

POR UMA PROPOSTA DE ANÁLISE LINGUÍSTICO- DISCURSIVA DE PROPAGANDAS DA REDE HORTIFRUTI

Bianca Souza Fernandes (UERJ-FFP)

bia_fernandes17@hotmail.com

Michelli Bastos Ferreira(USS/UERJ-FFP)

micbferreira@hotmail.com

O discurso publicitário apresenta uma linguagem que se particulariza pelo seu caráter persuasivo, com interesse de convencer aquele a quem se destina. Esse uso da linguagem é totalmente argumentativo, como afirma Koch (2006), "pretendemos orientar os enunciados que produzimos no sentido de determinadas conclusões. Em outras palavras, procuramos dotar nossos enunciados de determinada força argumentativa" (p.29). Para tanto, esse discurso se utiliza de diversos recursos, como os operadores argumentativos, as marcas estruturais, e intertextualidade, que tornam mais visíveis ou não, tais intenções. Este estudo objetiva fazer uma análise acerca do discurso das propagandas da Rede Hortifruti, observando (i) como se caracteriza a sua argumentação e (ii) como se constrói a intertextualidade nelas presente. Para tanto, a pesquisa em questão irá se ater não só aos aspectos linguísticos, mas também aos aspectos extralinguísticos, como o contexto sociocognitivo em que se inserem os anúncios.