



Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Instituto de Letras



## Pensando efeitos de sentido em slogans e imagens a partir de uma memória discursiva

Tainara Belusso da Silva

tatabelusso@hotmail.com

Apoio: PIBIC/CNPq-UFRGS

Projeto: Redes de Memória: contato entre discursividades contemporâneas

Orientadora: Profa. Solange Mittmann

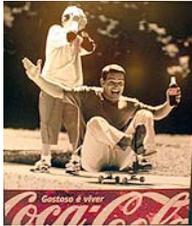
### Dispositivo teórico:

- Discurso: efeito de sentidos
- Formação Discursiva: Determina o que pode/deve ser dito/interpretado
- Memória Discursiva: Rede de já-ditos que intervêm
- Leitor virtual: presente no próprio discurso

### Dispositivo Metodológico:

- Arquivo: sites com propagandas
- Recorte: Discurso publicitário da Coca-Cola
- Seleção de formulações: slogans e imagens
- Análise
- Resultados

Gostoso é viver



*Coca-Cola dá mais vida*

Viva o lado Coca-Cola da vida



A memória discursiva vem restabelecer os implícitos de que a leitura necessita. (M. Pêcheux)

### Conclusão:

Formação discursiva



**Efeito de sentidos:**

*Vida/Coca-Cola*

Leitor-virtual



O leitor virtual é constituído no próprio ato da escrita; para quem o autor destina seu texto. (Orlandi)

Memória discursiva