

---

## **A CONVERSA NAS PROPAGANDAS DE TELEVISÃO**

Silvia Lúcia dos Santos Barreto  
Professora da Escola Técnica Federal de Campos

O estudo realizado, parte integrante do programa do Mestrado em Linguística Aplicada da UFRJ, é uma microanálise do discurso de base qualitativa e interpretativa, que investiga como as conversas inseridas em textos de propagandas de televisão são enquadradas, ou seja, de que modo são construídas para atingir o telespectador. Na tentativa de conquistar o público, a propaganda de televisão utiliza recursos que levam à criação de imagens e fantasias, tentando fazer com que o telespectador participe do “mundo” que está sendo apresentado a ele. Para que isto aconteça, muitos textos utilizam conversas entre seus personagens. Visto que as conversas analisadas constituem uma das formas do uso da linguagem dentro de um discurso institucional (o discurso da mídia), é examinado o quanto elas aproximam-se de conversas espontâneas e o quanto constituem um gênero em si. A partir dessa análise, pode-se perceber como a linguagem da conversa corrobora na construção deste tipo de discurso.

Os dados observados são constituídos de textos de propagandas apresentadas nos períodos da tarde e da noite nas emissoras da Rede Globo, Bandeirantes e SBT. Recorre-se a alguns aspectos relacionados à Análise Etnometodológica da Conversação, discutindo até que ponto os enunciados de um discurso planejado seguem as regras da conversação. Algumas noções envolvidas na Análise Sociolingüística da Conversação e na Análise Pragmática da Conversação também contribuem para a análise dos dados, já que, através destas duas perspectivas, torna-se possível observar com maior clareza as estratégias interpretativas e comunicativas dos participantes em um processo interativo, além de proporcionar uma visão mais detalhada de como se dá a interpretação das elocuições.