

CAMINHOS ARGUMENTATIVOS EM UM TEXTO PUBLICITÁRIO

Rosana da Silva Berg (UCB)

rosanaberg@ig.com.br

Tania Maria Nunes de Lima Câmara (UCB)

taniamnlc@gmail.com

Pretende-se neste trabalho analisar os caminhos argumentativos de uma peça publicitária, conforme orientação proposta por Eduardo Guimarães, no capítulo "Quando o eu se diz ele - análise enunciativa de um texto de publicidade". O texto escolhido foi publicado no jornal "O Globo" que atinge um público específico: os leitores de classe média e classe média alta, moradores da cidade do Rio de Janeiro. Faremos recortes no texto e percorreremos a construção dos argumentos nele presentes, demonstrando que eles se estabelecem através da escolha de expressões linguísticas. Discutiremos também a presença da repetição e da redundância sendo usadas como instrumentos para construir os argumentos.