

LINGUAGEM E PERSUASIVIDADE: UM ESTUDO ACERCA DO RECONHECIMENTO DA LINGUAGEM CONATIVA COM ALUNOS DA 1ª SÉRIE DO ENSINO MÉDIO

Alecrisson da Silva¹ (alex.cjs.ba@bol.com.br; Pio Décimo)

Rivalmir Alves de Oliveira² (rivalmirdiretor@bol.com.br; Pio Décimo)

Este trabalho foi realizado a partir de uma pesquisa de campo com alunos da primeira série do ensino médio de uma escola da Rede Estadual de Ensino da Cidade de Carira-SE, com o objetivo de diagnosticar qual o poder de compreensão que os educandos têm acerca de textos carregados de carga semântica, o que pode convencê-los a adquirir determinado produto sem que perceba que está sendo induzido a comprá-lo. É evidente que a compra nasce quase sempre de uma necessidade que o ser humano possui. Porém, é válido ressaltar que o marketing, quando bem trabalhado nos principais veículos de comunicação, pode exercer uma grande contribuição para que determinada marca ou produto seja consumido em maiores proporções. Os resultados obtidos constatam que os sujeitos da pesquisa demonstram algumas fragilidades com relação a esse tipo de linguagem, fazendo-se necessário um trabalho intensificado com relação à intensificação ao estudo do poder de persuasão que esse tipo de linguagem possui. Assim o ensino de Língua Materna cumpre como uma das obrigações: é propor aos seus educandos o reconhecimento das intencionalidades do locutor ao destinatário através das diversas práticas linguísticas existentes no meio social.

PALAVRAS-CHAVE: Persuasão; Práticas linguísticas; Educandos; Educadores.

¹ Graduado em Letras Vernáculas; Especialista em Língua Portuguesa; Professor de Língua Portuguesa pela Rede Estadual de Ensino na cidade de Carira-SE; Professor de Língua Portuguesa pela Rede Municipal de Ensino no município de Coronel João Sá-BA.

² Graduado em Letras Vernáculas, Especialista em Língua Portuguesa e professor pela rede municipal de ensino na cidade de Coronel João Sá-BA.