

# Interpretação de textos publicitários

**Prof. Guto.**  
Gramática!

# Teoria da comunicação



**FUNÇÃO APELATIVA:** A função conativa é facilmente identificada, pois sua linguagem é organizada para influenciar e persuadir o destinatário, fazendo uso de verbos no imperativo, pronomes na segunda pessoa e vocativos. Essa linguagem é comumente empregada na publicidade, já que sua principal intenção é vender determinado produto ou ideia para um grupo social específico.

- O texto publicitário se dedica à difusão pública de ideias associadas a empresas, a produtos ou a serviços, constituindo assim uma propaganda.
- Anúncio publicitário é um gênero textual que tem a finalidade de promover uma marca de um produto ou de uma empresa, ou de promover uma ideia.



# ANÚNCIO PUBLICITÁRIO

- O anúncio publicitário é um gênero que tem por finalidade convencer as pessoas na escolha de um produto ou serviço.
- É veiculado em jornais, revistas, folhetos, mala direta, internet, entre outros.





- Exige-se um grande poder de persuasão, porque é lançado intencionalmente por parte do emissor que tem o objetivo de persuadir o receptor. Mas também pode fazer uso de sequências narrativas, descritivas, dialogais, injuntivas, entre outras, para dar suporte à argumentação ( relatos resumidos, descrições precisas, diálogos e conselhos.)

- A linguagem precisa ser clara e objetiva, mas também bastante atrativa. O uso da linguagem não verbal é importante, uma vez que imagens tendem a ser mais chamativas e contribuem para a concretização dos objetivos propostos.



- A linguagem dos anúncios publicitários se adapta ao público e ao objetivo a que se destina. Para isso, usam-se diversos recursos de linguagem.



- O anúncio publicitário normalmente é constituído de linguagem verbal e de linguagem não-verbal.
- Utiliza também diversos recursos de linguagem:
  - **Linguagem conotativa – figuras de linguagem;**
  - **Ambiguidades;**
  - **Diferentes variedades linguísticas;**
  - **Verbos no imperativo**
  - **Diferentes tipos e formatos de fontes**



AQUELA MENSAGEM  
NÃO VALE  
O RISCO



Motorista usando o celular enquanto dirige é uma das maiores causas de acidentes no Brasil.  
A mensagem pode chegar ao destino,  
mas o remetente não.



Não sabe onde está seu chocolate?

É **LACTA**!



# Texto publicitário

- Existem vários formatos de textos literários:
- anúncio (jornal ou revista)
- encarte
- filme (televisão)
- jingle (rádio)
- cartaz
- outdoor
- painel :
- letreiro
- folder



# ESTRUTURA DO ANÚNCIO PUBLICITÁRIO

Título

COLHEITA DO DIA  
TODOS OS DIAS?

É SOPA

Imagem



Logótipo

Knorr

SOPA DE GRÃO  
COM ESPINAFRES

Texto de  
argumentação

Percebemos pela procura dos legumes mais frescos, naturais e saudáveis.  
Não foi fácil, mas encontramos. Depois, permitimos-nos com quatro deliciosos resultados: da qualidade para a  
a saúde e a limpeza. O resultado desta "colheita" são as novas e deliciosas Sopas Frescas Knorr,  
e elas são as frescas, que se encontram em todas as variedades da linha Frescas. É sopa.

NOVAS SOPAS FRESCAS KNORR

PROCURAS NO CORREDOR DO FRIJO

Slogan



# Estrutura do texto publicitário

**Título**

**O LIXO É SEU**

**Imagem**



**Corpo  
do texto**

**FAÇA COLETA SELETIVA:  
CONDIÇÃO PARA UM MUNDO MELHOR.**





Imagem

Slogan

Logotipo



CAMPEÃO EM NÃO DEIXAR PASSAR NADA.  
NADA MESMO. BOM BRIL MULTI USO  
AGARRA QUALQUER SUJEIRA.  
APLICOU, LIMPOU. VAI QUE É TUA, BOM BRIL.

Logotipo

Imagem

Texto de  
argumentação

**Título** - Objetiva atrair a atenção do leitor. Pode ser engraçado ou ainda usar recursos linguísticos, como a linguagem conotativa

**Imagens** – Também buscam chamar a atenção – seja pela forma, disposição ou pelas cores.

**Corpo do texto** - Nesta parte é desenvolvida a ideia sugerida no título, com frases curtas, claras e objetivas, adequando o vocabulário aos interlocutores destinados.

**Identificação do produto ou marca** - Frase marcante que identifica o produto. É quase uma assinatura. Frase chiclete que “fica na cabeça”. É o slogan

**Título** - Objetiva atrair a atenção do leitor. Pode ser engraçado ou ainda usar recursos linguísticos, como a linguagem conotativa

**Imagens** - Também buscam chamar a atenção – seja



da a ideia s  
o o vocabu

e marcante  
e "fica na c

An advertisement for Doril. A man in a red shirt is smiling and holding a microphone with the Doril logo. The text "Dor de cabeça?" is written in large yellow letters. Below it, "Tomou doril a dor sumiu." is written in white. In the bottom right, there are boxes and blister packs of Doril. A yellow speech bubble says "Agora também com 20 comprimidos." At the bottom, there is a small text box: "SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO. ESTE MEDICAMENTO É CONTRAINDICADO NO CASO DE SUSPEITA DE DENGUE." and the website "estuda.com" is visible.

u

o.

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO. ESTE MEDICAMENTO É CONTRAINDICADO NO CASO DE SUSPEITA DE DENGUE.

ácido acetilsalicílico e cafeína. Indicações: analgésico e antitérmico. Registro nº 10.001. Abril/2013



**A RUA É PÚBLICA,  
NÃO É PRIVADA.**

**ENTULHOS E CACARECOS. ANTES DE DESCAR AR LIGUE 4162-7300 E CONFIRA OS DIAS DE COLETA.**



**PROFITORIA DE  
BARUERI**

- 
- **Linguagem comum;**
  - **Vocabulário simples e direto;**
    - **Voltada ao público-alvo;**
      - **Caráter apelativo;**
      - **Linguagem conotativa;**
  - **Busca conscientizar o leitor a zelar pela rua.**

# Interpretação de textos publicitários

**Prof. Guto**  
Língua Portuguesa