

EMOTICONS E DISCURSO PUBLICITÁRIO: LINGUAGEM, MARCA E PRODUTO

Audrey Danielle Beserra de Brito (UBC)
audreydani@ibest.com.br

**Grupo de Comunicações coordenadas:
“Linguagens, sentidos e discurso”**

Os emoticons são signos de imagem digital utilizados para expressar as emoções e a afetividade dos internautas e ao mesmo tempo revestir a comunicação de um tom coloquial. Vale destacar que a difusão e aceitação deste signo é tão grande que eles já passaram a circular em outros ambientes de comunicação, ou seja, ultrapassaram os espaços digitais. Hoje estes signos são facilmente encontrados no mercado de consumo e é justamente em torno da utilização dos emoticons pelo discurso publicitário que se formulou o objeto de interesse deste estudo.

OBJETIVO: Esta pesquisa propôs-se analisar as diferentes maneiras do discurso publicitário utilizar os emoticons.

METODOLOGIA: O método de pesquisa utilizado neste estudo é método indutivo dentro de uma abordagem qualitativa. O corpus de análise foi constituído de uma seleção aleatória de produtos ou peças publicitárias que utilizam a linguagem dos emoticons para se propagarem no mercado de consumo.

EMBASAMENTO TEÓRICO: Para analisarmos o corpus selecionado, optamos pela teoria da linguagem de Hjelmslev, pela teoria da enunciação, sob o olhar greimasiano e pela teoria dos arquétipos emocionais do inconsciente coletivo a partir dos estudos de José Souza Martins.

RESULTADOS: Os emoticons aparecem no corpus analisado de duas maneiras diferentes: como produto e como recurso publicitário.

CONSIDERAÇÕES FINAIS: Enquanto produto, os emoticons agem como enfeites que remete o sujeito-consumidor ora

a linguagem digital ora ao universo infantil. Por outro lado, enquanto recurso, os emoticons são considerados sujeitos do discurso publicitário. Além disso, enquanto recurso publicitário, eles são incorporados a marcas de algumas empresas, instituições, campanhas ou produtos.

Isso acontece pelo fato deles serem considerados pontos de sedução, que servem para chamar a atenção do consumidor para a idéia de compromisso social solidário.