

152

SLOGAN E MEMÓRIA: UMA ANÁLISE DISCURSIVA DE PROPAGANDAS DE CURSOS DE INGLÊS. *Gláucia da Silva Henge, Solange Mittmann (orient.) (UFRGS).*

Slogan e memória: uma análise discursiva de propagandas de cursos de inglês. Este trabalho tem por objetivo analisar o funcionamento discursivo de *slogans* de cursos de língua inglesa no Brasil, veiculados no início de 2006. A partir de um *corpus* heterogêneo, busco primeiramente situar o papel do *slogan* em nossa sociedade e, posteriormente, analisar os discursos ali presentes a respeito da língua e dos sujeitos envolvidos nesse processo de aquisição de uma língua estrangeira específica. A análise é feita sob o ponto de vista da corrente francesa da Análise do Discurso, sendo que entre as principais noções resgatadas estão as noções de **formações imaginárias** (o lugar que cada interlocutor atribui a si mesmo e ao outro, a imagem que se fazem do seu próprio lugar e o do outro, Pêcheux, 1993), **interdiscurso** (dimensão do discurso outro inscrito em todo dizer, Pêcheux, 1995), **memória discursiva** (um conjunto complexo, pré-existente e exterior ao organismo, constituído pelas séries de tecidos de índices legíveis, constituindo um corpo sócio-histórico de traços, Pêcheux, 1990). Além dessas, as noções de **ressonâncias discursivas** (efeito de vibração semântica entre duas ou mais unidades específicas ou modos de dizer, que tende a construir, na discursividade, a realidade imaginária de um sentido) que podem ser de dois tipos: em torno de unidades específicas e em torno de modos de dizer, conforme Serrani (1994), também são fundamentais, pois evidenciam o movimento dos discursos acionados pela memória a partir do interdiscurso e que ressoam nos *slogans*. Assim, torna-se possível remontar a um conjunto de já-ditos sobre língua inglesa ofertada como produto, seus aprendizes e seu processo de aprendizado, que é considerado um processo passageiro, fugaz, não-permanente para o sujeito, além de poder ser tido como uma garantia de vitória e êxito social.