

# ESTRATÉGIAS DE CORTESIA EM ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS DA ESPANHA

XXXVII Encontro de Iniciação Científica

Lea Angeline da Costa, Nadja Paulino Pessoa Prata

Com o crescimento do capitalismo e o fomento de uma sociedade de consumo, a publicidade se torna um grande aliado no desenvolvimento da economia mundial. Para alcançar os consumidores e a finalidade perlocutiva de seus anúncios, são utilizadas estratégias linguísticas como modo de aproximação do interlocutor e valorização da imagem de seus produtos ou serviços, convencendo-os a adquirí-los. Implicada nesse contexto, a cortesia linguística funciona como reguladora das interações sociais e comunicativas, favorecendo uma linguagem mitigadora de obrigações e imposições que o interlocutor possa sofrer ao interpretar os enunciados. Esta pesquisa se trata da análise do discurso publicitário dentro de uma perspectiva funcional e pretende identificar os marcadores de cortesia utilizados como estratégias de persuasão em anúncios em espanhol. A pesquisa se inicia com a leitura sobre a Teoria da polidez e artigos sobre a linguagem e discurso publicitário. Segue-se com a composição do corpus com anúncios escritos e audiovisuais da Espanha, entre os anos 2015 e 2018, sua análise, descrição e correlação com os fundamentos teóricos. Como resultados, os anúncios procuram oferecer opções ao interlocutor com o uso de linguagem indireta, perguntas retóricas e uso de condicionais, mantendo a liberdade de ação e evitando ameaças ao seu território. Apresentam ainda abundância de adjetivos e superlativos para a valorização da imagem dos produtos e empresas. Outros anúncios apresentam um discurso apelativo com elementos emotivos e relacionados com a realidade e rotinas do espectador, outros usam justificativas para mostrar a importância de um produto. Concluindo, os textos publicitários têm como objetivo fundamental criar no espectador a necessidade de se adquirir um produto ou serviço, sendo assim, argumentativos. O grande desafio é convencer os consumidores da necessidade de consumir, sem que estes sintam qualquer imposição à sua liberdade de ação, mantendo intacta a imagem da empresa

Palavras-chave: Linguística. Análise do discurso. Publicidade. Cortesía.