

O QUE AS GAROTAS QUEREM? METÁFORAS EM PUBLICIDADE PARA ADOLESCENTES

Ana Paula Ferreira (UERJ)
anapaferr@gmail.com

Reconhecendo a importância da publicidade na formação de comportamentos, este estudo busca identificar as metáforas conceptuais presentes em propagandas voltadas para o público adolescente feminino, visando à análise das estratégias de conceptualização utilizadas para a persuasão das consumidoras, assim como das necessidades de consumo construídas por estas e pelas agências publicitárias. Sendo a metáfora aqui considerada um fenômeno cognitivo-social, sua identificação possibilita um melhor entendimento sobre uma visão de mundo organizada socialmente, tratando-se de uma fonte riquíssima para a compreensão dos padrões de comportamento do grupo a que ela pertence e do modo que as relações entre os membros desse grupo se configuram. No material coletado, pôde-se constatar que um texto publicitário atua nas crenças de seu público alvo, a fim de alcançar o comportamento esperado, ou seja, o consumo do produto anunciado. Para tanto, sensações tais como satisfação e alegria são garantidas, ao mesmo tempo em que as necessidades de consumo são estabelecidas.