

A RELAÇÃO DO AUDIOVISUAL COM A PUBLICIDADE BRASILEIRA: UM ESTUDO SOBRE A TRAJETÓRIA DA CANTORA ANITTA

Thayná De Oliveira Pinheiro, Eliézer Madureira Garcia, Arthur Henrique De Lima Pirani, Nayara Teixeira Ramos, Aleph Teruya Eichenberg

Resumo

Há anos, os vídeos vêm proporcionando o crescimento na carreira e na formação da identidade artística de cantores brasileiros e, atualmente, com plataformas de streaming de vídeo e o uso de redes sociais, seus trabalhos criam tendências motivados por elas, despertando o interesse de um determinado público-alvo. Tendo em vista essa consideração, o presente trabalho teve como objetivo estudar a produção de vídeos de cantores de música pop e sua relação com a publicidade brasileira. A escolha do tema se justifica, tendo em vista que há uma tendência de anúncios publicitários se beneficiarem de vídeos de música pop produzidos no Brasil, tomando-os como referência para suas criações. Verifica-se também que o contínuo uso das redes sociais auxilia esse engajamento, tanto para o vídeo quanto para a empresa vinculada a elas, acarretando resultados positivos de compra. Ter conhecimento sobre o assunto abre perspectivas para a evolução de carreiras de cantores por meio de criação e tendências. Para a concretização da pesquisa, metodologicamente, foi realizada coleta de informações em obras selecionadas em bancos de dados de repositórios nacionais, tais como Scielo e Google Acadêmico, entre outros. Além disso, foi efetivado um estudo de caso sobre a cantora de música pop Anitta, pois, hoje em dia, é uma artista brasileira que possui diversos vídeos de sucesso que foram utilizados como um dos elementos para a composição de campanhas publicitárias. Pôde-se constatar, por meio das investigações realizadas, à guisa de conclusão, que, hoje em dia, os vídeos são necessários à carreira dos artistas musicais. Eles são indispensáveis, tanto para a imagem e identidade visual dos cantores como para o meio de divulgação da música.

Palavras-chave: Audiovisual. Publicidade. Vídeos. Anitta. Música.

Referências Bibliográficas

- BELO, Rafaela. O novo lugar do vídeo: indústria fonográfica e consumo musical no ciberespaço. In: INTERCOM - SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DE COMUNICAÇÃO. **Anais do XIX CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE**. Vitória, v. 1, n. 19. 2014. Disponível em: (<https://portalintercom.org.br/anais/sudeste2014/resumos/R43-0901-1.pdf>). Acesso em: 03 set. 2021.
- DIAS, Leo. **Furacão Anitta**. Rio de Janeiro: Agir, 2019.
- GAMA, Guilherme; SANTOS, Bruno César dos. A invenção do vídeo: a história por trás da consolidação de um gênero audiovisual. **PAULUS: COMFILOTEC**, São Paulo, v. 10, n. 5, pp. 137-141, 2019. Disponível em: (<https://www.fapcom.edu.br/revista/index.php/revista-comfilotec/article/view/369>). Acesso em: 03 set. 2021.
- SILVA, Paula Vieira Félix da. **O show da poderosa**: um estudo de caso sobre a carreira da cantora Anitta. Orientador: Maria Fernanda D Angelo Valentim Abreu. 2017. 66 f. Monografia (Trabalho de Conclusão) - Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, Universidade de Brasília, Brasília, 2017.