

NOME: NATÁLIA AZEVEDO COQUEMALA

TÍTULO: (RE)PENSANDO O PAPEL DA MÚSICA NOS ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS

AUTORES: ANA MARIA ZANONI DA SILVA, NATÁLIA AZEVEDO COQUEMALA

AGÊNCIA FINANCIADORA (se houver): CNPq

PALAVRA CHAVE: anúncio, audiovisual, jingles, música

#### RESUMO

A música, pela capacidade de seduzir e de permanecer na memória do público, é um recursos utilizados, pelos publicitários, para chamar a atenção do consumidor para um anúncio. Entre os diferentes gêneros musicais destaca-se os jingles- musica composta para um anúncio específico. Para Scott (1990), o jingle deve destacar características do produto e da marca, por meio de rimas de fácil memorização e um ritmo possível de ser reproduzido pelo ouvinte. Mediante o exposto, objetivando apresentar um panorama da utilização de músicas na publicidade, a pesquisa foi dividida em duas etapas. Primeiro realizamos uma pesquisa bibliográfica para delinear um panorama da utilização de músicas na composição de peças publicitárias. Para descrever os efeitos que a música desperta no público, na segunda etapa, foram realizadas análises do seguinte corpus : McDonald's - Big Mac – (1987); Mamíferos PARMALAT (1997); Poupança Bamerindus(2007); Brahma Copa - Traz essa estrela pra cá (2010); Poupança Bamerindus (2007). As análises demonstraram, por exemplo, que o jingle "Porque somos Mamíferos" (1997), do comercial da Parmalat, exemplifica a adequação entre som e imagem, pois o vídeo mostra mamíferos saudáveis e o jingle recupera, por meio de recursos lingüísticos - substantivos concretos (foca, leão, macaco) e rima (Parmalat/late) - aspectos do universo infantil. A junção de som e imagem faz um apelo às mães, mostrando que o leite da marca Parmalat é adequado para o consumo das crianças.