

**“DEPILAR DIA SIM, DIA NÃO.  
CORTE ESSE MAL PELA RAIZ”  
O USO DE METÁFORAS  
COMO ESTRATÉGIA ARGUMENTATIVA EM  
ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS DE ARTIGOS DE  
BELEZA**

Suelen Nunes Maia (UFF)  
[nsuel@hotmail.com](mailto:nsuel@hotmail.com)

Entendendo serem as metáforas, assim como postulam Lakoff e Johnson (2002), parte do cotidiano e, seguindo os Parâmetros Curriculares Nacionais, segundo os quais o ensino deve privilegiar a multiplicidade de gêneros textuais, a fim de oportunizar um ensino interativo e letrado, o presente trabalho pretende verificar o funcionamento das metáforas nas propagandas de artigos de beleza e entender como se estabelece o jogo metafórico no processo de construção de sentidos na mensagem publicitária. Propomo-nos a demonstrar que a metáfora não é utilizada como mero recurso estilístico, sem qualquer valor cognitivo, mas como uma estratégia argumentativa empregada para se estabelecer os sentidos que devem ser construídos pelo interlocutor, para que o produtor consiga alcançar seu objetivo maior: a compra do produto. Para embasar nossos estudos sobre o discurso publicitário, utilizamo-nos da Teoria Semiollingüística de Charaudeau (2008, 2006, 2005, 2001, 1995, 1992). No que se refere à análise das metáforas, aplicamos, como base teórica, os estudos de Lakoff e Johnson (2002).

Palavras-chave:

Metáfora. Estratégia argumentativa. Publicidade. Persuasão.