



IMAGEM NA PUBLICIDADE: UM ESTUDO DAS FOTOGRAFIAS PUBLICITÁRIAS VEICULADAS NAS EMBALAGENS DE CIGARROS

Adriel Henrique Francisco Cassini¹; Érica Cristina de Souza Franzon¹

¹Área de Ciências Sociais Aplicadas – Centro Universitário Sagrado Coração
ahfcassini@gmail.com, erica.franzon@unisagrado.edu.br

Tipo de pesquisa: Iniciação Científica Voluntária - PIBIC
Área do conhecimento: Comunicação Social – Publicidade e Propaganda

O estudo analisou texto e imagem de anúncios veiculados no verso das embalagens de cigarro, cuja intenção é alertar o público sobre os efeitos nocivos do tabaco. Inicialmente, a investigação partiu de uma pesquisa bibliográfica para fundamentar teoricamente os conceitos relativos ao tema, de forma que aprofundou a discussão sobre o papel da imagem e da fotografia na Publicidade, os elementos da linguagem fotográfica e a relação texto e imagem no anúncio publicitário. O estudo fundamentou-se na pesquisa bibliográfica e na análise das imagens traçando uma análise descritiva e interpretativa de duas campanhas veiculadas nas embalagens de 2009 e em 2018, por meio de seis categorias e de dois eixos analíticos: textual e visual. Após o consumo do produto ser considerado uma “pandemia do tabaco”, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária e do Ministério da Saúde passaram a veicular campanhas de alerta nas embalagens. Tais campanhas antitabagistas, iniciadas em 2001, mostram a imagem publicitária representada pela fotografia, combinada com textos, para informar sobre as doenças ocasionadas pelo fumo. Para que a compreensão dos efeitos da imagem fosse mais bem compreendida, o estudo contou com uma pesquisa de campo em caráter qualitativo e quantitativo por meio de um questionário realizado e aplicado a fumantes maiores de 18 anos. Com os dados obtidos, o estudo identificou padrões de comportamento inconscientes nos fumantes ao se depararem com imagem presentes nos maços de cigarro, trazendo uma maior compreensão dos efeitos das campanhas nos fumantes e de que modo texto e imagem dialogam com esse público.

Palavras-chave: Anúncios. Campanhas. Fotografia Publicitária. Imagem. Tabagismo.