catarinense em meados do século XIX e os italianos colonizaram o Sul do Estado no final do século. Já o oeste catarinense foi colonizado por gaúchos de origem italiana e alemã. Os primeiros alemães chegaram em 1829, em Florianópolis. A economia do estado nos dias de hoje caracteriza-se pelo equilíbrio nos pólos regionais e pela sua diversidade. A agroindústria no Oeste, cerâmica e mineração ao Sul. O Vale do Itajaí com a sua indústria têxtil e pesqueira e a elétrica-mecânica ao norte. O turismo é uma indústria presente por todo o estado. Toda essa miscigenação de etnias e cultura forma o estado de Santa Catarina.

3. OUTDOORS

O outdoor é uma expressão inglesa que, em vários países do mundo, designa todo e qualquer tipo de propaganda ao ar livre. Porém, no Brasil, conforme estudos de Sabadin (1990, 09), “há uma diferenciação entre outdoor e propaganda ao ar livre em geral”. No Brasil segundo Sampaio (1999) o outdoor indica um tipo específico de propaganda, painéis de rua de grandes dimensões nos quais são colados cartazes trocados a cada certo número de dias. Ainda citando Sampaio (1999) o outdoor é uma das mais utilizadas formas de se fazer propaganda ao ar livre, uma vez que os outros tipos de propaganda externa não possuem tantas opções para os esforços publicitários.

Desse modo, segundo o autor o outdoor é uma ferramenta útil por possuir um grande impacto sobre a população, apenas a propaganda em televisão supera esta mídia. Para Santos (*apud*, BORGES, 2010, p.59), o outdoor é um veículo de comunicação utilizado para persuadir o interlocutor, impor uma imagem e uma ideia, a fim de promover nele (o interlocutor) uma determinada ação. As possibilidades da utilização de um outdoor como forma de mídia são enormes, além da opção do uso de qualquer combinação de



cores e formas por ilustração, Sampaio (1999) cita ainda a alternativa da veiculação de objetos tridimensionais, dentro e fora dos limites das tabuletas.

Os outdoors analisados serão de campanhas de vestibular para universidades da região de Santa Catarina integrantes do Sistema ACAFE. Em campanhas de universidades, segundo Braga (*apud*, CAETANO e SILVA, 2010, p.6), o que se observa na publicidade atual, é a exploração de cenas de laboratórios, computadores, práticas esportivas, salas de aula, jovens no *campus*, simplificando o produto universitário.

4. SISTEMA ACAFE

Segundo Ramezanalí (2003), em 1974, os presidentes das Fundações criadas por Lei municipal e da Fundação criada pelo Estado constituíram a ACAFE – Associação Catarinense das Fundações Educacionais, entidade sem fins lucrativos, com a missão de promover a integração dos esforços de consolidação das instituições de ensino superior por elas mantidas, além de executar atividades de suporte técnico-operacional e de representá-las junto aos órgãos dos Governos Estadual e Federal. Instituído por iniciativa comunitária e com apoio dos poderes públicos municipais e estaduais – sustentado a partir da implantação de dezoito fundações mantenedoras de instituições isoladas, o Sistema ACAFE evoluiu para configurar hoje, um conjunto de 14 entidades. Todas as universidades do sistema são entidades particulares de ensino, ou seja, o aluno paga para estudar. Tendo em vista que o estado possui também universidades federais e estaduais que oferecem o ensino superior gratuito, as universidades denominadas particulares acabam tendo que captar alunos de uma maneira mais incisiva do que as gratuitas que já possuem uma vantagem levando em conta esta característica.

Ainda, de acordo com Ramezanalí (2003), o sistema ACAFE possui dois grandes desafios: promover o vestibular de toda rede e, ao mesmo tempo, respeitar as características regionais de todas as universidades que a integram. Respeitando essas características regionais, as campanhas atingem o público através da diversidade de culturas existentes em Santa Catarina. As universidades, que integram o sistema ACAFE, analisadas neste artigo serão divididas de acordo com as regiões do Estado: Oeste – Unoesc e Unochapecó, Vale do Itajaí – UNIVALI, Nordeste – UNIVILLE, Sul do estado – UNISUL e Norte – UNC. Essas universidades terão seus outdoors analisados através das Dicotomias e estudos linguísticos do linguista francês Ferdinand de Saussure.



5. ESTUDOS LINGUÍSTICOS

Os estudos teóricos acerca da linguística, enquanto ciência comprovam que, segundo Lopes (1997), antes do advento saussuriano (estruturalismo), existia a linguística histórica ou gramática comparada. Antes do século XIX, quando a linguística ainda não havia adquirido caráter científico, cujo objetivo era explicar e conservar as formas linguísticas conhecidas. Os neogramáticos pregavam a teoria da transformação das línguas à imagem e semelhança da transformação dos seres vivos, isto é, eles acreditavam que a língua tinha seu ápice e seu declínio, isto antecede o período saussuriano. Foi, então, a partir desse período segundo Lopes (1997) que Saussure revolucionou a linguística.

Os manuais de história da linguística, segundo Faraco (2005, p.27) costumam apresentar Ferdinand de Saussure como o pai da linguística moderna. Entende-se por linguística moderna, os estudos sincrônicos praticados intensamente durante o século XX em contraste como os estudos históricos, que predominaram no século anterior. E foi a partir dos estudos saussurianos (estruturalismo) que a linguística realmente se tornou ciência. O estruturalismo recorreu-se ao método científico indutivo – do particular para o geral.

De acordo com Epstein (1990) para Saussure (1995), signo linguístico é o que une uma imagem acústica (significante) a um conceito (significado) por meio de um laço arbitrário. Já símbolo, por Saussure (1995), nunca é completamente arbitrário. Há um rudimento de vínculo natural entre o significado e o significante. Sendo assim, a partir dos estudos saussurianos, a língua passou a ser abordada sob dois aspectos: identidade e diferenças, isto é, a língua possui sua própria identidade e suas diferenças. Saussure propôs diversas dicotomias diferentes para analisar as formas de linguagem, as propostas para a análise são: Sincronia x diacronia, Sintagma x paradigma e Significado x significante. A sincronia x diacronia se difere em que, a primeira é de consciência coletiva, ocupa relações lógicas e psicológicas e se unem em termos que formam uma única temática, a segunda, não depende do consciente coletivo, estuda os termos não percebidos por uma mesma consciência e que difere a forma de compreensão do sistema. A verdade sincrônica parece ser a negação da verdade diacrônica (SAUSSURE, 1995). A relação sintagma x paradigma não é aplicada somente a palavras, mas aos grupos de palavras, não se pode considerar apenas a relação que une entre si as diversas partes de um sintagma, segundo Saussure (1995), deve-se também



levar em conta a que liga o todo com as diferentes partes. O significante do signo por ser auditivo, é acústico e se forma de acordo com o tempo, seus elementos são como uma cadeia. Por ter este caráter o autor afirma que “esse caráter aparece imediatamente quando os representamos pela escrita e substituímos a sucessão do tempo pela linha espacial dos signos gráficos” (SAUSSURE, 1995, p.84). Já o significado não une algo e uma palavra, ele une um conceito a uma imagem acústica, ou seja, quando lemos um livro, conseguimos captar as palavras mentalmente, sem mover os lábios ou a língua, isso se dá, pois as palavras são para nós imagens acústicas.

A análise das imagens utilizando as dicotomias propostas, se dá através da descrição detalhada das imagens, transformando tudo em significante e significado, após isso pode-se através dessas definições analisar como cada elemento está disposto e o que ele quer passar como mensagem, utilizando-se assim as outras dicotomias e suas definições.

6. METODOLOGIA

Esta é uma pesquisa exploratória, pois como afirma Gil (1991, p.45) “estas pesquisas têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses”. Seu planejamento, conforme Gil (1991, p. 45), “é bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado”. Também é bibliográfica, pois busca documentos pertinentes ao tema estudado e faz um fichamento das referências e dos dados dos documentos, segundo definição de Barros (2005).

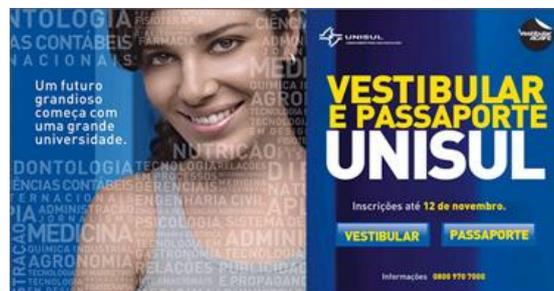
A delimitação será um estudo de caso, pois como afirma Gil (1991, p. 58), “é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira que permita o seu amplo e detalhado conhecimento”. E a análise será feita por significação dos símbolos, pois busca relacioná-lo com o maior e o mais significativo número e natureza de possibilidades, buscando compreender as relações entre eles, mesmo que de acordo com Barros (2005) sejam estabelecidos alguns paradoxos incontornáveis. A população estudada serão todas as universidades do Sistema ACADE um total de 14 Universidades em todo o estado de Santa Catarina. O critério de seleção da amostra será uma Universidade selecionada por julgamento da autora, por seis mesorregiões, assim como o objeto de estudo analisado serão os outdoors do vestibular de verão 2011-1, também por mesorregião. A análise será feita através de texto, separado apenas pelas propostas dicotomias.

7. ANÁLISE DAS DICOTOMIAS NOS OUTDOORS

A seguinte análise de significação será feita utilizando-se algumas das dicotomias propostas pelo linguista Ferdinand de Saussure, são elas: Sincronia X diacronia, Sintagma X paradigma, Significado X significante.

Nas análises feitas observam-se alguns elementos semelhantes nas imagens através de algumas dicotomias, são elas a sincrônica e a diacrônica e alguns elementos do sintagma. A sincrônica é todo o contextual da imagem que ocorre no presente, como a época, o motivo, são os elementos do mundo em relação à imagem, em todas as figuras analisadas a sincronia é encontrada nas roupas e acessórios utilizados pelos modelos que aparecem na campanha, são roupas jovens assim como eles. Já os elementos diacrônicos da imagem são elementos que são percebidos por serem uma coisa e não outra coisa, como em todos os objetos analisados tem-se que a campanha é destinada para a divulgação do vestibular 2011-1 e não da universidade como um todo. Os elementos do sintagma são comuns a todos na forma de leitura do outdoor que é feita da esquerda para a direita.

Figura 1: Outdoor vestibular da UNISUL (Tubarão e Florianópolis) 2011.



Os elementos sincrônicos da imagem estão nas palavras dispostas na imagem que são de cursos que a universidade oferece, mostrando assim a diversidade de escolhas que o aluno pode ter ao escolher a entidade. Na frase principal o jogo de palavras é feito com a palavra “Grande”, onde se compara o futuro grandioso da escolha com a universidade como sendo uma grande universidade na região em que está localizada. A palavra “Passaporte” remete à viagens, mas também no contexto quer significar a sua entrada para o mundo universitário, além, do vestibular que é o foco da campanha. Elementos diacrônicos já foram citados nas semelhanças de todas as imagens. Para com o sintagma na imagem, na esquerda lê-se a frase de chamada, observa-se o fundo azul e as palavras espalhadas e a foto da modelo sorrindo. Seguidamente lê-se o anúncio: “Vestibular e



Passaporte UNISUL”, logo abaixo a data de inscrição. Nos dois cantos superiores direito tem-se a logo da Universidade e do Vestibular ACADE e na parte de baixo um telefone para informações. Em relação à questão do paradigma da imagem, a frase chamada, que deseja expressar a certeza de um futuro grandioso e que este pode ser encontrado na grande universidade que se denomina a UNISUL, é complementado pela figura da modelo sorrindo e com confiança. O significado da imagem pode ser visto como a cor utilizada em maior escala foi o azul, em seus diferentes tons, o amarelo e o branco. A utilização do azul causa um grande contraste com o branco e com o amarelo. A tipologia usada sem serifa deixa a mensagem com fácil leitura e descontraída. A jovem na foto representa também esta descontração, pois está sorrindo e com roupas. E em relação ao significante na imagem deste outdoor aparece, no lado esquerdo, a foto de uma mulher, morena, sorrindo. Em volta dela palavras em branco com transparência, como: Medicina, Nutrição, Agronomia, etc. que representam profissões. No texto diz: “Um futuro grandioso começa com uma grande universidade.” No lado esquerdo da imagem tem um fundo azul claro com um azul mais escuro, um texto em amarelo que diz “Vestibular e Passaporte” e em branco o nome da universidade “UNISUL”.

Figura 2: Outdoor Vestibular da UNIVALI (Itajaí) 2011



Elementos sincrônicos utilizados na imagem são peças de quebra-cabeça, um jogo muito conhecido e de fácil reconhecimento por todos. O texto apresenta um jogo de palavras com as palavras “Universidade” e “Verdade”. Elementos de diacronia da imagem utiliza do elemento de jogos como o quebra-cabeça e não de outra função que poderia ser lhe dada. Divulga apenas o site e um telefone para contato e não o local onde a inscrição pode ser realizada e nem as datas do vestibular. Com sintagma, primeiramente vê-se a imagem dos dois jovens segurando duas peças de quebra-cabeça onde se lê “Universidade de Verdade”. Depois se vê o fundo com uma mesa e cadeiras e em primeiro plano a frase “Inscrições Abertas” o site e telefone para contato. Na parte

inferior esquerda, mais duas peças de quebra-cabeça ontem se tem a logo do Sistema ACAFE e da Universidade Comunitária, e no canto inferior direito a logo da UNIVALI. Os paradigmas estão em relação aos dois jovens sorrindo e segurando o quebra-cabeça, afirmando que a UNIVALI considera-se uma “universidade de verdade”. Os dois quebra-cabeças só se encaixam porque se opõem uma peça à outra, e a frase só possui sentido, pois as palavras “Universidade” e “Verdade” possuem letras em comum que conseguem fazer este jogo de palavras em complemento com as peças do quebra-cabeça. O significado da imagem está nas cores utilizadas que foi o azul, laranja e o amarelo. O amarelo e o laranja são cores de ótimo contraste com o azul, e cores que chamam a atenção em um outdoor. A imagem possui seu significante, quando apresenta dois jovens, um menino de cabelos curtos e blusa de manga comprida preta com azul, e uma menina de cabelos ruivos, camiseta amarela e calça jeans. Ambos estão sorrindo e segurando cada um uma peça de quebra-cabeça. Do lado direito do outdoor temos escrito na cor em laranja, a seguinte frase: “Inscrições abertas” o site da universidade e também o telefone para informações. Na parte inferior tem mais uma peça de quebra-cabeça em azul, de um lado a logo do Sistema ACAFE e da Universidade Comunitária e do outro a logo da UNIVALI. Toda a peça possui tons de azul, laranja, cinza e amarelo. O fundo é uma mesa com cadeira, o que remete à sala de aula.

Figura 3: Outdoor Vestibular da UNIVILLE (Joinville) 2011.



Elementos sincrônicos, no fundo do outdoor aparecem elementos de estudo como o globo terrestre, números, letras, o símbolo do Pi, uma cadeia de DNA, etc. Todos os ícones que representam o universo do jovem que esta estudando pra ingressar numa universidade através do vestibular. A frase chamada “Suas escolhas, seu universo”, fala com o jovem no presente, e quer passar a sensação de que ele pode escolher o que quiser e o que se encaixa melhor dentro do seu mundo, ou seja, a Univille. A relação da diacronia da imagem é de que a relação da palavra “universo” quer dizer o universo jovem, como eles vivem e se comunicam. O sintagma prevê que, primeiramente se vê o

letreiro escrito “Vestibular Univille”, que está em maior destaque, logo abaixo em letras menores a frase “Suas escolhas, seu universo”, com menos destaque. No lado esquerdo têm-se os que se estendem por toda a parte esquerda da peça. A menina que ocupa a maior parte do lado esquerdo do outdoor, e no canto inferior esquerdo tem-se a logomarca da UNIVILLE. Tendo em vista o paradigma da imagem o letreiro principal só se destaca das demais imagens, pois está em um tamanho de fonte muito maior e em cores que se opõem ao cinza do fundo da peça. A menina e a logomarca da universidade também possuem maior destaque, pois estão com cores fortes e chamativas. Os ícones que aparecem ao fundo só possuem sentido por serem elementos do conhecimento da maioria dos jovens que estão prestando vestibular. O significado como o das cores verde e rosa são fortemente utilizados nesta imagem, o verde representando a cor da universidade, que esta presente também na logo, e o rosa, como uma cor de contraste e que chama a atenção em uma mensagem por ser um tom forte e escuro. A jovem utilizada na foto, usando roupas joviais e sorrindo, mostra descontração e alegria. Já o significante nesta imagem tem-se que no lado direito está escrito: “Vestibular Univille” em caixa alta e com grande destaque em cor de rosa e verde com dimensões, e embaixo “suas escolhas, seu universo” tudo em caixa baixa e em cinza. No lado direito tem-se a foto de uma menina, sorrindo, cabelo castanho claro e com uma blusa cor de rosa. O fundo da imagem é todo cinza, com desenhos, na cor predominantemente cinza. No canto inferior direito a logo da Universidade UNIVILLE.

Figura 4: Outdoor Vestibular da UNOESC (Chapecó) 2011.



Os elementos sincrônicos estão presentes nos dois jovens sentados, na motocicleta, no aparelho de som, no notebook, celular e nos demais elementos que aparecem em volta dos dois. As cores e as letras utilizadas também possuem um ar de descontração com cores fortes e letras arredondadas. Elementos diacrônicos tem-se uma peça com referências do mundo jovem e que busca somente a identificação com este segmento de público. A peça é extremamente colorida em seus elementos e apenas com o fundo



branco, não desejando o efeito contrário. Possui texto apenas informativo sobre as datas e o nome da universidade, sem nenhum efeito promocional da própria universidade. O sintagma da imagem primeiramente identifica-se o nome da universidade que está em letras garrafais, logo abaixo, no mesmo quadrado, as datas de inscrição dos vestibulares. No lado direito a foto dos jovens sentados e logo após se vê os ícones que estão em volta, relacionados com o universo deles e do público que se deseja atingir. No canto inferior direito têm-se as logos da Universidade Comunitária, do Sistema ACADE e da Unoesc, nesta exata ordem de colocação. O paradigma tem como destaque maior da peça que está em suas cores que chamam maior atenção por estar em um fundo branco, que logo, não se opõem aos outros elementos. As figuras dos dois jovens e dos elementos que estão em volta deles só possuem sentido por possuírem contextual idade com o universo do público que se deseja. O significado está nos tons de rosa, roxo e verde que são utilizados nesta imagem, tendo bastante contraste entre eles. Os dois jovens sentados, e com vários objetos em volta de si, representam o universo jovem, fazendo assim com que o público logo se identifique com a mensagem. O significante na imagem deste outdoor são os quadrados com pontas arredondadas nas cores roxo, rosa claro e verde. Dentro destes quadrados está escrito “UNOESC” em letras garrafais e em tons de roxo. No lado esquerdo da imagem há duas pessoas, um menino e uma menina, sentados, uma moto, um buquê de flores, o menino está segurando um notebook e a menina um celular, também se observa uma bolsa e alguns livros e revistas. O fundo todo é branco e no canto inferior esquerdo observamos três itens: a logo da Universidade Comunitária, da ACADE e da UNOESC.

Figura 5: Outdoor Vestibular da UnC (Canoinhas, Mafra, Concórdia, Curitiba) 2011.



Os elementos sincrônicos da imagem estão presentes nos elementos de textos e as caixas em que eles estão inseridos lembram banners de sites, que é algo atual. O texto do “Vestibular ACADE” está colocado como se fosse um adesivo de colagem e se sobrepõem as outras caixas de texto, dando um ar descontraído ao outdoor. A diacronia

está presente semelhante as outras peças analisadas e citadas a cima. O sintagma é visto primeiramente a logo em forma de adesivo do Vestibular ACADEMIA é o que se lê primeiramente, após isso na sequência do retângulo tem-se o texto do “Vestibular de Verão 2011 ACADEMIA – UNC”, e no lado direito ocupando a maior parte, a foto da jovem sorrindo. Já para os elementos de paradigma é que, a peça possui destaque em suas cores por possuir um fundo branco e neutro, o que é positivo na hora da leitura das outras informações, não havendo uma disparidade de cores. A foto da moça só é representada aqui por ser uma moça jovem e que combina com o público-alvo da campanha. O azul do fundo é utilizado para representar a cor da universidade e o verde a universidade comunitária que a ACADEMIA integra. No significado, as cores azul, verde e branco são utilizadas neste outdoor, o azul remetendo a logo da universidade que apesar de não estar presente nesta imagem é azul também. O verde está contrastando com os tons de azul e é uma cor que chama a atenção. A jovem na foto representa o universitário e mostra-se confiante e alegre, emoções que o público deve se identificar. E para o significante da imagem neste outdoor tem-se, do lado esquerdo uma logo redonda em preto e verde escrito “Vestibular ACADEMIA”, um retângulo azul com listras em azul claro e verde onde esta inserido o texto “Vestibular de Verão 2011 ACADEMIA – UNC”. No lado direito da imagem temos a figura de uma mulher, com um “leve” sorriso, cabelos pretos e pele clara. O fundo do outdoor é branco.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estruturalismo e os estudos do linguista Ferdinand de Saussure, deram base a esse estudo de análise dos outdoors do Sistema ACADEMIA 2011-1. O autor criou em suas teses algumas dicotomias linguísticas que desenvolve a análise de significação de imagens e textos, transformando tudo em ícones, o que facilita a associação com os pressupostos das dicotomias. Para a análise dos outdoors foram resgatadas apenas três dicotomias, são elas: Sincronia X diacronia, Sintagma X paradigma e Significado X significante. Os objetivos eram conhecer a teoria da significação e analisar os aspectos técnicos para se realizar uma análise, e assim, estabelecer uma relação entre a cultura e a representação da cultura nos outdoors do Sistema ACADEMIA. A pesquisa partia da ideia de que, haviam traços desta representação em cada outdoor, seja ela regional ou da cultura geral em toda Santa Catarina. Para isso o método de análise utilizado foi a pesquisa exploratória e um estudo de caso sobre os objetos estudados.



Os principais conceitos analisados sobre os resultados teóricos foram que a cultura em Santa Catarina esta dividida em seis mesorregiões, que foram a delimitação da escolha dos outdoors, uma peça por região. Com a peça gráfica, o outdoor, constatou-se que é um veículo de comunicação muito utilizado para persuadir o interlocutor. E a cerca dos estudos linguísticos, concluiu-se que a melhor forma de se análise dos outdoors era através das Dicotomias. O que se esperava era encontrar traços de cultura das diferentes regiões em todas as peças analisada. O que se constatou foi que, as peças diferem-se apenas na utilização de cores, fotos e textos diferenciados, mas que todas possui algum ícone jovem, geralmente foto de alguma menina ou menino, ou ambos, em idades semelhantes ao público que se deseja atingir. Nenhuma delas possuem traços de cultura de suas respectivas regiões, divulgam apenas o vestibular e a universidade.

Para o conhecimento de determinadas campanhas, esta análise pode contribuir para o estudo de demais peças partindo da análise primeiramente feita. O estudo do Sistema ACADE também é válido por se tratar de um grande sistema educacional da região de Santa Catarina. Para trabalhos futuros indica-se uma análise semiótica sobre os outdoors para se descobrir outros aspectos das imagens e outras conclusões diante da representação da cultura nos mesmos. Também pode ser realizada uma análise com o público-alvo das campanhas para se verificar se a mensagem que se quis passar foi aceita. A análises de outras peças da campanha, também podem ser analisados futuramente para se descobrir outras formas de se passar a mensagem.

Este estudo possui relevância junto aos estudos Saussurianos, pois a identificação da cultura catarinense, através da análise de suas dicotomias proposta há tantos anos atrás, mostra que, os estudo linguísticos podem ser utilizados nos dias de hoje para a realização de campanhas atuais, e que através disso, se forem feitos estudos mais cautelosos, a cultura pode ser inserida nesse contexto.

9. REFERÊNCIAS

BORGES, Maria Joselene de Quadro Reis. **Não deixe de... Uma análise semiótica de uma mensagem de outdoor**. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Cultura, Memória e Desenvolvimento Regional do Departamento de Ciências Humanas, da Universidade do Estado da Bahia – UNEB, Campus V, 2010.

CAETANO, Jean Gilberto; SILVA, Roberta Del-Vechio de Oliveira. **A Publicidade nas Instituições de Ensino Superior do Alto e Médio Vale do Itajaí**. Trabalho



apresentado à Sessão de Temas Livres do XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2010.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. **Métodos e Técnicas de pesquisa em comunicação**. SP: Atlas, 2005.

EPSTEIN, Isaac. **O Signo**, 3º ed., 1990. São Paulo.

FARACO, Carlos Alberto. **Estudos pré-saussurianos**. In: MUSSALIM, Fernanda. Bentes, Anna Christina (orgs). Introdução à linguística. V. 3. 2. ed., São Paulo: Cortez, 2005.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**, São Paulo: Atlas, 1996.

LARAIA, Roque Barros. **Cultura, um conceito antropológico**, 2006.

LOPES, Edward. **A semiolinguística de Ferdinand de Saussure**. In: A identidade e a diferença. São Paulo; EDUSP, 1997.

RAMEZANALI, Mehran. **Endomarketing: Aplicação de Marketing Interno nas Instituições de Ensino Superior de Santa Catarina, Brasil**. Dissertação apresentada ao Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Administração - PPGAD do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Regional de Blumenau, 2006.

SABADIN, Celso (org). Outdoor, **uma visão do meio por inteiro**. SP: Central do Outdoor, 1990.

SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z**, 2º ed., 1999.

SAUSSURE, Ferdinand De. **Curso de Linguística Geral**. 1995.

Secretaria de Turismo do Estado de Santa Catarina (SANTUR). Disponível em:

<http://www.imprensa.santur.sc.gov.br/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=13&Itemid=34&lang=> Acesso em: 16 de outubro. 2011.