

## **USAIN BOLT E O CORPO MÁQUINA: ASSOCIAÇÕES E METÁFORAS NO ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DO NISSAN GT-R**

Suely Oliveira dos Santos, Fabio Zoboli / Universidade Federal de Sergipe.

### **INTRODUÇÃO**

Atualmente, é muito comum as empresas contratarem atletas esportivos de destaque para promover suas marcas e vender seus produtos. O Jamaicano Usain Bolt, recordista olímpico, conhecido internacionalmente como o maior velocista de todos os tempos, foi a personalidade escolhida em 2012 pela Nissan – marca de veículos japonesa – para ser a estrela dos anúncios e promover a versão 2013 do “Nissan GT-R”, um carro superesportivo.

O corpo sempre se mostrou vulnerável enquanto natureza, e na superação dessas vulnerabilidades, o ser humano buscou manipular conhecimentos, técnicas e objetos afim de reforçar suas fragilidades. Assim o corpo historicamente foi se incorporando com a ciência/tecnologia e se transformando em formas que não se havia pensado antes. Num primeiro momento a metáfora aparece sob a ótica do “relógio”, avança para o modelo da “máquina a vapor”, e, na contemporaneidade, assume a condição do “chip”.

Sendo assim, o presente trabalho tem como objetivo analisar os elementos metafóricos de um anúncio publicitário capaz de conferir a relação entre corpo e máquina através da manipulação simbólica do atleta/velocista Usain Bolt e do carro superesportivo Nissan GT-R, respectivamente.

### **RESULTADOS E DISCUSSÕES**

Através de uma abordagem qualitativa do tipo descritivo exploratória, foi feita uma análise de produto midiático sob o método da “análise fílmica”, primeiro no sentido da fragmentação e descrição do “filme publicitário” e, por conseguinte, da reconstrução e interpretação do mesmo, partindo de quatro temas: 1) perspectivas mecânicas e anatômicas; 2) velocidade e aerodinâmica; 3) performance e suas tecnologias; 4) recordes, títulos e prêmios.



Figura 1: Usain Bolt vs Nissan GT-R Fonte:

Recorte e manipulação do anúncio feita pelos autores



## CONCLUSÕES

Os resultados apontam que o anúncio suspenso para análise metaforiza o corpo de Bolt com a máquina pautado sob a óptica da anatomia e da fisiologia numa mescla com artefatos mecânicos e tecnológicos do Nissan GT-R. E fica claro que a publicidade, dentre as suas inúmeras estratégias, tem buscado realizar associações entre valores de um determinado produto à partir daqueles proferidos por celebridades. Sob uma perspectiva sígnica, são feitas as devidas transferências através de um jogo pautado na manipulação emocional e simbólica, a fim de alavancar a venda de produtos de consumo. Conferir personalidade ao produto para que o consumidor adquira um signo identitário através dele integra uma estratégia em termos táticos de venda.

## REFERÊNCIAS

BÁRTOLO, J. **Corpo e sentido**: estudos intersemióticos. Portugal/ Covilhã: Livros Lab Com, 2007.

VANOYE, F.; GOLLIOT-LÉTÉ, A. **Ensaio sobre a Análise Fílmica**. Campinas-SP: Papyrus, 1994.

KUNZRU, H. "Você é um ciborgue": Um encontro com Donna Haraway. In SILVA, T. T. **Antropologia do ciborgue: as vertigens do pós-humano**. P. 19-37. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.