

**A SEMIÓTICA NA PUBLICIDADE DE MODA: OS SIGNOS DA CAMPANHA
PUBLICITÁRIA OUTONO/INVERNO MULBERRY 2013/14**

Orientadores: SANTOS, Silvia Spagnol Simi dos

Pesquisadores: CERON, Giandrae

Curso: Publicidade e Propaganda

Área: Área das Ciências das Humanidades

Resumo: O presente resumo é fruto de uma pesquisa de trabalho de conclusão de curso de graduação em Comunicação Social habilitação em Publicidade e Propaganda e aborda uma investigação semiótica a respeito da campanha publicitária de moda da marca Mulberry, referente a sua coleção Outono/Inverno 2013/14. O objetivo é analisar os elementos sígnicos da campanha e suas representações simbólicas. A metodologia utilizada foi bibliográfica de cunho qualitativo visando analisar os elementos sígnicos das peças publicitárias. A análise foi estruturada na teoria semiótica e dividida em três pontos de vista o 1) ponto de vista qualitativo icônico, o 2) ponto de vista singular-indicativo e o 3) ponto de vista convencional-simbólico. Esta investivação é relevante pois a publicidade de moda sempre utiliza signos na transmissão de suas mensagens e sua compreensão desses é de importância para estudades de comunicação. Como conclusão compreendemos que toda campanha publicitária se utiliza de símbolos que estão aptos a produzir diferentes significações e transmitir os valores que a marca possui.

Palavras-chave: Semiótica. Publicidade. Moda. Símbolos. Significado.

E-mails: silvia.simi@unoesc.edu.br gi_ceron@hotmail.com