

OLIVEIRA, Elaine de. O Discurso da Mídia e suas Estratégias Persuasivas. Bragança Paulista, SP: FESB, 2013. (IMPRESSO)

RESUMO

Tendo em vista o crescimento da cultura da mídia, a qual pode ser manipuladora, este trabalho se propõe a discutir as relações entre linguagem, ideologia, discurso, poder e dominação. Iremos analisar a mídia como instrumento de persuasão e de poder em suas manifestações concretas, cotidianas, atraentes, dinâmicas e fugazes. Para tanto, discutiremos o processo ideológico da construção da linguagem midiática estabelecendo relações entre discurso e poder perante a sociedade. Com base em determinados pressupostos teóricos na área dos estudos da linguagem (Charaudeau, 2012; Fiorin, 2006 e Hernandez, 2012), serão descritos alguns gêneros discursivos exemplares neste tipo de esfera de comunicação humana, levando-se em conta os mecanismos que a mídia impressa coloca em funcionamento para fazer determinados pontos de vista tornar-se, convincentes; assim como serão observados se esses mecanismos contribuem para obter e manter laços com leitores e internautas de forma efetiva. Cada esfera comunicativa, para manter seu público-alvo, se vale de diferentes tipos de estratégias, a saber, as de natureza argumentativa e as semântico-discursivas, tais como os implícitos, as inferências, os subentendidos, por exemplo. Este trabalho é indicado para todos os públicos desde estudantes de linguagem, professores, pesquisadores, críticos da mídia quanto para aqueles que queiram entender a relação entre mídia e sociedade.