

# musica e pubblicità

Come ben sapete la musica è un elemento fondamentale nella pubblicità radio-televisiva (sono piuttosto rari gli *spot pubblicitari* senza musica).

Ma come si sceglie la musica per uno *spot* ?

Nella realizzazione di uno spot è fondamentale sapere a chi ci si rivolge e scegliere i linguaggi più adatti per attirare la sua attenzione.

---

## *Target e items*

---

Prima di tutto le agenzie pubblicitarie svolgono numerose ricerche per determinare il target, cioè il tipo di consumatore interessato al prodotto che si vuole pubblicizzare.

Poi in base alla “psicologia” di quei consumatori (il loro modo di vedere le cose), stabiliscono gli items della pubblicità, cioè i *temi* e lo *stile* che caratterizzeranno il prodotto:

*genuinità, ecologia, lusso, antichi valori, dinamismo, tecnologia, modernità, erotismo, trasgressione, ecc.*

A questo punto i “creativi” dovranno trovare idee originali attinenti agli *items* stabiliti. E soprattutto dovranno scegliere i linguaggi giusti per attirare l’attenzione di quei consumatori.

## **I linguaggi della pubblicità**

**Per questo la pubblicità si serve di parecchi linguaggi contemporaneamente:**

*immagini, grafica, simboli, parole (dette o scritte), e ovviamente musica.*

## Infatti bastano

poche note per definire il *contesto* di una scena (e come sappiamo uno spot dura pochi secondi!).

Ma non basta...

La musica è in grado di attirare subito la nostra attenzione perché è la forma di linguaggio con cui meglio riusciamo a identificarci

La musica degli spot ha quindi una doppia funzione :

- precisa il contesto della scena (*commento musicale*)
- identifica il prodotto e il “carattere” dei suoi consumatori