



CIÊNCIA E TECNOLOGIA:
IMPLICAÇÕES NO ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO

FEPEG

F Ó R U M
ENSINO • PESQUISA • EXTENSÃO • GESTÃO

REALIZAÇÃO:



APOIO:



ISSN: 1806-549X

ANÁLISE DO DISCURSO E A LINGUAGEM PUBLICITÁRIA EM PROPAGANDAS VEICULADAS NO MUNICÍPIO DE UNAÍ - MG

Autores: ROSIVANIA SANTOS GONÇALVES, ROSIVANIA SANTOS GONÇALVES

Com base teórica na AD buscaremos caracterizar o funcionamento discursivo e a linguagem empregada em textos das propagandas publicitárias, partindo das hipóteses de que ações e textos compõem uma prática discursiva ideologicamente comprovada pelas análises. A AD é uma prática da linguística no campo da comunicação, e consiste em analisar a estrutura de um texto e a partir dele compreender as construções ideológicas presentes nas propagandas pesquisadas. Este trabalho de pesquisa justifica pela grande contribuição no campo acadêmico não só para área de Letras/Português. Possibilita aos acadêmicos saber fazer uma Análise do Discurso em um texto publicitário e a linguagem empregada em propagandas criadas e vinculadas em uma cidade pequena como Unaí-Mg e comparada com as propagandas das grandes capitais do país.

A propaganda publicitária veiculada em Unaí é uma mensagem paga transmitida por quais meios de comunicação, com objetivo de vender um produto ou serviço, sob a forma de uma marca comercial, para um público alvo, utiliza linguagens de persuasão, sedução ou ordenação através de apelos racionais e emocionais. O discurso das propagandas publicitárias é uma construção linguística ligada ao contexto social no qual o texto é desenvolvido.

O objetivo Analisar o discurso utilizado na linguagem em propagandas publicitária. Se essa linguagem vai além do convencimento se abrangendo o aspecto educacional e informacional do seu público alvo. A metodologia da pesquisa atendeu aos requisitos de revisão bibliográfica ante a leitura e análise de artigos, livros revistas. Com base nos procedimentos técnicos, a partir da revisão bibliográfica, pode-se apresentar e caracterizar conceitos preliminares que demandam para estruturação do trabalho, a fim de formar uma efetiva coleta de dados e posterior banco de dados. A propaganda, como um todo discurso, é repleto de significados que ultrapassa a intenção de transmitir apenas uma informação ou divulgar um determinado produto. Serão analisadas nas propagandas selecionadas da cidade de Unaí se isto ocorre. A pesquisa será desenvolvida e fundamentada teoricamente na AD e da Linguagem sobre a ótica dos teóricos: Brandão, Bakhtin, Mangueau, Koch, Citelli, Abreu, Orlandi, Pecheux Vergara e Jakbson.

Referências

ABREU, Antônio Suarez. A Arte de Argumentar. 9ed. São Paulo: Cotia, 2006.

BRANDÃO, Helena Hatsue Nagamine. Introdução à Análise do Discurso. 2. ed. São Paulo: Unicamp, 2004.

BAKHTIN, Mikhail. Dialogismo e Construção de Sentidos. São PAULO: Unicamp, 1989.