

CONSTITUIÇÃO IDENTITÁRIA MIDIÁTICA DOS SUJEITOS DOS "ENTRE-LUGARES" SOCIAIS (APOIO UNIP)

Aluna: Leila Cristina Martins Gonçalves

Orientadora: Profa. Dra. Walkyria Wetter

Curso: Letras

Campus: Brasília

Esta pesquisa propõe a investigação do discurso das ruas, especificamente pelo viés dos sujeitos que se constituem nos "entre-lugares" sociais: vendedores e pedintes em semáforos e vendedores ambulantes em geral. Objetiva, desse modo, investigar questões identitárias, ideológicas e de poder que se instauram nos e pelos discursos no contexto midiático da globalização. Com o propósito de alcançar estes objetivos, o *corpus* é constituído por enunciados colhidos em textos da mídia *on-line*, bem como em enunciados afixados nos produtos colocados à venda pelos ambulantes. O caminho metodológico adota a pesquisa qualitativa na perspectiva de Bauer e Gaskell (2005), Flick (2004, 2009), Denzin (2006) e Fairclough (2003, 2006, 2010). O aporte teórico mobilizado é o da Análise de Discurso Crítica (ADC), com base em Fairclough (2001, 2003, 2006, 2010); as questões relativas à globalização são apresentadas principalmente de acordo com Fairclough (2006), Bauman (1998), Giddens (2000), Virílio (2001); as bases teóricas referentes à mídia e às questões identitárias são articuladas na perspectiva de Bhabha (2005), Fairclough (2006), Ormundo e Wetter (2013). Constatou-se que a mídia *on-line* apoia, elogia e desloca a atividade informal do ambulante para território profissional institucionalizado e que o sujeito investigado vende seus produtos por meio de enunciados bíblicos, humorísticos e veiculadores de ideologias socialmente difundidas. Conclui-se que os discursos investigados apropriam-se de recursos linguísticos e discursivos para traçarem o perfil identitário dos sujeitos dos "entre-lugares" sociais e, ao mesmo tempo, difundirem questões ideológicas e de poder.