

MC DONALD'S X DUOLINGO: ANÁLISE ATRAVÉS DA SEMIÓTICA DA CULTURA

Clara de Almeida Zenaro[1]
Thiago do Santos Garcia[2]
Vinicius Augusto Gomes Dias[3]

Alunos em Publicidade e Propaganda pelo Centro Univertário Sagrado Coração.
(Unisagrado)

RESUMO

Este trabalho analisa como os signos presentes em um comercial da parceria entre Duolingo e McDonald's. A partir da Semiótica da Cultura, com base em Lotman (1996), investigamos como cada marca demonstra sua semiosfera e como elementos simbólicos se articulam na peça publicitária para gerar significados. Também são considerados os cenários de marketing de conteúdo e parcerias de marca como estratégias para ampliar o alcance.
Palavras-chave: semiótica da cultura; marketing de conteúdo; semiosfera.

INTRODUÇÃO

A publicidade contemporânea explora a intersecção entre marcas e cultura por meio de signos capazes de comunicar valores, comportamentos e identidades. Este estudo propõe uma análise semiótica do vídeo de lançamento do Mc Fish and Chips desenvolvido em parceria entre Duolingo e McDonald's, observando como os signos presentes articulam representações culturais. Utilizando a Semiótica da Cultura, buscamos entender como essas marcas constroem significados em suas semiosferas e se apropriam de estratégias como o marketing de conteúdo e colaborações entre empresas para se conectar com o público.

OBJETIVOS

Investigar como a Semiótica da Cultura pode ser aplicada para entender a construção de sentido na colaboração publicitária entre McDonald's e Duolingo.

METODOLOGIA

Nessa abordagem utilizaremos a Semiótica da Cultura, que para VELHO(2009), essa metodologia se torna válida para análise e reflexão, sendo base para qualquer produção cultural.

Além disso, nós utilizaremos das pesquisas bibliográficas, que segundo GIL(2008) é constituída através de material já elaborado como livros e artigos.

RESULTADOS PARCIAIS

A Semiótica da Cultura, nasceu na Escola de Tartu, ela analisa os signos dentro de contextos culturais... Dois conceitos centrais são a semiosfera, espaço onde ocorrem as produções de signos, e o texto, que se manifesta em expressões como cinema, teatro e dança, entre outros. (LOTMAN, 1996).



A partir do conceito de semiosfera, vamos analisar essa mesma concepção das duas marcas:

- A análise da semiosfera do McDonald's, revela como a marca constrói um sistema simbólico complexo que vai além da simples venda de alimentos. Os elementos como o logotipo, as cores, as campanhas publicitárias, o design dos restaurantes e a padronização global formam uma rede de signos própria... Essa construção transforma produtos como o Big Mac em ícones de sua cultura.

- O Duolingo também constrói sua própria semiosfera por meio de elementos simbólicos como o mascote Duo, personagens com identidades visuais marcantes, recursos de gamificação e notificações personalizadas. Cada componente, as cores e ícones à linguagem das mensagens, gera significados que estimulam o engajamento e a identificação emocional com o usuário. As histórias e interações entre personagens reforçam ainda mais essa construção, tornando o aprendizado uma experiência cultural imersiva.

Ao analisar o vídeo, vemos alguns elementos visuais dessas semiosferas que se repetem e aparecem durante sua exibição, assim criando uma síntese desses dois universos.

Além disso, ao fazer uma análise da semiosfera geral do cenário geral atual, percebemos dois fatores que poderiam ter influenciado essa parceria entre marcas, as colaborações ou “collabs”. Em uma pesquisa da *Exame*, é dito que as parcerias entre marcas, ou entre marcas e celebridades, alcançam novos públicos e impulsionam resultados, tanto para vendas quanto para o fortalecimento da marca...

O outro cenário apresentado seria o de Marketing de Conteúdo. Em uma pesquisa feita pelo ICESP, podemos considerar esse conceito como sendo:

> O Marketing de conteúdo consiste em ajudar as empresas a assumirem um posicionamento diferenciado perante o público, em que elas não falam apenas do que vendem, mas do que elas conhecem (PESQUISA ICESP APUD POLITI, 2013).

O marketing de conteúdo é algo bastante utilizado pelo Duolingo, que anteriormente era uma plataforma com uma comunicação mais institucional e, com o tempo, foi ganhando um tom mais humorístico. A campanha do vídeo gerou desdobramentos em memes feitos pela marca.

CONCLUSÕES

A análise da campanha evidencia como McDonald’s e Duolingo utilizam seus sistemas simbólicos para construir uma narrativa integrada, onde signos visuais e linguísticos reforçam as identidades de marca. Além disso, a parceria reflete estratégias atuais de marketing que buscam fortalecer laços com o público por meio de colaborações criativas.



REFERÊNCIAS

Análise McDonald's. Disponível em: <https://observatoriodoaudiovisual.com.br/blog/analise-mcdonalds/>.

ANTONIO. Duolingo : uma análise sobre a comunicação digital da marca e o humor como conexão com o usuário. Ufpr.br, 2023.

DE, F.; COUTINHO, C. CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS -FATECS COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA. [s.l: s.n.]. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/9593/1/21342801.pdf>.

DE, M.; BACHA, L. Semiótica Aplicada ao Marketing: a Marca Como Signo. [s.l: s.n.]. Disponível em: <https://arquivo.anpad.org.br/diversos/down_zips/9/enanpad2005-mktc-1263.pdf>.

HONORATO, R. Duolingo: como a diversão e memes compõem as estratégias de marketing. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/marketing/duolingo-estrategias-marketing>.

ICASSATTI, M. **Por que as marcas estão investindo cada vez mais em collabs**? Disponível em: <https://exame.com/marketing/por-que-as-marcas-estao-investindo-cada-vez-mais-em-collabs/>.

IMPACTO DO MARKETING DE CONTEÚDO CONTENT MARKETING IMPACT. [s.l: s.n.]. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/236680059.pdf>.

LOTMAN, I. I. Lotman - Semiosfera I.pdf. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/0Bx55gU-wRekPWGZ5MjB3bWlSa3lpRk5SNWVwUXRnQQ/view?pli=1&resourcekey=0-4Rmxt5sEHRK0bgInYBz34Q>.

OSWALD, L.; DIRECTOR. **Semiotics and Strategic Brand Management**. [s.l: s.n.]. Disponível em: <https://marketingsemiotics.com/wp-content/uploads/2019/04/SEMIOTICBRANDSOswald-copy.pdf>.

SATAKA, Mayara Mayumi. **Análise do aplicativo Duolingo para aprendizagem de língua espanhola: uma pesquisa narrativa.** 2019. 181 f. Dissertação (Mestrado em Linguística e Língua Portuguesa) – Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", Araraquara, 2019. Disponível em: https://agendapos.fclar.unesp.br/agenda-pos/linguistica_lingua_portuguesa/4881.pdf.