



Os Enlaces da Comercialização de um Estado: Analisando Peças Publicitárias Promocionais do Verão Baiano¹

COTTA, Roberto R.M.²
SOUZA, Scheilla F.³
OLIVEIRA, Kayo K. C.⁴
BULHÕES, Alexandre M.⁵
ACÁCIO, Jefferson C.⁶

RESUMO:

Este artigo tem como ponto de reflexão a análise da roupagem promocional do verão do estado da Bahia em campanhas publicitárias veiculadas em âmbito nacional. A composição do trabalho é dinamizada pela avaliação do conceito de baianidade e pela verificação da configuração de estereótipos da identidade baiana, ambos fundamentados nos Estudos Culturais. Além disso, é feito um exame bibliográfico pautado nas Teorias da Publicidade e Propaganda. A constituição analítica da pesquisa se dá a partir da comparação discursiva de três peças publicitárias: duas promovidas pela Bahiatursa (Empresa de Turismo da Bahia S/A) e a outra pela Tv Bandeirantes (emissora com sede em São Paulo/SP). A veiculação dessas ocorreu em 2006 e seus formatos em torno das representações regionais podem sintetizar uma visão nacional acerca da baianidade.

Palavras-chave: Análise do Discurso; Bahia; Conceito de Baianidade; Publicidade e Propaganda; Turismo.

¹ Trabalho apresentado ao GT de Audiovisual do IX Congresso Regional de Ciências da Comunicação, com orientação do Prof. Msc. Rodrigo Bomfim Oliveira (UESC/FTC).

² Graduando em Comunicação Social – habilitação em Jornalismo – pela Faculdade de Tecnologia e Ciências (FTC).

³ Graduando em Comunicação Social – habilitação em Rádio e TV – pela Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC).

⁴ Graduando em Comunicação Social – habilitação em Rádio e TV – pela Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC).

⁵

⁶