

026

A UTILIZAÇÃO DA IMAGEM DA CRIANÇA EM PROPAGANDAS DE EMPRESAS DE SERVIÇO. *Aline Marciano Silvério, Jesus Antonio Durigan (orient.) (FACEF).*

O tema proposto possui relevância já que o discurso publicitário rodeia o produto ou serviço que anuncia, de um mundo de sonhos, de promessas, de desejos, envolvendo-os em uma aura. Sua função vai muito além da venda de um produto ou serviço. Por meio de uma série de artifícios atrai a atenção do consumidor despertando o desejo, a vontade de adquirir o anunciado. Um desses recursos utilizados é a imagem da criança que aparece em propagandas de produtos e serviços com uma frequência cada vez maior. Nos últimos tempos, a criança, além de consumida e protagonista de várias das propagandas que vemos, é alvo de peso no mercado de consumo e com isso, cada vez mais desperta a atenção de publicitários e produtores que vêem nela uma fórmula de sucesso e um ótimo artifício na busca de despertar a atenção do público alvo. A investigação sobre a utilização desta imagem na propaganda se faz necessária, pois dependendo da forma como está sendo mostrada pode influenciar outras crianças e até mesmo adultos de maneira negativa. Pensando nisto, este trabalho se propõe responder às questões relativas à utilização da imagem da criança em propagandas de empresas de serviços no setor bancário, de telefonia e de entretenimento, verificando se esta estratégia é eficaz, se a figura da criança está sendo usada de maneira distorcida e se está havendo a criação de modelos não condizentes com a realidade. Para tal investigação foram selecionadas três propagandas, uma no setor de serviços bancários (Caixa Econômica Federal), uma no setor de telefonia (Telefonica) e uma no setor de entretenimento (Casa de boneca da Polly).