



Jorge Veríssimo é formado em Publicidade e Marketing e em Ciências da Comunicação, Mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação, e frequenta, actualmente, o Doutoramento em Sociologia da Comunicação no ISCTE.

Distinguido, em 1993, com o prémio APAP (Associação Portuguesa das Empresas de Publicidade e Comunicação) para o melhor aluno finalista na área da Publicidade e Comunicação. É professor na Escola Superior de Comunicação Social, onde lecciona Teoria e História da Publicidade e Criatividade em Publicidade.

A par da actividade docente, tem vindo a realizar um intenso trabalho de investigação no domínio da publicidade, particularmente sobre imagem publicitária.

Constatando que a estratégia publicitária da Benetton se encadeia sistematicamente no que podemos considerar uma sequência do real, o presente texto analisa as significações das imagens das campanhas publicitárias da Benetton entre 1984 e 1998, identificando a forma como os temas se relacionam com problemáticas e acontecimentos que marcaram o espaço público na altura. É, assim, analisado o modo como grandes acontecimentos e questões de debate público se transformaram em temas de publicidade.

No sentido de visualizar a investigação, o autor apresenta dois discursos em paralelo: um com fragmentos das notícias sobre os grandes acontecimentos relacionados com os temas em análise, dispostos numa ordem diacrónica, e outro com a análise das imagens, para a qual se socorreu de uma grande variedade de perspectivas teóricas.

Obra patrocinada por



Instituto da Comunicação Social



ISBN 972-798-005-8



9 789727 980055

Jorge Veríssimo



MEDIA

A PUBLICIDADE DA BENETTON

17



Colecção
omunicação



A PUBLICIDADE DA BENETTON
um discurso sobre o real

Jorge Veríssimo

MinervaCoimbra

JORGE VERÍSSIMO

A PUBLICIDADE DA BENETTON um discurso sobre o real

Ficha Técnica

coleção	Comunicação
título	A publicidade da Benetton: um discurso sobre o real
autor	Jorge Domingos Carapinha Veríssimo
capa	Victor Torres
tema do caso	<i>Hands, Piety, War Cemetery, Bird</i> (Fotos das campanhas publicitárias de 1984 a 1998 da United Colors of Benetton)
composição	Grafismos - Pedro Bandeira, Lda
impressão	GC - Gráfica de Coimbra, Lda
edição e distribuição	Edições MinervaCoimbra - Rua dos Gatos, 10 - 3000-200 Coimbra Telef. 239 826 259 / 239 701 117 - Fax 239 717 267 E-mail: livrariaminerva@mail.telepac.pt
depósito legal	165943/01
ISBN	972-798-005-8

© Copyright Edições MinervaCoimbra
© Fotografias: United Colors of Benetton
Reservados todos os direitos de acordo com a legislação em vigor.

MinervaCoimbra
2001

ÍNDICE

AGRADECIMENTO	11
---------------------	----

PRIMEIRA PARTE

1. INTRODUÇÃO	15
Benetton: o discurso de ruptura	14
2. EMERGÊNCIA DA PUBLICIDADE COMO TÉCNICA DE COMUNICAÇÃO... 19	
A necessidade de uma técnica de comunicação	20
Imprensa: o primeiro suporte publicitário	21
Outros meios	22
O Século XX	23
A Copy-Strategy e a USP	24
O discurso simbólico dos anos 60	26
A década de 70 e o “boom” publicitário	30
A Globalização do final do milénio	31
3. A IMAGEM E O DISCURSO PUBLICITÁRIO	32
A linguagem da imagem	32
As Imagens e o Imaginário	36
4. ACONTECIMENTOS DO ESPAÇO PÚBLICO COMO TEMA DE PUBLICIDADE	38
A hipótese do <i>agenda-setting</i>	38
Conceito actual de espaço público	39
O papel dos media na formação da opinião pública	40

SEGUNDA PARTE

5. O <i>CORPUS</i>	45
Organização do <i>corpus</i>	45
Organização dos temas	46
6. MÉTODOS DE ANÁLISE DO DISCURSO PUBLICITÁRIO	48
Análise da imagem	49
A imagem segundo Jacques Aumont	49
Análise iconológica das imagens	52

Estratégias enunciativas de A.J. Greimas	54
Retórica da imagem publicitária	55
Figuras de Adjunção	56
Figuras de Supressão	58
Figuras de Substituição	59
Figuras de Troca	60

TERCEIRA PARTE

7. O DISCURSO DA BENETTON E O DISCURSO DO REAL	63
8. CAMPANHAS ANTI-RACISTA E ANTI-XENOFOBIA	68
Os jovens a escola e a cultura	70
A justiça, o trabalho e o lazer	80
Os conflitos quotidianos	86
Liberdade e democracia	92
Breve conclusão	97
9. CAMPANHAS DA PAZ	100
URSS/EUA	101
A ditadura de Pinochet	105
Guerra no Golfo	110
A guerra no continente negro	114
O êxodo dos albaneses	120
Guerra na Jugoslávia	124
Breve conclusão	131
10. CAMPANHAS DE DESMISTIFICAÇÃO E PREVENÇÃO DA SIDA	132
Breve conclusão	144
11. OUTRAS CAMPANHAS REAIS	146
A Mafía e a violência	147
Preservação ambiental	151
Breve conclusão	156
12. CONCLUSÕES	157
FOTOGRAFIAS DAS CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS DE 1984 A 1998 DA UNITED COLORS OF BENETTON	161
BIBLIOGRAFIA	185

"(...) agradecer-me-ia que a nossa publicidade pudesse reflectir a realidade à letra, com lojas Benetton abertas verdadeiramente em todos os países do Mundo."

Luciano Benetton

AGRADECIMENTO

O presente texto é o resultado, com as devidas alterações e adaptações, da tese de mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação que apresentei no ISCTE, em Dezembro de 1999.

Como qualquer trabalho de investigação para obtenção de um grau académico, tratou-se de uma tarefa solitária, marcada pelas leituras infundáveis, as tentativas de escrita frustradas e inconcludentes, a falta de “inspiração”...

Todavia, há sempre alguém que partilha o nosso esforço, que se inquieta connosco. É com esses que eu quero dividir o prazer do que escrevi, e simultaneamente agradecer-lhes o texto agora editado em livro.

Ao Senhor Professor Doutor José Rebelo, que com competência, dedicação e compreensão me orientou e tornou possível a tese de mestrado que realizei, e a quem devo as preciosas leituras das várias etapas da dissertação.

Ao Prof. Dr. Adelino Baptista da Cruz, acima de tudo um amigo.

Ao Conselho Directivo da Escola Superior de Comunicação Social o apoio concedido para a publicação desta obra.

À minha pequena filha Marta, pelo tempo que não lhe dediquei.

À Cristina, constantemente solicitada a opinar sobre as minhas dúvidas.