

Práticas discursivas, representações sociais e intertextualidade

Estudante: **Andreia Flores de Souza**
Professora orientadora: **Vera Lúcia Pires**
Faculdade: **UniRitter - Porto Alegre**

Tratando-se de um estudo da enunciação, que se fundamenta no dialogismo de M. Bakhtin, considera-se que nenhum texto se fecha em si mesmo, pelo contrário, todo texto ou discurso estabelece uma relação dialógica constitutiva com outros textos ou discursos que o antecedem. Pelo fato de também abordar as representações sociais e a enunciação da subjetividade, via discurso publicitário, a pesquisa coloca em foco as interações entre linguagem e práticas sócio-culturais. Como é no e pelo uso da linguagem que se desenham as relações sociais, infere-se que o modo como as representações são enunciadas interagem diretamente com os demais aspectos de ordem social, produzindo sentidos para muito além dos limites do texto, uma vez que os discursos são reconhecidos como constituintes e constitutivos da sociedade. O objetivo é investigar e discutir as interações entre linguagem e cultura veiculadas em discursos e imagens da mídia publicitária, descrever e interpretar representações sociais discursivas e de imagens verificadas nos textos publicitários, compreender como as representações de práticas sociais identitárias são enunciadas e fazem sentido e explicar o funcionamento da intertextualidade como estratégia na produção de efeitos de sentido na publicidade.