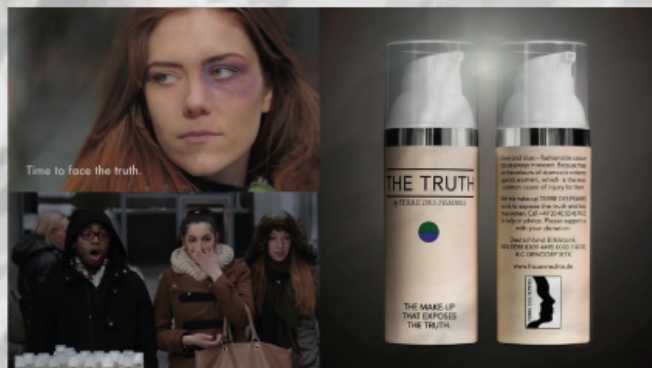


VIOLÊNCIA CONTRA MULHER: A EFETIVIDADE DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS CHOCANTES

"Montagem de duas cenas do vídeo case "The Truth" com uma imagem do produto"



Fonte: Vimeo, 2013; Yves Rocher, 2013

RESUMO

Este artigo apresenta uma análise do vídeo-case "The truth" (Berlin/ 2013), desenvolvido pela marca Yves Rocher, dentro do projeto da Terre des Femmes. A marca, com o objetivo de impressionar as pessoas sobre a violência doméstica contra mulheres e aumentar a conscientização sobre o tema, promoveu uma ação chocante e polêmica que aconteceu em um shopping de Berlin em abril de 2013. A análise elaborada nesta pesquisa baseou-se na Teoria Semiótica (BARTHES, 2013).

JUSTIFICATIVA

Segundo a ONU, 7 em cada 10 mulheres no mundo já foram ou serão violentadas em algum momento da vida. Partindo de dados como este, o artigo apresentou as influências simbólicas nas estratégias de comunicação da marca Yves Rocher em relação à causa social da violência contra mulher.

ESTRATÉGIA METODOLÓGICA

A pesquisa é exploratória e qualitativa, e a campanha publicitária foi interpretada a partir da análise de conteúdo proposta por Bardin (2011).

O ARTIGO

O estudo se inicia conceituando e contextualizando campanhas e ações publicitárias chocantes na sociedade atual. Ele parte do exame do estudo de Dascal (2005) sobre a Tipologia das polêmicas, atrelada a estratégias de comunicação de marcas, à estética em publicidade e a causas sociais.

1

Na segunda seção, a questão da violência contra mulher foi abordada, buscando uma visão geral sobre a importância do tema, trazendo dados de feminicídio.

2

Na terceira seção, foi inserida a Teoria Semiótica de Barthes (2013), que serve de base para a análise de "The Truth". Essa análise é constituída por uma contextualização da campanha, descrição do vídeo-case e, por fim, apresenta relações entre o impacto visual em campanhas publicitárias chocantes e a teoria citada.

3

Entre as considerações finais, aponta-se a estratégia dos "hematomas roxos" nos olhos das mulheres na ação da Terre des Femmes como um significante, remetendo ao significado de violência doméstica contra a mulher, impactando o público-alvo (mulheres) de forma direta e provocativa.

4