

## **Publicidade e Consumo de Crédito no Cotidiano**

**Autora:** Andréa Cristina de Carvalho Brancaglioni Corcione

**Orientadora:** Profa. Dra. Maria Ogécia Drigo

**Linha de Pesquisa:** Análise de Processos e Produtos Midiáticos

**Resumo:** A relação entre a publicidade e o consumo é o tema desta pesquisa, cujo *corpus* constitui-se de quatro peças publicitárias do cartão de crédito da MasterCard, da campanha “Não tem preço”, disponibilizadas nas mídias, no período de 2012 a 2014. Com o objetivo de tratar do consumo de crédito e averiguar como a publicidade pode contribuir para firmar tal modalidade de consumo vale-se da noção de sociedade do consumo, de aspectos relativos ao crédito e de análise, na perspectiva da semiótica peirceana, de recortes das peças publicitárias selecionadas, a qual permite considerar a produção de sentidos em meio à mistura de linguagens, a verbal, a visual e a sonora. A relevância desta pesquisa está nas reflexões sobre os valores e sentidos propostos pela publicidade e que pode contribuir para que o consumo de crédito se firme.

**Palavras-chave:** Publicidade. Consumo. Crédito. Consumo de crédito. Análise semiótica.