

A COMUNICAÇÃO, SEMIÓTICA E A MÚSICA DENTRO DAS PEÇAS PUBLICITÁRIAS

Mariana Patrício Garcia de Souza¹
Stela Falqueto Sonsin²
Fabio Trescher de Souza³

A influência que a música exerce nas pessoas é muito forte e está totalmente ligada a sua forma de comunicar. A proposta inicial deste projeto é melhorar o entendimento sobre os efeitos que a música pode causar na mente das pessoas, analisando a forma como ela é usada dentro das peças publicitárias para atingir o público desejado. A comunicação na música é algo impressionante, principalmente pela grande abrangência nos diversos meios de comunicação como a televisão, rádio, cinema, internet, aparelhos celulares, cercando cada vez mais o nosso cotidiano. Esta comunicação é alcançada por meio da ação dos signos, permitindo assim compreender dentro de um contexto um pouco mais claro. Objetiva-se comprovar que a música está em todo e qualquer ambiente cultural, principalmente no que diz respeito à comunicação, que dentro da música, é alcançada por meio da ação dos signos. Analisaremos a ligação entre a semiótica, a comunicação e a música dentro das peças publicitárias, contribuindo assim para que a música não seja usada de forma errônea na comunicação de um modo geral. Porém, o método que se utilizara na pesquisa é a bibliográfica, onde trabalhamos dentro de idéias de autores que já estudaram este caso, serão realizadas formas pela qual as pessoas poderão avaliar o efeito que a música está causando nela. Pode se dizer que a música comunica simplesmente idéias musicais. As idéias que vem da música, por meio dos signos, fazem com que, de alguma forma, nossa mente navegue em vários tipos de sentimentos, e dentro do universo da arte os aspectos da comunicação e sua ligação com a semiótica, visando que a semiótica é um modelo de comunicação de abrangência ilimitada, que possui tanto linguagens verbais quanto não verbais. Todo esse trabalho de pesquisa nos faz perceber o quanto a música comunica, por meio da ação dos signos.

Palavras – chave: música, comunicação, semiótica, publicidade.

¹ Acadêmica do Curso de Comunicação Social do CEULJI/ULBRA com Habilitação em Publicidade e Propaganda, 7º período – marianapgs@gmail.com

² Acadêmica do Curso de Comunicação Social do CEULJI/ULBRA com Habilitação em Publicidade e Propaganda, 7º período – stelinhafalqueto@gmail.com

³ Professor orientador. Curso de Comunicação Social do CEULJI/ULBRA – fabiotrescher@hotmail.com