

A INTERTEXTUALIDADE NA CONSTRUÇÃO DE SENTIDO DO GÊNERO PUBLICITÁRIO

Geysa Dielle Rodrigues Vieira (UFPI)
geysadielle@hotmail.com

Introdução

Considerando que todo texto não existe isoladamente, pois pode sempre manter um diálogo ou relação de intertextualidade com outros textos, a presente pesquisa tem como objetivo investigar se a intertextualidade participa ativamente da construção de sentidos do gênero publicitário, por meio da identificação e descrição das marcas de intertextualidade presentes nesse gênero.

Com esse propósito, a opção da pesquisa foi pela abordagem da intertextualidade *stricto sensu*, configurada pela presença necessária de um intertexto. Dessa forma, com base em estudos como os de Bakhtin (2002), Marcuschi (2002), Bentes (2004), Koch (2004a) e Koch, Bentes e Cavalcante (2007), foram analisados cinco exemplares de textos do gênero publicitário.

Para uma melhor compreensão da constituição do gênero investigado, tratou-se também da concepção de gênero textual e, particularmente, da descrição do gênero propaganda. Ressalte-se que toda a base teórica da investigação, que converge para os dois eixos da intertextualidade e dos gêneros textuais, é advinda da perspectiva sociocognitiva-interacionista assumida pela agenda atual da Linguística de Texto.

Os resultados qualitativos da análise apontam para a produtividade da intertextualidade na construção dos sentidos do gênero publicitário, atestando a relevância desse fenômeno na constituição desse gênero.

1. Linguística Textual: trajetória e objeto de estudo

O termo “Linguística de Texto”, conforme Bentes (2004), foi empregado pela primeira vez por Harald Weinrich, para designar a disciplina de caráter interdisciplinar que tem como objeto de estudo o “texto”. Marcuschi (1983, p.12) define a Linguística Textual como o “estudo das operações linguísticas e cognitivas reguladoras e controladoras da produção, construção, funcionamento e recepção de textos escritos e orais”. Contrapondo-se a Linguística Estrutural de Saussure, a Linguística Textual introduz o sujeito e a situação de comunicação no seu escopo.

Assim sendo, Bentes (2004) afirma que, na história da constituição do campo da Linguística Textual, não houve um desenvolvimento homogêneo. Houve uma ampliação do