



ANÚNCIO PUBLICITÁRIO E INTERDISCIPLINARIDADE: UM ESTUDO DE HETEROGENEIDADE NO INSTAGRAM

Luís Gustavo Borges dos Santos - Graduando do Curso de Letras Português da Universidade Federal Rural do Semiárido UFERSA

Alécia Cristina Paiva Pinheiro – Graduada pelo curso de pedagogia da Uniasselvi, Centro universitário Leonardo da Vinci.

Glenia Ellen Soares Costa- Mestra em linguística pela Universidade Estadual do Rio Grande do Norte

Contatos: luisgustavoew@gmail.com; aleciapinheiro@gmail.com; glenia.costa@hotmail.com

Título do Trabalho

- OBJETIVOS
- JUSTIFICATIVA
- INTRODUÇÃO
- METODOLOGIA
- REFERENCIAL TEÓRICO (Pode vir anexo a introdução)
- RESULTADOS E DISCUSSÃO
- CONSIDERAÇÕES FINAIS
- REFERÊNCIAS

ANÚNCIO PUBLICITÁRIO E INTERDISCIPLINARIDADE: UM ESTUDO DE HETEROGENEIDADE NO INSTAGRAM

- OBJETIVOS
- Utilizar a interdisciplinaridade como ponte de ensino do gênero anúncio publicitário.
- Visar a prática como relação de ensino para estudar a teoria.
- Conceituar a discussão heterogênea do instagram em seus anúncios publicitários.

ANÚNCIO PUBLICITÁRIO E INTERDISCIPLINARIDADE: UM ESTUDO DE HETEROGENEIDADE NO INSTAGRAM

- JUSTIFICATIVA
- Transformar a plataforma do Instagram como aporte para estudos e desenvolver a percepção conceitual dos alunos sobre os anúncios publicitários.

ANÚNCIO PUBLICITÁRIO E INTERDISCIPLINARIDADE: UM ESTUDO DE HETEROGENEIDADE NO INSTAGRAM

➤ INTRODUÇÃO

- Anúncio publicitário e instagram.
- Relação interdisciplinar entre aprender fazendo e aprender sentindo.
- Compreensão da heterogeneidade discursiva nas redes sociais.
- .

ANÚNCIO PUBLICITÁRIO E INTERDISCIPLINARIDADE: UM ESTUDO DE HETEROGENEIDADE NO INSTAGRAM

➤ METODOLOGIA

- Esta pesquisa se dividirá em algumas ações, sendo o primeiro passo referente à escolha da bibliografia adequada, depois, com base nessas leituras, escolhemos as teorias que abordam nosso tema.
- Dando continuidade a este trabalho, selecionaremos a 02 anúncios publicitários de redes sociais como o Instagram para investigação dos fenômenos mencionados.
- Diante disso, analisamos a amostragem do material a partir dos seguintes critérios: a heterogeneidade e interdisciplinaridade.

ANÚNCIO PUBLICITÁRIO E INTERDISCIPLINARIDADE: UM ESTUDO DE HETEROGENEIDADE NO INSTAGRAM

- RESULTADOS E DISCUSSÃO
- Levando em consideração a heterogeneidade marcada que traz marcas do discurso dos outros é que foi feita a análise dos anúncios.
- Observamos a voz dos anunciantes dirigindo-se aos consumidores nos anúncios a fim de chamar atenção para os produtos.

ANÚNCIO PUBLICITÁRIO E INTERDISCIPLINARIDADE: UM ESTUDO DE HETEROGENEIDADE NO INSTAGRAM

➤ CONSIDERAÇÕES FINAIS

- Pudemos perceber através da coleta de nosso corpus que a análise da forma do anúncio publicitário é ampla e produtiva.
- O anúncio se estabelece em torno da heterogeneidade marcada em função do produtor do texto.

ANÚNCIO PUBLICITÁRIO E INTERDISCIPLINARIDADE: UM ESTUDO DE HETEROGENEIDADE NO INSTAGRAM

➤ REFERÊNCIAS

BAKHTIN, M. . Estética da Criação Verbal. [1979] Trad. Paulo Bezerra. 4. ed. São Paulo: Martins fontes, 2003.

BHATIA, V. K. Analysing genre: language use in professional settings. London and New York: Longman, 1993.

BENTES, A. C. Linguística textual. In: MUSSALIM, F.; BENTES, A. C. (Orgs). Introdução à linguística: domínios e fronteiras. v.1. São Paulo: Cortez, 2001. p. 245-287.

CAVALCANTE, Mônica Magalhães. A dêixis discursiva. Revista de Letras, Fortaleza, v. ½, n. 22, p. 47-55, Jan./Dez. 2000.