



ANÚNCIO PUBLICITÁRIO

O anúncio publicitário é uma das peças que podem ser veiculadas como parte de uma campanha publicitária. Misturando em geral imagem e texto, é um gênero textual misto bastante cobrado em provas.

O objetivo de um anúncio publicitário é dar a conhecer um produto, uma marca ou uma situação — por exemplo, uma campanha de reciclagem — e incentivar o público a interagir com o que foi anunciado, comprando um produto ou modificando seus hábitos. O anúncio faz com que o público se lembre de determinado produto, serviço e situação, modificando seu comportamento ou suas ideias de compra.

É comum a presença de verbos no imperativo — a exemplo de: compre, aproveite, corra, não perca — e também de uma linguagem mais subjetiva, que apela para a emoção do público. Todo anúncio publicitário é feito levando em conta o interlocutor, chamado no jargão publicitário de público-alvo, pois é esse interlocutor que deve ser levado a comprar algo ou mudar seus hábitos, no caso de campanhas, por exemplo, na área de saúde ou meio-ambiente.

Vários anúncios publicitários apresentam o vocativo, interpelando o interlocutor para criar a impressão de que o anúncio está falando direta e exclusivamente com aquela pessoa. A linguagem utilizada nos anúncios é em geral simples e acessível, em especial naqueles que pretendem atingir grande número de pessoas.

Em alguns casos os anúncios publicitários misturam os três principais gêneros literários — argumentativo, descritivo e narrativo — e em outros casos focam em um único gênero. Quando apresentam títulos, estes devem atrair o leitor rapidamente, podendo ser usadas figuras de linguagem e trocadilhos para que isso aconteça. A linguagem conotativa é muito mais usada que a denotativa em anúncios publicitários.

É difícil descrever uma forma padrão dos anúncios publicitários, pois a criatividade faz com que eles sejam variados em sua forma. Geralmente, os anúncios apresentam um slogan, uma frase de efeito que fica na cabeça do público. É possível encontrar anúncios publicitários em jornais, revistas, na internet e em outdoors.

Nas provas, é comum que sejam cobradas questões referentes ao uso da linguagem nos anúncios e também à interpretação do texto do anúncio. Veja um exemplo:



Disponível em: www.ccsp.com.br. Acesso em: 26 jul. 2010 (adaptado).

(ENEM) O anúncio publicitário está intimamente ligado ao ideário de consumo quando sua função é vender um produto. No texto apresentado, utilizam-se elementos linguísticos e extralinguísticos para divulgar a atração “Noites do Terror”, de um parque de diversões. O entendimento da propaganda requer do leitor:

- A) A identificação com o público-alvo a que se destina o anúncio.
- B) a avaliação da imagem como uma sátira às atrações de terror.
- C) a atenção para a imagem da parte do corpo humano selecionada aleatoriamente.
- D) o reconhecimento do intertexto entre a publicidade e um dito popular.
- E) a percepção do sentido literal da expressão “noites do terror”, equivalente à expressão “noites de terror”.

No caso, para que compreenda o anúncio publicitário, o público precisa conhecer o ditado popular “quem é vivo sempre aparece”. Portanto, a alternativa correta é a D.

ANOTAÇÕES
