

035

GÊNERO PROMOCIONAL E SUAS INTERFACES. *Bruna Elida Conforte, Juliana Berghann Bach, Maria Lília Dias de Castro (orient.)* (UNISINOS).

A partir da noção de publicização, que consiste no movimento discursivo que a televisão desenvolve para promover produtos e serviços e/ou para divulgar ações de interesse público, este trabalho propõe-se inicialmente a refletir sobre esse movimento, na sua condição dinâmica, interativa e dialógica. A seguir, busca discutir o fenômeno à luz dos conceitos de gênero, subgênero e formato, tomando como ponto de partida a existência de um gênero promocional, usado na divulgação de produtos, marcas, serviços e/ou na conscientização social, para mostrar como ele se atualiza em subgênero e se manifesta em formatos diversos. Para exemplificar, são trabalhados os formatos mais significativos usados em telenovelas. (PIBIC).