

ABSTRACT

Publish's language. The functioning of the outdoor.

In this work, I consider to develop a study of the publish's language, insisting, excessively in the circulation and functioning of the outdoor and in its strategies's efficient of seduction and persuasion, constructed in such a way in the domain of the verbal language, how much in the one of the image. With support in theoreticians of the analysis of the speech, of the Semiotics and the Theory of the Communication also aspects of the polifonic, the intertext are argued and considered elements of the enunciative scene that if materializes in the relation between text, reader and context. The study, that has as objective ampler to argue parts where if manifest the speech advertising executive, one concentrates in the analysis of outdoors ranks in circulation in the Region of the Vale do Aço, Minas Gerais, in recent period.

Key words: Publicity Discuss

Outdoor

Language's Recurs and image

Resumo

Neste trabalho, proponho desenvolver um estudo da linguagem da propaganda, insistindo, sobretudo, na circulação e funcionamento do *outdoor* e em suas eficazes estratégias de sedução e persuasão, construídas tanto no domínio da linguagem verbal, quanto no da imagética. Com apoio em teóricos da Análise do Discurso, da Semiótica e da Teoria da Comunicação são também discutidos aspectos da polifonia, da intertextualidade e considerados elementos da cena enunciativa que se materializa na relação entre texto, leitor e contexto. O estudo, que tem como objetivo mais amplo discutir peças em que se manifesta o discurso publicitário, concentra-se na análise de *outdoors* postos em circulação na Região do Vale do Aço, Minas Gerais, em período recente.

Palavras-chave: Discurso publicitário

Outdoor

Recursos linguageiros e imagéticos