

**LÍNGUA E PRÁTICA SOCIAL:  
A LINGUAGEM  
NA CONSTRUÇÃO DO DISCURSO MIDIÁTICO**

*Andreia Silva de Assis (UENF)*

[andreiad.silva@hotmail.com](mailto:andreiad.silva@hotmail.com)

*Eliana Crispim França Luquetti (UENF)*

*Andressa Teixeira Pedrosa (UENF)*

[andressa.pedrosa@gmail.com](mailto:andressa.pedrosa@gmail.com)

O presente trabalho tem como objetivo analisar a propaganda do SEDEX – Sinônimos, observando alguns pressupostos da linguística presentes no discurso midiático. Frente à diversidade de propagandas, os publicitários buscam novas formas que despertem a atenção pelo produto. Muitas foram feitas, mas poucas o consumidor teve como ponto de referência ao produto, não apenas uma marca. Esse fenômeno é entendido pelo funcionalismo como iconicidade, correlação natural e motivada entre forma e sua função. Sendo a linguagem o local de conflito e confronto ideológico, este trabalho aborda como a linguagem midiática influencia na obtenção de uma aprovação ao invocar outros em seu discurso.