

*Como e porquê a linguagem  
da publicidade usa os  
provérbios e as expressões  
idiomáticas*



publicidade suporte  
da nossa forma de  
viver

**NBC NEWS** POLITICS U.S. NEWS BUSINESS

NBC NEWS

**Senator asks how Facebook  
remains free, Zuckerberg smirks:  
'We run ads'**

Facebook Hearing  
Capitol Hill  
3:22 PM ET

**"SENATOR, WE RUN ADS"**

**BREAKING NEWS**

**LIVE**

# Usos de expressões idiomáticas e provérbios em publicidade

- Porque é que são especiais?

# Língua e memória



# Que elementos são importantes na comunicação publicitária?

- Prova cega: metade escolheu Pepsi.
  - ressonância magnética : estímulo na área do cérebro relacionada a recompensas.



- quando sabiam qual marca bebiam
  - o número de pessoas que dizia que a Pepsi era a melhor caiu 25%.
  - Dados da ressonância demonstravam agora que eram as áreas relacionadas com a cognição e a memória eram muito utilizadas.
- Demonstrou:
  - **as pessoas associam as marcas às memórias que têm**
  - Estas associações podem alterar as percepções sobre as marcas

# Sugerem as experiências

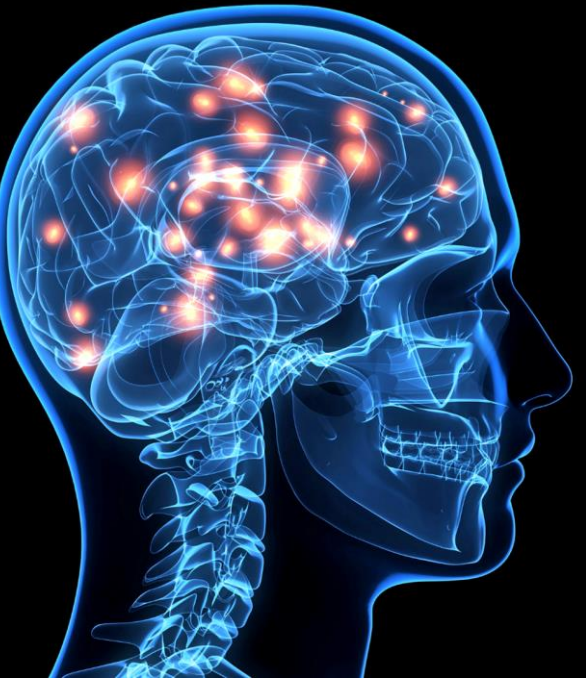
- Associações, memórias e valores implícitos muito importante em publicidade
- publicidade subliminar
- neuromarketing



DON'T JUST  
MARKET.  
NEUROMARKET.

# AIDMA

- **A - Atenção – Despertar a atenção.**
- **I** – Interesse – Suscitar o interesse.
- **D** – Desejo – Provocar o desejo.
- **M** – Memorização – Permitir a memorização.
- **A** – Ação – Desencadear a ação.



# Provérbios e termos idiomáticos: Valores implícitos evocados





## Provérbio – Wikipédia, a enciclopédia livre

Um **provérbio** (em latim: proverbium) é um ditado simples, concreto, tradicional, que expressa uma verdade baseada no senso comum ou experiência.

Provérbio  
é  
associado  
a verdade  
e  
sabedoria  
...

### DEFINIÇÃO DO TERMO

*Um Provérbio é uma frase curta, bem construída, que expressa uma verdade adquirida através da experiência e que se impõe pela forma breve e pela agudez das observações.*

*Os provérbios são ensinamentos deduzidos da experiência que o povo tem da vida,*

*e sua finalidade é instruir, esclarecendo situações de perplexidade, fornecendo orientações para a vida humana, como as setas de uma estrada*

# Compreender o provérbio implica um jogo, desafio

- E nós, humanos,  
adoramos  
jogos...



texto subjacente?

Parabéns a nós.

Expressão implícita  
-valor semântico normativo\*

dupla estranheza,  
não normalidade

Expressão fixa:  
*falar para o umbigo*

*“Pelo menos uma vez por ano, temos o direito de falar para o umbigo.”*

Pelo menos uma vez por ano temos o direito de falar para o umbigo. O nosso umbigo, do qual nos orgulhamos e muito. Porque ele é o trabalho que há 12 anos fazemos para os nossos clientes. Que estão tanto de parabéns como nós. Por isso, parabéns a vocês: Allied Domecq (Ballantine's), Arbora & Ausonia (Dodot), Atlântico, Banco Comercial Português, Companhia de Seguros Fidelidade, Galloper, Henkel (Denivit, Opilca, Scorpio, Theramed), IPE-Águas de Portugal, Lactogal (Adágio, Matinal, Pleno), Leca, Megadiscos, Mitsubishi Motors de Portugal (Carisma, Colt, Lancer, Pajero, Strada, L 200, L 300, L 400 e Canter), Nutrexp (Cola-Cao, Mel Granja S. Francisco), RAM (Grand'Italia), Saludões, Sonae (Worten), Tintas Barbot, Top Tours e Whirlpool, pelo nosso 12º aniversário. **Obrigado a todos.**

**BMZ PARK**  
PUBLICIDADE

\* O slogan podia ser:  
**NARCISISMO JUSTIFICADO**



*A tradição* AINDA  
**É O QUE ERA**



Braga



00000000

# Amigos Amigos, cervejas à parte



Edição limitada de garrafas inconfundíveis, para brindes em segurança



*Sabor Autêntico*

Seja responsável. Beba com moderação.

**Amigos não têm defeitos, têm feitos**





**Quem tem  
PRIO, não  
tem frio**





pingodoce





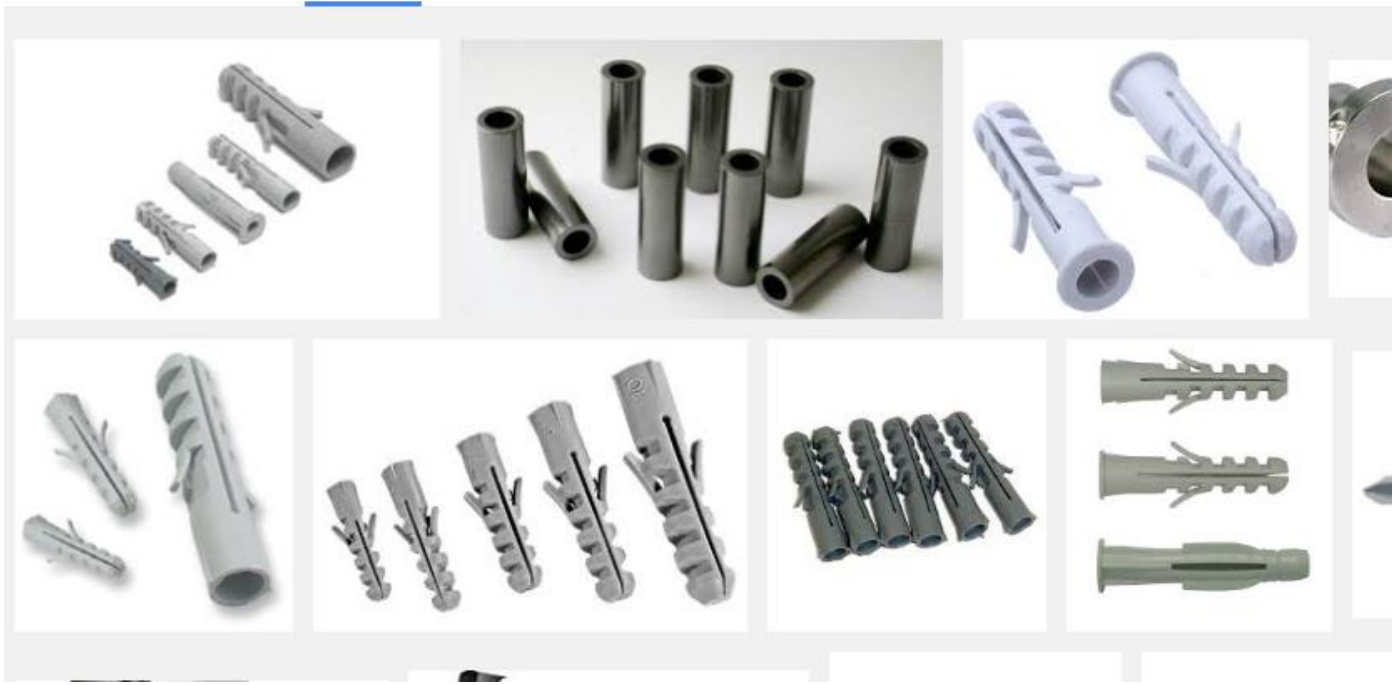
**SÓ NÓS PODEMOS  
COMER BUCHAS**



**SÓ NÓS...  
(PORTUGUESES)  
fazemos  
“impossíveis”**

**UM CARTÃO DE CRÉDITO PARA DECORAR A CASA DO PAIÁ PARA TAPAR UM BURACINHO  
SABER QUE HÁ COISAS QUE SÃO SÓ PORTUGUESAS, NÃO TEM PREÇO\***





SÓ NÓS PODEMOS  
COMER BUCHAS



SÓ NÓS...  
(PORTUGUESES)  
fazemos  
“impossíveis”

SÓ NÓS LEVANTAMOS  
CARROS COM MACAÇOS



SÓ NÓS COMEMOS  
OS SONHOS



UM CARTÃO DE CRÉDITO PARA DECORAR A CASA OU PARA SAFAIR UM BURACINHO  
SABER QUE HÁ COISAS QUE SÃO SÓ PORTUGUEAS, NÃO TEM PREÇO\*



UM CARTÃO PARA ARRANJAR O CARRO OU PARA FAZER UM SAFARI  
SABER QUE HÁ COISAS QUE SÃO SÓ PORTUGUEAS, NÃO TEM PREÇO\*



UM CARTÃO PARA AS TENTACÕES DE NATAL  
OU REALIZAR OS SONHOS PARA O ANO NOVO  
SABER QUE HÁ COISAS QUE SÃO SÓ PORTUGUEAS, NÃO TEM PREÇO\*



“Saber que há coisas que  
são só portuguesas, não  
tem preço”

# Objetivos desta apresentação

- Compreender o funcionamento do léxico no aspeto de algumas fraseologias do português europeu
- Verificar como a publicidade as insere nas suas estratégias
- Verificar como são aproveitadas quer na interpretação canónica (normativa, tradicional) quer na não-canónica
- Mostrar como nas fraseologias o todo lexical não é igual à soma das partes

# Léxico, Fraseologias e competência linguística

- Fraseologias: provérbios, expressões fixas (idiomáticas)
- Implicam um domínio alto de competência linguística
- Reforçam a noção de grupo e de pertença comunitária
- Por isso muito utilizadas para justificar atitudes, opiniões (*“como o povo diz”, “como os antigos diziam”...*)
- Daí o valor de fiabilidade que a publicidade aproveita

Provérbio implícito  
-como citação justificativa  
-com interpretação normativa

**Provérbio:**  
*No poupar  
é que está o ganho*

Já Dizia a Avozinha:

**"NO BES É QUE ESTÁ O GANHO"**

POUPANÇA BES *júnior*

Porque **"tostão a tostão enche o mealheiro o papo"** ao subscrever ou reforçar uma solução de Poupança BES Júnior com €100 recebe a **Avozinha**, o novo mealheiro BES | AGATHA ROIZ DE LA PRADA que vai ajudá-lo a crescer e a poupar com os seus conselhos. Por cada mealheiro entregue, o BES ajuda a Coração Amarelo, uma Instituição de apoio a seniores porque "poupar e ajudar não ocupam lugar". Saiba tudo em [bes.pt/junior](http://bes.pt/junior)

BANCO ESPÍRITO SANTO

O CRISTIANO RONALDO é fã da Avozinha. Torne-se fã também.

Provérbio implícito  
*Grão a grão enche a galinha o papo*

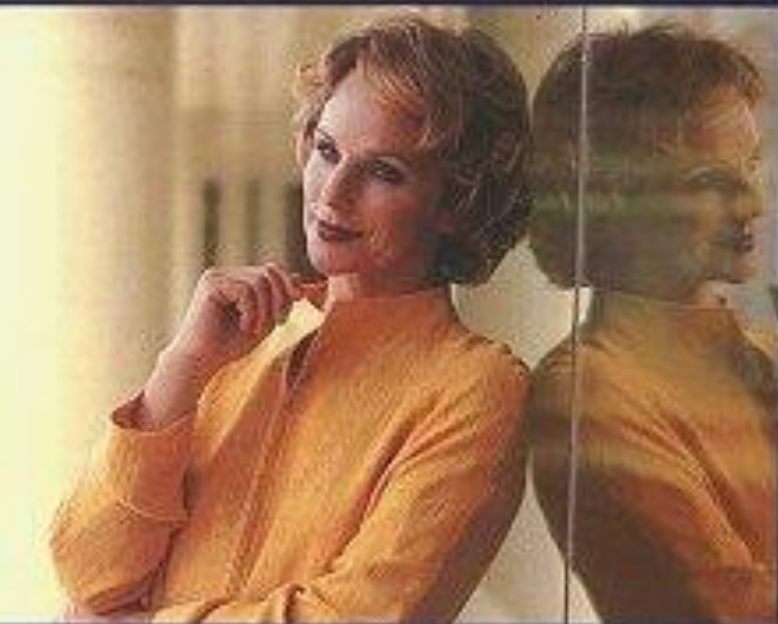
faz do nome do banco um sinónimo de "poupar"

o saber e a autoridade da tradição/comunidade

Provérbio explícito

- como citação justificativa
- com interpretação normativa

**Provérbio:**  
*O tempo voa*



Allianz 

O tempo voa, não é? Mas ainda há quem ache que faz sentido pagar por um seguro que cobre parto, quando só espera ter netos.

Foi preciso a Allianz criar o MedicAll, para ter ao seu dispor um seguro de saúde que não o obriga a pagar por cuidados de que não necessita. Com o MedicAll, além de um seguro base, tem à sua escolha várias opções adaptadas a cada fase da vida da sua família. Desta forma,

Provérbio explícito

- como citação justificativa
- com interpretação normativa

**Provérbio:**

*Para bom entendedor  
meia palavra basta.*

**Para bom  
entendedor  
meia palavra  
basta.**



**SUPER B**  
SABOR AUT





**Para baixo, todos os Santos ajudam.**

**SUPER BOCK**  
*Sabor Autêntico*

**Provérbio:**

*Para baixo, todos os santos ajudam*

positividade

negatividade

Provérbio explícito  
-como citação justificativa  
-com interpretação subvertida

# As interpretações normativas não são as mais frequentes em publicidade

- a publicidade é, por regra, não normativa
- pretende surpreender, chamar a atenção

# AIDMA

- **A - Atenção – Despertar a atenção.**
- **I – Interesse – Suscitar o interesse.**
- **D – Desejo – Provocar o desejo.**
- **M – Memorização – Permitir a memorização.**
- **A – Ação – Desencadear a ação.**

# Despertar a atenção na Publicidade

- prefere o invulgar, a quebra da regra/norma
- prefere o inesperado
- para isso frequentemente reinventa os valores textuais
- através da ironia, da subversão normativa

# PÃO, PÃO...



**Provérbio:**

*Pão, pão, queijo, queijo.*

Provérbio implícito  
-com interpretação não  
normativa



# A subversão das expressões fixas

- mecanismo mais frequente
- a subversão é surpreendente, fixa a atenção
- a subversão provoca o jogo do humor
- baseia-se na desconstrução dos elementos da expressão
- a expressão deixa de valer como um todo e passa a valer pelos sentidos originais dos elementos que a constituem
- Há violação do Significado de Comunidade: dá-se uma reviravolta completa do percurso semântico que levou à fixação social (comunitária, normativa) do significado

# *Dar o litro por alguém*

## **Expressão fixa explícita subvertida**

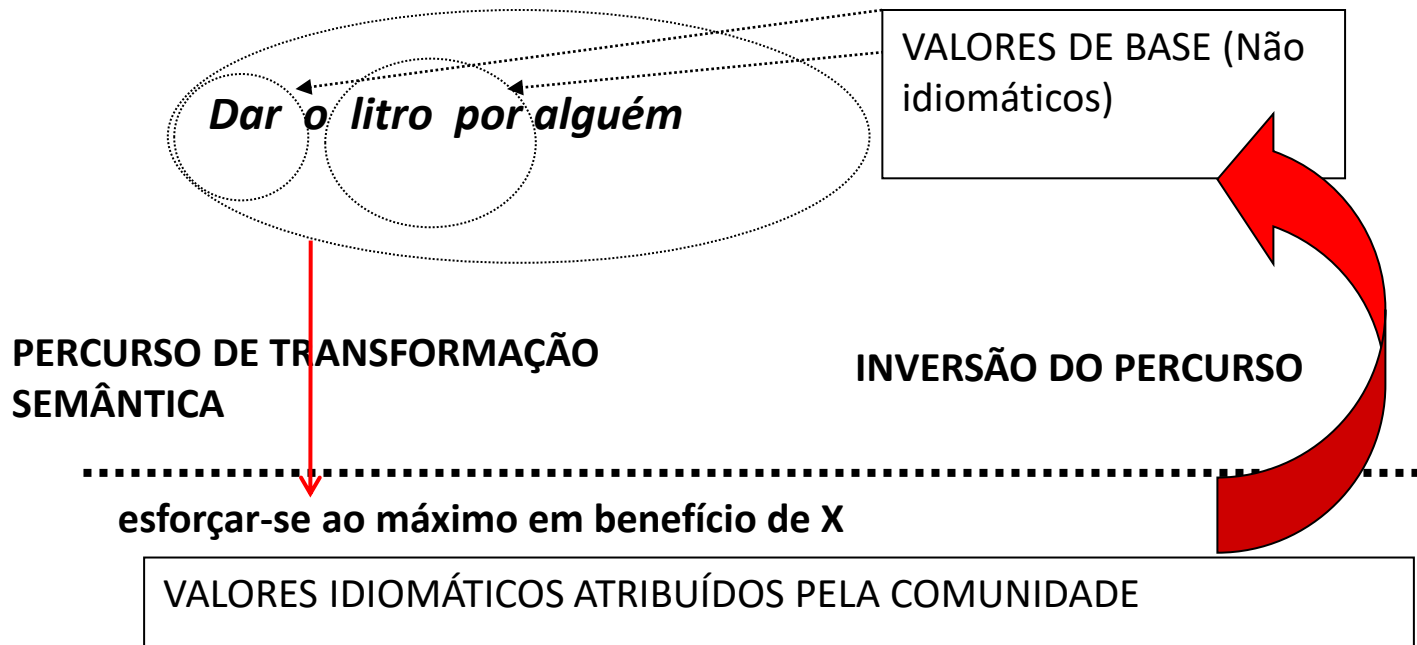
- não normatividade assente na  
recuperação do sentido literal da  
expressão fixa

  
parmalat

A prova que  
a Parmalat  
dá mesmo  
o litro pelo  
seu coração.

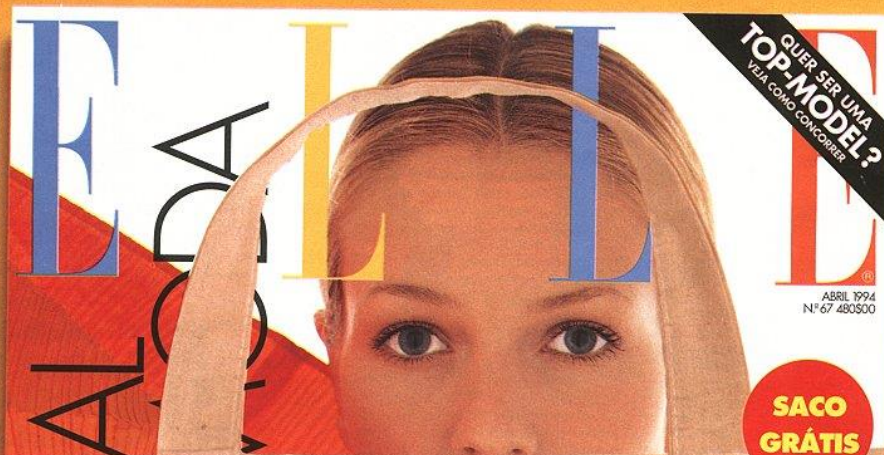


# reviravolta do percurso semântico que levou à fixação social (normativa) do significado





**NÃO DEIXE O SEU VERÃO  
CAIR EM SACO ROTO.**



Se você quer conhecer as cores do Verão além do bronze, leia a ELLE deste mês. Você vai encontrar um Especial Moda com todas as roupas mais ousadas desta estação. Sem esquecer os últimos cortes para os cabelos. A ELLE revela-lhe ainda a primeira entrevista da Julia Roberts depois do seu casamento e lança o concurso Super Model of the World onde você pode concorrer a Modelo do Ano. E em Abril você recebe grátis um fantástico saco ELLE. Este mês com todas as cores só para você não passar o Verão em branco. ELLE. À sua moda.

**ELLE**

## **Expressão fixa explícita subvertida**

-não normatividade assente na recuperação do sentido literal da expressão fixa

**Expressão fixa:**  
*cair em saco roto*

## Expressão fixa explícita subvertida

-não normatividade assente na recuperação do sentido literal da expressão fixa

Expressão fixa:  
*fazer render o peixe*

VINHOS BRANCOS DO ALENTEJO.  
Beba LENTAMENTE PARA FAZER RENDER O PEIXE.



estereótipos sociais:  
no Alentejo as pessoas são lentas

A pressa é a maior inimiga da perfeição. É por isso que no Alentejo tanto a produção como o consumo do vinho branco são feitos com muito vagar. Percorrendo lentamente a Rota dos Vinhos do Alentejo, vai perceber que por lá, a única coisa que passa depressa é a sede.

Vinhos do Alentejo  
Mais do que conhecimento, sabedoria.



Chicken Fillet.  
Para os amigos do peito.



No NorteShopping e Colombo.

a melhor escolha

**Expressão fixa**  
**explícita subvertida**  
-não normatividade  
assente na recuperação  
do sentido literal da  
expressão fixa

**Expressão fixa:**  
*amigo do peito*

# Conclusão

- As fraseologias são vistas como transportando o saber acumulado por uma comunidade linguística;
- Ao serem idiossincrasias linguísticas, transmitem o sentimento de pertença à comunidade;
- Confiança, verdade, inquestionabilidade são vetores aproveitados pela publicidade;
- Tanto são empregues na sua referencialidade normativa (como argumentação de determinados valores a serem apresentados),
- como aparecem reformuladas em construções linguísticas e interpretações inusitadas, não normativas, para-normativas ou anti-normativas.