

Anneliese Maria Bento de Carvalho

**Título: Linguagem verbal e não verbal no texto publicitário: construção da
referenciação e produção de sentido**

RESUMO

Esta dissertação apresenta um trabalho investigativo acerca do processo de referenciação e produção de efeitos de sentido em textos publicitários publicados em revistas, constituídos de recursos lingüísticos e não lingüísticos, destacando-se o caráter sócio-discursivo da relação entre o verbal e o não verbal no acionamento de conceitos pré-construídos e/ou discursos anteriores, durante a situação enunciativa. A fundamentação teórica da pesquisa considerou a importância dos princípios do interacionismo sócio-discursivo para os estudos da Teoria da Análise do Discurso, bem como a contribuição de determinadas categorias conceituais da Teoria Semiótica no processo de interpretação e produção de sentido.

Linha de pesquisa: Leitura e textualidade: efeito de sentido

Palavras-chave: Referenciação
Efeitos de sentido
Linguagem verbal e não verbal

ABSTRACT

This dissertation presents an investigative work of the referential process and production of meaning effects at advertising texts, published in magazines, composed by linguistic and non-linguistic signs, highlighting the social and historical aspect of the relationship between verbal and non verbal during the activation of pre-constructed concepts and/or previous discourses, during the enunciative situation. The theoretical basis of this research considered the importance of the social-discursive interaction theory to the Discourse Analysis as well as the contribution of certain conceptual categories from Semiotics theory in the production of meaning and interpretation.

Research area: Reading and textuality: meaning effects

Key words: Referential process
Meaning effects
Verbal and non-verbal languages