

RESGATE DE MEMÓRIAS ESCONDIDAS: ANÁLISE LÉXICO-SEMÂNTICA DA PUBLICIDADE IMPRESSA NA PRIMEIRA DÉCADA DO PERÍODO DA DITADURA NA CIDADE DE VOTUPORANGA-SP

OLIVEIRA, Lorena Fiori de (autora) – UNIFEV - Centro Universitário de Votuporanga.

JANTORNO, Maria Eduarda Bifaroni (autora) – UNIFEV - Centro Universitário de Votuporanga.

REGINALDO, Gabriele Cristina (autora) – UNIFEV - Centro Universitário de Votuporanga.

DALOSSA, Rafael Marques (autor) – UNIFEV - Centro Universitário de Votuporanga.

GARCIA, Edson Roberto Bogas (orientador) – UNIFEV - Centro Universitário de Votuporanga.

O presente projeto teve como objetivo analisar um conjunto de itens lexicais de frequência recorrente, extraído de publicidades impressas, para verificar a ocorrência de um léxico capaz de resgatar, historicamente, o período que compreende a primeira década da ditadura na cidade de Votuporanga-SP. Essa proposição fundamentou-se no fato de que as pesquisas na área de Ciências Humanas que relacionam aspectos culturais ao léxico têm demonstrado a importância das unidades lexicais (ULs) na transmissão e na recepção de conhecimento a respeito das características de uma sociedade, ou de um grupo. Trabalhou-se, para a constituição do corpus, com anúncios extraídos dos jornais da cidade de Votuporanga, estado de São Paulo, versão impressa, do período em questão. Essa escolha partiu do pressuposto de que os textos escritos pelos redatores publicitários são direcionados a um consumidor cada vez mais específico nas campanhas publicitárias e, dessa maneira, podem conduzi-lo, com mais acuidade, à decisão de compra. Utilizaram-se três procedimentos metodológicos: a pesquisa bibliográfica, a documental e, para a seleção e análise das ULs a serem pesquisadas, adotaram-se os preceitos da Linguística de Corpus, por meio das ferramentas WordList e Concord, do programa WordSmith Tools. O intuito foi averiguar os 12 (doze) itens lexicais mais frequentes levantados no corpus, que puderam confirmar nosso pressuposto de que a Lexicologia pode fornecer subsídios

para estudos interdisciplinares. Os resultados dessas análises, ponderamos, são relevantes para auxiliar futuros trabalhos nos campos da Publicidade e dos Estudos Sociais, baseados no léxico.

Palavras-chave: ditadura. léxico. publicidade.

REFERÊNCIAS:

BERBER SARDINHA, T. *Linguística de Corpus*. Barueri (SP): Manole, 2004.

CARRASCOZA, A. *A evolução do texto publicitário*. 8.ed. São Paulo: Futura, 2002.

FIGUEIREDO, C. *Redação publicitária: sedução pela palavra*. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2005.

MENDONÇA, S.R.; FONTES, V.M. *História do Brasil recente: 1964-1992*. 3. ed. rev e ampl. São Paulo: Ática, 1994.