



## RELAÇÕES E DIÁLOGOS ENTRE A POESIA DE DRUMMOND E O TEXTO PUBLICITÁRIO

Autor(es): Andréa Nogueira do Amaral Ferreira

**Objetivo:** Estudar a rede semântica como estratégia discursiva entre a poesia de Carlos Drummond de Andrade e o texto publicitário, no Brasil, na contemporaneidade. **Metodologia:** Utiliza-se a análise em torno da pesquisa bibliográfica com fazeres analítico-interpretativo. Foram analisados dois poemas do livro *Corpo* de Carlos Drummond de Andrade, assim como dois anúncios publicitários atuais publicados na Revista Veja. O livro *Corpo* foi selecionado por conter poemas que tratam claramente a rede semântica, assim como a Veja foi selecionada por ser um meio impresso de veiculação abrangente e heterogênea. Nessa análise pretende-se verificar as intenções e efeitos do uso da rede semântica nas esferas literária e publicitária.

**Resultados:** Os poemas, assim como os anúncios foram construídos utilizando a estratégia da rede semântica. Nas propagandas o sistema é profundamente rico em termos de caráter mnemônico, pois vai além da simples relação semântica ou material. Na verdade apela para a riqueza da semelhança fônica em todos os efeitos que lhe são favoráveis à memorização e à aproximação subjetiva do leitor da propaganda, evocando ainda outros elementos comuns à vivência do interlocutor ou consumidor. Percebe-se que os poemas constituídos a partir dessa estratégia apresentada tecem uma trama com palavras vizinhas ? pertencentes ao mesmo campo semântico ? que acaba por prender o leitor no universo temático proposto. Sem espaço ou opções para fugas, porque sempre circunvizinhado por palavras-primas entre si, o leitor literário modelo, assim como o consumidor, se rende ao apelo das palavras, do tema e da atmosfera, aderindo, assim, ao universo proposto. **Conclusão:** Os anúncios publicitários, assim como as poesias utilizam essa estratégia como forma de prender o leitor.

Agência financiadora: CAPES