

ANÁLISE DO DISCURSO NA CAMPANHA DA COCA-COLA DO ANO DE 2022**ANDRIGHETTI, L. C.¹; GONÇALVES, S. K; DIAS, F. B. A.²**

O presente trabalho tem como intuito analisar os recursos verbo-visuais que compõem a campanha da Coca-Cola, para divulgação de sua marca global, centrada na temática da “Copa do Mundo do Qatar”, do ano de 2022. Para tanto, toma-se como objeto de análise a divulgação da promoção “Magia de torcer” da empresa, que está disponível em seu site. A promoção consiste no cadastramento de produtos que estejam participando desta campanha que tem como finalidade presentear os torcedores e clientes da Coca Cola com diversos prêmios. Com isso, busca-se compreender como essa empresa constrói discursivamente sua imagem e investe em eventos como a Copa do Mundo para que sua propagação e consumo seja maior. A análise dos enunciados será realizada com base em orientações teórico-metodológicas formuladas pelo Círculo de Bakhtin, sobretudo, nos conceitos de “interação verbal” e “enunciado”. Também utiliza-se, como fonte de estudo, pesquisas em artigos científicos da área de propaganda e publicidade para melhor compreensão da temática desenvolvida neste trabalho. Vale destacar que a campanha em questão tem como intuito fazer uma provocação ou alterar atitudes e comportamentos dos consumidores da Coca Cola. Dessa maneira, observa-se na maioria das vezes a felicidade que a publicidade expressa no mercado como sendo um produto cultural consumado e totalmente pronto para ser consumido, constatando como se a imagem da Coca-Cola estivesse naturalmente presente em nosso cotidiano. As estratégias discursivas empregadas na campanha, além de abordarem o convencimento ou persuasão, também apresentam uma linguagem rica e entusiasmante, ou seja, um discurso que encanta, induz e inova os consumidores do produto. Como exemplo presente no texto há as palavras torcer, surreais, magia e instantâneos. Espera-se, com este trabalho, que a sociedade possa perceber em sua rotina elementos que estejam ligados às suas vidas e que passam despercebidos, estes que são tão influenciáveis em nossas atitudes.

Palavras-chave: Análise; propaganda; Coca-Cola; discursos e enunciação;

Origem: Ensino (expograd).

¹ Carolina de Lima Andrighetti. Licencianda em Letras - Português e Espanhol da Universidade Federal da Fronteira Sul campus Cerro Largo. Kauany Staudt Gonçalves. Licencianda em Letras - Português e Espanhol da Universidade Federal da Fronteira Sul campus Cerro Largo.

² Ana Beatriz Ferreira Dias. Professora doutora em Letras, Universidade Federal da Fronteira Sul campus Cerro Largo.