

ESTRATÉGIAS ARGUMENTATIVAS DO DISCURSO PUBLICITÁRIO VEICULADO PELAS MÍDIAS DIGITAIS

Autora: Profa. Dra. Denise Durante

O advento das novas Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) ocasionou relevantes impactos na produção e na recepção das mensagens da propaganda comercial. Por conseguinte, a reflexão sobre as características da publicidade hodierna, veiculada pelas novas mídias digitais, se impõe como uma tarefa teórica fundamental na contemporaneidade. Inseridas em uma cultura participativa, em que a circulação dos conteúdos de entretenimento e informação é transmidiática, conforme considera Henry Jenkins (2009), as novas mídias possibilitam o desenvolvimento de estratégias discursivas específicas no âmbito da publicidade, as quais podem contribuir para potencializar os efeitos de persuasão e convencimento das campanhas divulgadas, com vistas a conduzir os consumidores ao ato de compra. Com o objetivo de refletir sobre as estratégias argumentativas aplicadas no discurso publicitário que circula nas mídias digitais, propomo-nos, nesta palestra, a descrever e a analisar aspectos argumentativos, verbais e não verbais, de peças publicitárias divulgadas recentemente em redes sociais. O *corpus* analisado é composto por mensagens da publicidade de produtos de cosmética e higiene pessoal direcionadas ao público adulto feminino. Por meio das análises apresentadas, espera-se contribuir com a reflexão crítica sobre a publicidade, tendo-se em vista, em particular, a forte influência que ela exerce sobre as sociedades contemporâneas.