

IV JISE

03 A 05
DE ABRIL
2024

Os estudos enunciativos no século XXI:
sentido, política e sociedade

A CONSTRUÇÃO DA SIGNIFICAÇÃO A PARTIR DOS BANNERS DA ÁREA DA PUBLICIDADE

Sebastião Camelo da Silva Filho

Resumo: Este estudo tem por objetivo observar a construção da significação de um determinado produto referente a uma marca e que é veiculado por um banner. O publicitário é o profissional responsável por conceder uma significação ao produto. Por intermédio desse processo podemos falar a respeito de um produto novo, original e inédito. Considerando esse objetivo, lembramos do pensamento de Benveniste (1970:82). Nas palavras do autor “a enunciação é este colocar em funcionamento a língua por um ato individual de utilização.”

Para a realização desse estudo, concebemos um corpus. Essa coleção de textos é constituída por banners.

O banner comporta-se como uma forma de publicidade online em que os anúncios são exibidos nas páginas da web.

Para Maingueneau (2004) o banner é “um texto publicitário, em particular, é fundamentalmente imagem e palavra; nele, até o verbal se faz imagem.”

A definição de Maingueneau permite-nos pensar o banner como uma peça publicitária que estabelece a interação entre a linguagem visual e a linguagem verbal.

Além de comportar-se como um texto multimodal inovador e dinâmico, o banner está inserido num espaço temporal, num contexto sociocultural, desse modo, a sua ocorrência pode estar relacionada a um evento ou fato ocorrente no mundo real.

Autores como Aumont (2002), Brandão (2006), Magno (2007), Carvalhosa (2009), Maffia (2013), dentre outros, evidenciam através de seus trabalhos a relevância da relação imagem/texto para a área da Publicidade.

Para a Publicidade, a imagem é uma ferramenta que apresenta uma pluralidade de significações. A função da imagem é a de informar e de representar o novo.

A articulação e a interação entre a linguagem verbal e a linguagem visual é responsável pela criação e produção de significados responsáveis por representar e viabilizar novas e diferentes formas de comunicação.

Palavras-chave: significação, texto, imagem, banner.

