CONIC SEMESP

17° Congresso Nacional de Iniciação Científica

TÍTULO: **O BOTICÁRIO E O FILME "CASAIS": ANÁLISE DA CONSTRUÇÃO AUDIOVISUAL E SEU CONTEXTO NA CONTEMPORANEIDADE.**

CATEGORIA: **CONCLUÍDO**

ÁREA: **CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS**

SUBÁREA: **COMUNICAÇÃO SOCIAL**

INSTITUIÇÃO: **UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI**

AUTOR(ES): **LAURA MARIA FERREIRA ALVES**

ORIENTADOR(ES): **SANDRA TRABUCCO VALENZUELA**

Realização: SEMESP

Apoio: UNITALO CENTRO UNIVERSITÁRIO ÍTALO BRASILEIRO

O BOTICÁRIO E O FILME "CASAIS": ANÁLISE DA CONSTRUÇÃO AUDIOVISUAL E SEU CONTEXTO NA CONTEMPORANEIDADE

Laura Maria Ferreira Alves[1]

RESUMO

O artigo apresenta a análise do filme publicitário "Casais", realizado pela agência de publicidade AlmapBBDO, em 2015, para o dia dos namorados, com a representação de casais homoafetivos. O estudo de periódicos, assim como a apresentação da carta escrita pelo pai da psicanálise, Sigmund Freud, nos mostram, no decorrer do desenvolvimento, a influência que opiniões externas possuem na vida de um homossexual, assim como a relação com a dificuldade de aceitação da família. A importância da representatividade na publicidade também é um aspecto evidenciado no decorrer do artigo.

Palavras Chave: filme publicitário; comercial o boticário; homoafetividade.

INTRODUÇÃO

Produzida pela agência AlmappBBDO, para a fragrância multigênero da Egeo, a campanha intitulada ‘Casais’ foi dirigida por Heitor Dhalia, e a construção do roteiro oferece a seus espectadores um plot twist, isto é, uma mudança inesperada na narrativa, ao apresentar dois dos quatro casais como homoafetivos. O tema abordado trará a discussão da homoafetividade e seu contexto na contemporaneidade, com relação ao filme. A campanha de O Boticário realizada em 2015 para o Dia dos Namorados recebeu mais de 500 reclamações no site Reclame Aqui (reclameaqui.com.br), sendo denunciada ao Conar, e, mais tarde, aceita por seu relator– representante da sociedade civil do conselho de Ética do Conar - por ser considerada uma realidade da sociedade contemporânea.

A decupagem do comercial que será apresentada no decorrer do desenvolvimento nos permite observar a construção das cenas e o plot twist da história. Serão estudados depoimentos de usuários da internet da época, além de jornais online e periódicos que envolvam o tema contemporâneo abordado. Planos e ângulos de câmera serão baseados no livro *On Camera* de Harris Watts.

OBJETIVO

O objetivo deste trabalho é a análise do filme publicitário intitulado ‘Casais’, produzido em 2015, para a campanha do Boticário para o dia dos namorados. A peça foi realizada para apresentar a fragrância multigênero Egeo, trazendo ao público a história de vários possíveis casais heterossexuais se preparando para um encontro. No decorrer da narrativa, há um plot twist: é descoberto pelo público que dois dos quatro casais são homoafetivos.

METODOLOGIA

[1] Aluna do 4º período do curso de Publicidade e Propaganda, Campus Vila Olímpia; aluna de Iniciação Científica da Universidade Anhembi Morumbi, orientada pela Profa. Dra. Sandra Trabucco Valenzuela.

Para analisar a peça, fez-se inicialmente a decupagem da peça publicitária, montando um roteiro técnico, separando cenas, com base em Harris Watts e seu livro *On Camera* (São Paulo: Summus, 2010). A seguir, foi realizado um levantamento sobre a reação do público diante do comercial, usando como fonte o site "Reclame Aqui" (http://www.reclameaqui.com.br/) e jornais da época que ainda possuem seu conteúdo disponível na internet.

A seguir, faremos um estudo sobre a bibliografia existente sobre homoafetividade, no intuito de verificar e utilizar conceitos fundamentais para trabalhar a questão no momento da análise do filme. Para tal, concentraremos nossas fontes em periódicos, justamente por se tratar de um tema contemporâneo e pulsante na sociedade brasileira.

DESENVOLVIMENTO

O presente trabalho de análise teve início em setembro de 2016, com o desenvolvimento da proposta metodológica a partir da produção do roteiro técnico, a saber:

ENQUADRAMENTO: PLANOS E ÂNGULOS

Cena	P/A/M	Roteiro Literário	Música/ Narração
1. Ext. Fachada da loja 'O Boticário' – Noite.	Grande Plano Geral (GPG); Câmera direta	Homem de aparência jovem e roupa social entra na loja "O Boticário".	Instrumental de "Toda Forma de Amor" – Lulu Santos.
2. Int. Cozinha – Noite.	Plano Médio (PM); Câmera direta	Mulher de classe alta, aparência jovem e cabelos pretos carrega sacola de legumes para cima da mesa.	Instrumental de "Toda Forma de Amor" – Lulu Santos.
3. Int. Loja O Boticário. – Noite	Plano Americano (PA); Câmera direta	O Homem de aparência jovem e roupa social aparece com um perfume 'Egeo' na mão e o posiciona em cima da bancada. (Assim como fez a mulher com os legumes.)	Instrumental de "Toda Forma de Amor" – Lulu Santos.
4. Int. Cozinha – Noite	Plano Médio (PM); Câmera direta	Com uma faca, mulher corta seus legumes e prepara o jantar.	Instrumental de "Toda Forma de Amor" – Lulu Santos.
5. Int. Quarto – Noite	Meio Primeiro Plano (MPP);	Uma nova mulher é apresentada ao	Instrumental de "Toda Forma de

	Câmera direta	público. Possui cabelos grisalhos e se encontra em frente ao espelho. A personagem arruma seu cabelo com a mão direita e sorri.	Amor" – Lulu Santos.
6. Int. Sala de estar – Noite	Meio Primeiro Plano (MPP); Câmera direta	Um novo homem é apresentado ao público. Ele possui cabelos grisalhos, e assim como a mulher mais velha, se encontra em frente ao espelho arrumando seu cabelo, porém com a mão esquerda.	Instrumental de "Toda Forma de Amor" – Lulu Santos.
6. Int. Sala de estar – Noite.	Plano Geral (PG); Câmera direta	A sala de estar aparece em cena e o homem pega um presente que está em cima da mesa e caminha para o lado direito, para sair do cômodo.	Instrumental de "Toda Forma de Amor" – Lulu Santos.
7. Int. Quarto – Noite	Plano Geral (PG); Câmera direta.	A mulher de cabelos grisalhos está de vestido preto básico. Ela caminha para fora do cômodo com um presente em mãos, indo para o lado esquerdo.	Instrumental de "Toda Forma de Amor" – Lulu Santos.
8. Ext. calçada e fachada de condomínio – Noite	Grande Plano Geral (GPG); Câmera direta	Uma moça de blusa laranja aguarda o táxi do lado de fora. Do seu lado direito, vemos uma árvore. A moça aparenta ser jovem, chama o táxi com a mão direita e segura um presente nas mãos.	Instrumental de "Toda Forma de Amor" – Lulu Santos

9. Ext. calçada e fachada de prédio – Noite	Grande Plano Geral (GPG); Câmera direta	Um rapaz ruivo, com calça bege e camisa xadrez chama o táxi com a mão esquerda, do seu lado esquerdo há uma árvore e ele segura um presente nas mãos.	Instrumental de "Toda Forma de Amor" – Lulu Santos
10. Ext. Portão do prédio com acesso à interfone. - Noite	Plano Médio (PM) – Câmera direta	Em algum condomínio, uma moça de vestido verde aperta o interfone. Ela segura o presente nas mãos e seu cabelo está preso com um rabo de cavalo.	Instrumental "Toda Forma de Amor" – Lulu Santos.
11. Int. Sala de estar. – Noite	Plano Médio (PM) – Câmera direta	Dentro de seu apartamento, o homem de camisa cinza atende o interfone.	Instrumental "Toda Forma de Amor" – Lulu Santos
12. Ext. Portão do prédio com acesso à interfone. – Noite	Plano Americano (PA) – Câmera direta	O vestido da moça de verde aparece por inteiro. Ela empurra a porta do prédio com a perna e entra.	Instrumental "Toda Forma de Amor" – Lulu Santos
13. Int. Sala de estar. – Noite	Plano Americano (PA) – Câmera direta	O homem aparece de costas e abre a porta.	Instrumental "Toda Forma de Amor" – Lulu Santos
13. Int. Sala de estar. – Noite	Meio Primeiro Plano (MPP) – Câmera direta	Plot Twist. O homem abre a porta de seu apartamento e sua visita se revela como o homem de cabelos grisalhos que arrumava o cabelo em frente ao espelho anteriormente.	Instrumental "Toda Forma de Amor" – Lulu Santos, de forma mais animada
13. Int. porta do apartamento. – Noite	Meio Primeiro Plano (MPP) – Câmera direta	A imagem volta a mostrar o rosto do homem de camisa	Instrumental "Toda Forma de Amor" – Lulu Santos

		cinza e os dois se abraçam, reforçando a ideia de que são um casal.	
14. Int. restaurante – noite	Plano Americano (PA) – Câmera direta	A mulher de cabelos grisalhos aparece no restaurante com o homem de roupa social do início. Os dois se abraçam.	Instrumental "Toda Forma de Amor" – Lulu Santos
15. Int. porta de apartamento – noite	Plano Médio (PM) – Câmera direta	A moça de vestido verde aparece atrás da porta segurando seu presente.	Instrumental "Toda Forma de Amor" – Lulu Santos
15. Int. porta de apartamento – noite	Meio Primeiro Plano (MPP) – Câmera direta	Ela é recebida pela mulher que estava cortando os legumes no início do filme.	Instrumental "Toda Forma de Amor" – Lulu Santos
15. Int. Porta de apartamento – noite	Meio Primeiro Plano (MPP) – Câmera direta	A câmera volta a mostrar a moça de vestido verde e as duas se abraçam.	Instrumental "Toda Forma de Amor" – Lulu Santos
16. Ext. Local verde com abóbada. – Noite	Grande Plano Geral (GPG) – Câmera direta	Ao ar livre, em frente à uma construção que possui a forma de uma abóbada, o casal que chamou o táxi se encontra.	Instrumental "Toda Forma de Amor" – Lulu Santos
16. Ext. Local verde com abóbada – Noite	Primeiro Plano (Close-up) – Câmera direta	A imagem da moça sorrindo cobre a tela	Instrumental "Toda Forma de Amor" – Lulu Santos
17. Int. sala de estar – Noite	Plano Médio (PM)	Os homens de cabelo grisalho e camisa cinza estão trocando presentes na sala	Loc: "No dia dos.."
18. Int. sala de estar – noite	Plano Médio (PM) – Câmera direta	As mulheres de vestido verde e a mulher que preparava o jantar também trocam suas fragrâncias Egeo.	Loc: "..namorados..."

19. Int. Restaurante – Noite	Plano Médio (PM) – Câmera direta	O casal sorri no restaurante. Estão sentados em uma mesa, trocando presentes.	Loc: “entregue-se”
20. Ext. Local verde com abóbada – Noite	Meio Primeiro Plano (MPP) – Leve correção de câmera	Novamente ao ar livre, o casal que chamou o táxi anteriormente, trocaram presentes e agora rodam abraçados.	Loc: “às 7 tentações de Egeo”
Packshot		O logo da marca aparece no meio da packshot dos produtos que estão sendo divulgados e nome e slogan da aparecem em seguida, como lettering	Loc: “de O Boticário”

Na sequência, elencamos exemplos de comentários dos internautas, extraídos do site "Reclame Aqui". O uso do plot twist, isto é, um enredo que apresenta fatos inesperados e surpreendentes para o espectador, acabou gerando grande buzz na internet entre pessoas defendendo esse filme publicitário e a forma como são mostradas as diferentes realidades, e pessoas demonstrando repúdio pelo assunto da homoafetividade e a forma como foi mostrado Seguem, abaixo, exemplos de depoimentos estudados.[2]

Destaque positivo:

> Arrasaram na propaganda! Olá, pessoal de O Boticário. Não pude deixar de vir aqui para, ao contrário de outra reclamação absurda e ultrapassada que vi, elogiá-los pela excelente propaganda de dia dos namorados que está passando ultimamente (junho/2015). A escolha da música (Toda forma de amor - Lulu Santos) e a forma de mostrar os casais de maneira inclusiva foi sensacional! Sim, o amor está em várias formas e é o que importa! A família brasileira constitui a dos cidadãos brasileiros, independentemente de serem homens, mulheres, animais, crianças, avós, tios, primos, adotados, negros, brancos, amarelos, vermelhos, pardos, portadores de necessidades especiais, etc. Vocês estão de parabéns desta vez!" (Paula, 5 jun. 2015)[3]

Destaque negativo:

> Estou muitíssimo triste pelo comercial que vocês veicularam que descaradamente banaliza a família como Deus a quis. Se vocês são a favor da tolerância como muitos dizem, respeitem-nos também. Somos cristãos e não queremos que nossos filhos sejam estimulados a viverem o homossexualismo como se fosse normal. Não tenho preconceito com homossexuais. Inclusive luto para que encontrem o caminho de Deus. Não concordo com uma empresa desse tamanho, banalize esse assunto. Acredito que milhares de outros cristãos como eu compartilham da mesma opinião. Não quero que meus filhos assistam essa propaganda. Tenho o direito de preservar a instituição familiar dentro da minha casa, e infelizmente o comercial do Boticário está ferindo esse meu direito. (Pollyanna, 2 jun. 2015)[4]

Devido ao grande número de reclamações, o vídeo foi denunciado ao Conar com a seguinte descrição:

Mês/Ano Julgamento: JULHO/2015

Representação nº: 088/15

Autor(a): Grupo de consumidores

Anunciante: O Boticário

Agência: Almap BBDO

Relator(a): Conselheiro André Luiz Costa

---

[2] Os depoimentos foram transcritos mantendo expressões e falhas gramaticais, visando à manutenção de sua fidelidade.

[3] Disponível em http://www.reclameaqui.com.br/13305075/o-boticario/arrasaram-na-propaganda/. Acessado em 19/10/2016.

[4] Disponível em http://www.reclameaqui.com.br/13277630/o-boticario/comercial/ Acessado em 19/10/2016.

Câmara: Segunda Câmara

Decisão: Arquivamento

Fundamentos: Artigo 27, nº 1, letra "a" do Rice

Resumo: Cerca de 500 consumidores escreveram ao Conar contra filme em TV d´O Boticário para o Dia dos Namorados. Na peça publicitária, vários casais trocam presente, inclusive alguns deles homossexuais. Os consumidores questionaram a decência do filme, inclusive pela eventual repercussão junto ao público infantil. Tão logo a notícia da abertura do processo pelo Conar foi divulgada pela imprensa, começaram a chegar e-mails de pessoas defendendo o filme, em número aproximado de 500 manifestações. A defesa, enviada pela agência, negou a interpretação dos queixosos, frisando que o filme mostra apenas pessoas comprando e trocando presentes, sem qualquer cena que possa ser considerada imprópria. O relator - representante da sociedade civil no Conselho de Ética - considerou que o filme retratou uma realidade da sociedade contemporânea. "Aos pais, tios, avôs que questionam, entre estupefatos e indignados nas mensagens ao Conar, como vão explicar às crianças as cenas do filme, resta-nos dizer: esta é uma missão, ainda que muito árdua, da família. Não contem com a publicidade para omitir a realidade". O relator considerou um marco importante o grande número de manifestações defendendo a liberdade de expressão e a tolerância. "O espaço amplificado pela internet não deve se deixar ocupar apenas pelos censores", escreveu ele. Seu voto, pelo arquivamento da representação, foi aceito por unanimidade.

Em virtude dos comentários negativos, nota-se que a homossexualidade ainda não é aceita por completo em nossa sociedade, caso contrário, a propaganda não teria sido denunciada ao Conar. No entanto, é interessante observar que, apesar dessa realidade ainda ser considerada tabu para algumas famílias, há um número considerável de pessoas que concordam que o assunto seja discutido, publicado, ou apresentado como apenas mais um tipo de realidade, sem a intenção de prejudicar qualquer tipo de crença, mas sim de obter o direito de sentir-se respeitada perante a sociedade.

Muitas das reclamações feitas no site traziam relatos de famílias conservadoras ou cristãs, que alegavam estar de alguma forma se sentindo insultadas pelo conteúdo do comercial. A ideia principal defendida pela maioria das pessoas era de que, assistindo ao comercial, suas crianças e adolescentes seriam, de alguma forma, influenciadas pelo mesmo, podendo levantar questionamentos sobre o assunto ou até mesmo se identificar com os personagens e sua forma de afeto. Os questionamentos não poderiam ser discutidos com os mesmos de maneira aberta, porque seus responsáveis já possuem dogmas formados sobre o assunto. Na opinião dessas pessoas, o filme Casais é considerado inapropriado, por abordar algo que questiona tudo aquilo em que elas acreditam e ensinam aos seus filhos.

Por outro lado, os elogios em grande quantidade, que vieram mais tarde, fizeram com que o Conar repensasse o processo e considerasse o comercial como mais uma retratação da realidade da sociedade contemporânea. Desta vez, os internautas parabenizaram O Boticário, e casos de agradecimentos escritos por homossexuais que sofreram durante a vida toda por causa do preconceito, ou que se sentiram bem representados pela propaganda, foram frequentes. O fato dos casais do filme demonstrarem afeto ao invés de somente atração sexual pelo parceiro, foi um aspecto importante que influenciou esse sentimento de representatividade. Como citado por Jacqueline Lafloufa, do site Brainstorm9:

> O bacana é que a campanha trata tudo com muita naturalidade e delicadeza, como deve ser. Nada mais justo, inclusive. Afinal, "consideramos justa toda forma de amor", já diria a canção que embala o comercial. (LAFLOUFA, 2015-b9)[5]

Analisando alguns casos de periódicos, encontramos a famosa carta escrita por Sigmund Freud, em 1935, para uma mãe americana que solicitou ao mesmo conselhos sobre seu filho homossexual. A opinião defendida pelo criador da psicanálise pode ser utilizada até os dias de hoje contra argumentos de pessoas que se referem ao homossexual como alguém que esteja doente e possa ser curado, visto que, de acordo com ele, a homossexualidade é uma posição relacionada à libido: uma orientação sexual legítima, assim como a heterossexualidade.

> **19 de abril de 1935**
> "Minha querida Senhora,
>
> Lendo a sua carta, deduzo que seu filho é homossexual. Chamou fortemente a minha atenção o fato de a senhora não mencionar este termo na informação que acerca dele me enviou. Poderia lhe perguntar por que razão? Não tenho dúvidas que a homossexualidade não representa uma vantagem, no entanto, também não existem motivos para se envergonhar dela, já que isso não supõe vício nem degradação alguma.
>
> Não pode ser qualificada como uma doença e nós a consideramos como uma variante da função sexual, produto de certa interrupção no desenvolvimento sexual. Muitos homens de grande respeito da Antiguidade e Atualidade foram homossexuais, e dentre eles, alguns dos personagens de maior destaque na história (como Platão, Michelangelo, Leonardo da Vinci etc.). É uma grande injustiça e também uma crueldade, perseguir a homossexualidade como se esta fosse um delito. Caso não acredite na minha palavra, sugiro-lhe a leitura dos livros de Havelock Ellis.
>
> Ao me perguntar se eu posso lhe oferecer a minha ajuda, imagino que isso seja uma tentativa de indagar acerca da minha posição em relação à abolição da homossexualidade, visando substituí-la por uma heterossexualidade normal. A minha resposta é que, em termos gerais, nada parecido podemos prometer. Em certos casos conseguimos desenvolver rudimentos das tendências heterossexuais presentes em todo homossexual, embora na maioria dos casos não seja possível. A questão fundamenta-se principalmente, na qualidade e idade do sujeito, sem possibilidade de determinar o resultado do tratamento.
>
> A análise pode fazer outra coisa pelo seu filho. Se ele estiver experimentando descontentamento por causa de milhares de conflitos e

[5] LAFLOUFA, Jacqueline. *Comercial Do Boticário para o Dia dos Namorados traz casais homossexuais e trata assunto com naturalidade*. http://www.b9.com.br/58022/advertising/comercial-do-boticario-para-o-dia-dos-namorados-traz-casais-homossexuais-e-trata-assunto-com-naturalidade/. Acessado em 26/06/2017

> inibição em relação à sua vida social, a análise poderá lhe proporcionar tranquilidade, paz psíquica e plena eficiência, independentemente de continuar sendo homossexual ou de mudar sua condição
>
> Sigmund Freud [6]

Alguns pontos importantes da carta podem ser destacados a respeito da opinião de Freud, (e deveriam ser levados em consideração para melhor entendimento dessa orientação). Freud defende que, apesar de não ser vantagem ser homossexual, também não é motivo de vergonha, simplesmente por não afetar o ser humano causando qualquer tipo de degradação ou vício, e destaca, ainda, nomes de personagens homossexuais, tais como Platão, Michelangelo e Leonardo da Vinci: pensadores que fizeram grande diferença para a história da humanidade. É possível perceber que o desejo da mãe envolve a abolição da sexualidade do filho, assunto que foi defendido inclusive em 2015 (mesmo ano da campanha realizada pelo O Boticário) por Marco Feliciano, que se referia ao fato como "cura gay". O parlamentar articulou na Comissão de Direitos Humanos e Minorias da Câmara (CDHM) a realização de uma audiência pública para ouvir aos "ex-gays" que teriam, de acordo com ele, sido convertidos. A seguir, eis um trecho retirado da página do jornal Congresso em Foco.[7]

> Feliciano afirma, no requerimento de realização da audiência pública, que há muita "desconfiança e discriminação generalizadas contra os ex-LGBTs. Seus antigos pares homossexuais dizem que eles estavam fingindo. Os heterossexuais dizem, agora, que eles estão dissimulando. Assim, tanto os homossexuais quanto os heterossexuais consideram a população ex-LGBTs como mentirosos, dissimulados e até mesmo doentes mentais", afirma Feliciano no documento. "Do ponto de vista da saúde mental, essa situação de 'Não Ser' contribui para comportamentos antissociais, até mesmo comportamentos suicidas. Nesse contexto, urge que o Estado promova a imediata inclusão da população ex-LGBTs no arcabouço jurídico pátrio", defende Feliciano. (LIMA, 2015)[8]

É interessante a conclusão da carta de Freud, sobre a possibilidade que a psicanálise oferece de proporcionar tranquilidade, paz psíquica e plena eficiência, principalmente quando levamos em conta que, ainda hoje, uma quantidade considerável de jovens homossexuais não se sente confortável na própria pele, adquirindo depressão causada pela falta de aceitação (não apenas da família e amigos, mas aceitação própria). O psicanalista Paulo Roberto Ceccarelli[9] relatou que, quase sempre, o sofrimento devido ao fato de ser homossexual advém de questões sociais e medos relacionados ao que os outros vão dizer, ao que acontecerá caso os pais dos amigos descubram, além da relação com a culpa e discriminação, muito mais do que advém da sexualidade em si.

---

[6] SOUZA, Felipe. *Carta de Freud para a mãe de um homossexual.* https://www.psicologiamsn.com/2014/07/carta-de-freud-para-a-mae-de-um-homossexual.html. Acessado em 05/06/2017.

[7] Disponível em www.congressoemfoco.uol.com.br. Acessado em 05/06/2017.

[8] LIMA, Wilson. Feliciano faz campanha em favor da cura gay. http://m.congressoemfoco.uol.com.br/noticias/feliciano-faz-campanha-em-favor-da-cura-gay/. Acessado em 26/06/2017

[9] Psicólogo; psicanalista; Doutor em Psicopatologia Fundamental e Psicanálise pela Universidade de Paris VII; Membro da Associação Universitária de Pesquisa em Psicopatologia Fundamental; Membro da "Société de Psychanalyse Freudienne", Paris, França; Sócio de Círculo Psicanalítico de Minas Gerais; Professor Adjunto III no Departamento de Psicologia da PUC-MG (graduação e pós- graduação).

> Um estudo publicado em 2001 no British Journal Of Psychiatry revelou que 64% dos 218 membros entrevistados da Confederação Britânica de Psicoterapeutas acreditavam que as dificuldades centrais de seus pacientes homossexuais -masculinos ou femininos – advinham de sua orientação sexual. Sem dúvida, em grande medida, isto procede. Entretanto, o difícil é saber se esta dificuldade deve-se à homossexualidade em si, vista como um sintoma gerador de angústia, ou devido a homossexualidade ir contra o sistema de valores da sociedade onde o sujeito encontra-se inserido. (...) O discurso social, que constrói as referências simbólicas do masculino e do feminino e dita os parâmetros que definem a "sexualidade de normal", contribui não só para a invenção da homossexualidade como também para que o sujeito homossexual, marcado pelos ideais da sociedade, se sinta "desviante", posto que excluído do discurso dominante. Os homossexuais nascem em uma sociedade cuja organização simbólica cedo lhes ensina que sua forma de viver a sexualidade é errada. Uma pessoa durante um processo analítico disse: "primeiro aprendi que ser homossexual era anormal. Depois, descobri que era homossexual. Ou seja, que era anormal. O que fazer?" [10]

No texto "Homossexualidade é opção?", o psicólogo Dr. Adriano Facioli também se posicionou à respeito do tema:

> [...] As pessoas querem logo a resposta, querem logo saber a causa – como se tudo necessariamente pudesse ser explicado ou determinado por uma única causa. Se nasce assim ou se aprendeu; se é uma condição ou uma escolha. [...] Mas ouço muito, da boca de muitas pessoas, inclusive e infelizmente, penso eu, de alguns alunos: "homossexualidade é opção". Já ouvi até mesmo gays dizendo isso. Penso da seguinte forma: é uma frase muito genérica e vaga para uma questão tão complexa. É tão vaga que pode adquirir diversos sentidos. [...] Há também, e com muito mais frequência, pessoas conservadoras e machistas que dizem isso. E o sentido subjacente costuma ser: "se escolheu isso, poderia ter escolhido o contrário; sofre preconceito porque quer; seja homem!". Ou então: sendo opção, logo é safadeza, moda ou falta do que fazer. E a grande questão é: então o homossexual escolhe isso, ser uma espécie de pária da sociedade? Alguém escolhe isso para sua vida: ser discriminado, diminuído, excluído, maltratado e humilhado? Sim, pois é exatamente assim que os homossexuais são tratados. Se a homossexualidade é uma opção, então completemos a frase: é opção e masoquismo. Pois somente alguém que tem prazer em sofrer é que poderia escolher esta opção. [...] Se a orientação sexual é uma opção, logo as pessoas escolhem gostar disso ou daquilo, querer isso ou aquilo. E quem é que tem esse poder: escolher do que vai ou não gostar, querer? Se a orientação sexual é opção, logo há conflito entre alternativas. Senão não haveria opção alguma. Enfim, resumindo: mais uma peça para a coleção gigantesca de besteiras do senso comum. (FACIOLI, 2009) [11]

Analisamos em periódicos que quanto mais parecido um homossexual age com relação ao heterossexual, maior sua possibilidade de ser aceito pela sociedade, já que a mesma costuma apresentar medo da diversidade, do que é diferente. Quando soubemos disso e observamos o comercial, ficou fácil perceber onde fomos enganados no início da trama: todos os atores estão focados em sua rotina: cuidando da casa, comprando perfume, cozinhando etc. Não há representação estereotipada ali, e acreditamos que tenha sido este o fator primordial que contribuiu para que tudo fosse tão natural e delicado para o

---

[10] CECCARELLI, Paulo Roberto. *A invenção da homossexualidade*. In Bagoas – estudos gays, gêneros e sexualidades, Natal, 2, 71-93, 2008 http://ceccarelli.psc.br/pt/?page_id=163 . Acessado em 05/06/ 2017

[11] FACIOLI, Adriano. *Homossexualidade é opção?* http://www.redepsi.com.br/2009/06/06/homossexualidade-op-o/ . Acessado em 05/06/ 2017.

espectador. Mulheres estão de vestido, maquiagem, cabelos longos (fogem da representação estereotipada de cabelos curtos e roupas largas que costumavam ser exploradas pela mídia para a representação de lésbicas), e o mesmo serve para os homens que não fazem movimentos exagerados com as mãos, vestem roupas sociais sem brilhos ou grandes quantidades de acessórios. Tudo isso, junto com o jogo de câmeras, contribuiu para que o plot twist fosse realizado com sucesso.

> As uniões que estão sendo reconhecidas são aquelas que são capazes de serem assimiladas; aliás, as uniões chamadas homoafetivas estão sendo reconhecidas, muitas vezes, pela simples razão de se parecerem com as uniões heterossexuais. [...] De certa forma, é fácil valorizar a diversidade sexual quando ela não é "tão diversa assim" e se assemelha, em muito, com os modelos que nós já temos e que estão ainda fortemente pautados nos padrões normativos da heterossexualidade. (COACCI, 2015)[12]

Deverá ser destacada a importância da publicidade na sociedade e a forma que ela faz as pessoas discutirem sobre os assuntos. De acordo com o artigo "Relacionamentos Amorosos e Homossexualidade":

> A publicidade pode ser uma aliada no combate à desigualdade, ressaltando o direito que os homossexuais têm de exigir respeito sem deixar de ser o que são e de fazer o que fazem, como ocorre nas Paradas do Orgulho LGBT, visando, acima de tudo, ao combate da homofobia (RAMOS & CARRARA, 2006; TEBBLE, 2011). [13]

O comercial, pela quebra de expectativa, gerou bastante polêmica, entretanto deu grande voz à diversidade, fazendo com que o assunto fosse muito discutido entre as pessoas e também entre os meios de comunicação, aparecendo em alguns jornais do Brasil, com manchetes em que os títulos levavam substantivos que iam desde "polêmica", como foi no caso da publicação do site G1: "Propaganda de O Boticário com gays gera polêmica e chega ao Conar"[14] ou o caso do site B9, que trouxe um título positivo para a propaganda, utilizando o termo "naturalidade", como podemos ver a seguir: "Comercial Do Boticário para o Dia dos Namorados traz casais homossexuais e trata assunto com naturalidade".[15]

Aos poucos, tanto o método boca a boca, quanto a exposição do assunto em lugares diversos, podem ajudar a representatividade dos homossexuais na sociedade, fazendo com que seja cada vez mais discutido e aceitado perante os diferentes tipos de família. Afinal, é certo que a sociedade ainda mantém uma posição discriminatória nas questões da sexualidade, porém é algo que sempre existiu e que não deve ser marginalizada por se afastar dos padrões de comportamento convencional.

---

[12] COACCI, T. *Do homossexualismo à homoafetividade: discursos judiciais brasileiros sobre homossexualidades.* Revista Latino Americana, Minas Gerais, dez. 2015 http://www.scielo.br/pdf/sess/n21/1984-6487-sess-21-00053.pdf. Acessado em 26/06/2017

[13] NASCIMENTO, Geysa Cristina Marcelino et al. *Relacionamentos amorosos e homossexualidade: revisão integrativa da literatura.* **Temas psicol.**, Ribeirão Preto, set. 2015. http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-389X2015000300003&lng=pt&nrm=iso. Acessado em 26/06/2017.

[14] G1. *Propaganda de O Boticário com gays gera polêmica e chega ao Conar*. http://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2015/06/comercial-de-o-boticario-com-casais-gays-gera-polemica-e-chega-ao-conar.html Acessado em 17/10/2016.

[15] LAFLOUFA, Jacqueline. Comercial dO Boticário para o Dia dos Namorados traz casais homossexuais e trata assunto com naturalidade. http://www.b9.com.br/58022/advertising/comercial-do-boticario-para-o-dia-dos-namorados-traz-casais-homossexuais-e-trata-assunto-com-naturalidade/ Acessado em 17/10/2016.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através dos estudos feitos, dos depoimentos antigos encontrados no site Reclame Aqui e das diferentes manchetes abordadas em sites e periódicos, percebemos como a sociedade está reagindo com as variações das formas de afeto demonstradas. Não foram feitas apenas críticas ao comercial, pelo contrário, além delas há uma quantidade considerável de pessoas que defendem a ideia de que todos deveriam ser livres para viver sua orientação sexual, e que elogiaram o comercial pelo respeito passado aos diferentes tipos de família, com naturalidade.

Quando observamos o contexto em que o comercial se encontrava inserido, principalmente levando em conta a política, com Marco Feliciano lutando pela "cura gay", vemos o quanto a marca se permitiu ousar, e não só isso, se posicionou diante da luta para defender a causa.

É importante falar sobre o assunto, fazendo com que seja discutido por diferentes opiniões, incluindo aquelas que não se sentem à vontade para fazer o mesmo, para que seja possível algum tipo de mudança, algum dia. Portanto, a marca ajudou com o processo de inclusão ao quebrar a expectativa do público, mostrando que há a possibilidade de casais considerados diferentes, isto é, fora do convencional, serem apenas mais um tipo de casal que pode ser feliz, que sente afeto e que se gosta.

REFERÊNCIAS

ABREU, C. C. & BASILE, M. (2004) "A união homoafetiva e o direito da família". Revista Jurídica, Salvador, jan. 2004 http://www.unifacs.br/revistajuridica/arquivo/edicao_janeiro2004/discente/disc06.doc Acessado em 03/06/2017

ALMAP BBDO. https://www.almapbbdo.com.br/pt/trabalhos. Acessado em 03/06/2017

SOUZA, Felipe. *Carta de Freud para a mãe de um homossexual*. https://www.psicologiamsn.com/2014/07/carta-de-freud-para-a-mae-de-um-homossexual.html. Acessado em 05/06/2017.

CECCARELLI, Paulo Roberto. "A invenção da homossexualidade". In Bagoas – estudos gays, gêneros e sexualidades, Natal, 2, 71-93, 2008 http://ceccarelli.psc.br/pt/?page_id=163 . Acessado em 05/06/ 2017

COACCI, T. "Do homossexualismo à homoafetividade: discursos judiciais brasileiros sobre homossexualidades". Revista Latino Americana, Minas Gerais, dez. 2015 http://www.scielo.br/pdf/sess/n21/1984-6487-sess-21-00053.pdf. Acessado em 26/06/2017

CONAR. http://www.conar.org.br/

COSTA, A. B. & NARDI, H. C. (2015) "O casamento "homoafetivo" e a política da sexualidade: implicações do afeto como justificativa para união de pessoas do mesmo sexo". Revista estudos feministas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

DENICK, Diego. *Campanha do Boticário com casais gays gera revolta de grupos conservadores*.http://www.tecmundo.com.br/brasil/80962-campanha-boticario-casais-gays-gera-revolta-grupos-conservadores.htm Acessado em 17/10/2016

DIA DOS NAMORADOS O BOTICÁRIO, 2015. https://www.youtube.com/watch?v=p4b8BMnolDI Acessado em 15/10/2016

DIEGO. *Comercial LGBT*. Reclame Aqui, depoimento. 3, jun. 2015. http://www.reclameaqui.com.br/13283335/o-boticario/comercial-lgbt/ Acessado em 18/10/2016

Economia & Negócios, Estadão. *O Boticário cria guerra de opiniões. Comercial com casais gays causou debate nas redes sociais, no 'Reclame Aqui' e chegou ao Conar*. 2, JUN. 2015. http://economia.estadao.com.br/blogs/radar-da-propaganda/comercial-de-o-boticario-cria-guerra-de-opinioes/ Acessado em 17/10/ 2016

ELAINE. *Comercial de TV - Dia dos Namorados O Boticário.* Reclame Aqui, depoimento. http://www.reclameaqui.com.br/13275946/o-boticario/comercial-de-tv-dia-dos-namorados-o-boticario/ Acessado em 18/10/2016.

FACIOLI, Adriano. *Homossexualidade é opção?* http://www.redepsi.com.br/2009/06/06/homossexualidade-op-o/ . Acessado em 03/06/2017

G1.*Propaganda de o boticário com casais gays gera polêmica e chega ao Conar* http://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2015/06/comercial-de-o-boticario-com-casais-gays-gera-polemica-e-chega-ao-conar.html Acessado em 17/10/2016

JACINTO. *Comercial Dia dos Namorados*. Reclame Aqui, depoimento. http://www.reclameaqui.com.br/13278014/o-boticario/comercial-dia-dos-namorados/) Acessado em 18/10/2016.

LAFLOUFA, Jaqueline. *Comercial do Boticário para o dia dos namorados traz casais homossexuais e trata assunto com naturalidade.* http://www.b9.com.br/58022/advertising/comercial-do-boticario-para-o-dia-dos-namorados-traz-casais-homossexuais-e-trata-assunto-com-naturalidade/ Acessado em 17/10/2016

LIMA, Wilson. *Feliciano faz campanha em favor da "cura gay"*. http://congressoemfoco.uol.com.br/noticias/feliciano-faz-campanha-em-favor-da-cura-gay/ Acessado em 04/06/2017.

MAKSON. *Homofoibia.* Reclame Aqui, depoimento.http://www.reclameaqui.com.br/13325552/o-boticario/homofibia/. Acessado em 19/10/2016.

MARCELLO. *Propaganda O Boticario.* Reclame Aqui http://www.reclameaqui.com.br/13320933/o-boticario/propaganda-o-boticario/ Acessado em 19/10/2016.

NASCIMENTO, Geysa Cristina Marcelino et al. Relacionamentos amorosos e homossexualidade: revisão integrativa da literatura. **Temas psicol.**, Ribeirão Preto, set. 2015. http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-389X2015000300003&lng=pt&nrm=iso. Acessado em 26 jun. 2017.

NONATO, D. N. (2011) O DIREITO À DIFERENÇA, MAS NA IGUALDADE DE DIREITOS: O RECONHECIMENTO PELO SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL BRASILEIRO DA UNIÃO HOMOAFETIVA ENQUANTO ENTIDADE FAMILIAR. ISSN 1982-0496. Revista de Direitos Fundamentais e Democracia, Curitiba,v. 10,n. 10,p. 224-259, jul./dez.2011. http://revistaeletronicardfd.unibrasil.com.br/index.php/rdfd/article/view/121 Acessado em: 19/10/2016

OSVALDO. *Apoio incondicional.* http://www.reclameaqui.com.br/13283163/o-boticario/apoio-incondicional/ Acessado em 18/10/ 2016

PACETE, L. G. *Marcas bancam a diversidade, O Boticário responde às polêmicas envolvendo seu vídeo do Dia dos Namorados com casais gays. Lacta, Unilever, Gol e Ambev também trataram do tema.* http://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/2015/06/02/marcas-bancam-a-diversidade.html Acessado em 17/10/2016

PAULA. *Arrasaram na propaganda.*http://www.reclameaqui.com.br/13305075/o-boticario/arrasaram-na-propaganda/ Acessado em 19/10/2016.

POLLYANNA. *Comercial.*http://www.reclameaqui.com.br/13277630/o-boticario/comercial/ Acessado em 18/10/2016.

PORTO, Sheila. *Comercial do Boticário com casais gays gera grande polêmica e será investigado por órgão* http://br.blastingnews.com/sociedade-opiniao/2015/06/comercial-do-boticario-com-casais-gays-gera-grande-polemica-e-sera-investigado-por-orgao-00423691.html Acessado em 17/10/2016

PRADO, Carol. *Conar abre processo sobre comercial de O Boticário com casais gays após 30 reclamações.* http://f5.folha.uol.com.br/voceviu/2015/06/1637409-conar-abre-processo-sobre-comercial-de-o-boticario-com-casais-gays-apos-30-reclamacoes.shtml Acessado em 17/10/2016

Redação, Gazeta do Povo. *O Boticário responde críticas sobre comercial que mostra casais gays*. http://www.gazetadopovo.com.br/viver-bem/comportamento/boticario-responde-criticas-sobre-comercial-que-mostra-casais-gays/ Acessado em 17/10/2016

RESENDE, *Felipe Terapias Online.* http://terapiaonline.weebly.com/ldquohomossexualismo-eacute-doenccedila-freud-explicardquo-ndash-dizem-os-religiosos.html Acessado em 03/06/2017

VICTOR. *Gostaria de parabenizar a empresa pelo comercial do dia dos namorados 2015.* http://www.reclameaqui.com.br/13317205/o-boticario/gostaria-de-parabenizar-a-empresa-pelo-comercial-do-dia-dos-namorados-2015/ Acessado em 18/10/2016

WATTS, Harris. *On Camera.* São Paulo: Summus, 2012.

ZIRONDI, Mariana. *O Boticário invade mídia. Marca causa polêmica com casais gays e Conar abre processo.* http://propmark.com.br/anunciantes/dia-dos-namorados-invade-midia) Acessado em 17/10/2016