

ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS E SEMIÓTICA: UMA PROPOSTA DE LEITURA DO TEXTO SINCRÉTICO

Márcia Suany Dias Cavalcante (UEMA)

marciasuany@hotmail.com

Os estudos do texto e do discurso alargaram as possibilidades de análise ao permitir o diálogo com outras teorias. Por meio da multidisciplinaridade, linguagens além da verbal se tornaram objeto de reflexão. Assim, este trabalho tem o objetivo de demonstrar os processos de significação em textos sincréticos, especificamente no gênero anúncio publicitário. Os textos sincréticos arquitetam a mensagem, utilizando os códigos verbal e não verbal, e, nos últimos anos, passaram a ser lidos sob outros olhares, inserindo o discurso na trama textual e, portanto, buscando conhecer o homem, seu meio e sua história. A base teórica para a leitura dos textos selecionados pertence ao campo da semiótica francesa, também conhecida como semiótica discursiva ou greimasiana.