

---

**Ano Letivo** 2021-22

---

**Unidade Curricular** DISCURSO DOS MEDIA

---

**Cursos** CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (1.º ciclo)

---

**Unidade Orgânica** Escola Superior de Educação e Comunicação

---

**Código da Unidade Curricular** 14561518

---

**Área Científica** CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

---

**Sigla**

---

**Código CNAEF (3 dígitos)** 321

---

**Contributo para os Objetivos de  
Desenvolvimento Sustentável - 5,6,10  
ODS (Indicar até 3 objetivos)**

---

**Línguas de Aprendizagem**

Principal: Português-PT

Complementares: Inglês-EN; Francês-FR; Espanhol-ES

---

**Modalidade de ensino**

Presencial

---

**Docente Responsável**

Cármem Zita Batalha Garcia Monereo

---

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Cármem Zita Batalha Garcia Monereo	OT; T; TP	T1; TP1; OT1	15T; 30TP; 15OT

\* Para turmas lecionadas conjuntamente, apenas é contabilizada a carga horária de uma delas.

---

ANO	PERÍODO DE FUNCIONAMENTO*	HORAS DE CONTACTO	HORAS TOTAIS DE TRABALHO	ECTS
2º	S2	15T; 30TP; 15OT	168	6

\* A-Anual;S-Semestral;Q-Quadrimestral;T-Trimestral

---

**Precedências**

Sem precedências

---

**Conhecimentos Prévios recomendados**

Não se aplica

### **Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)**

A unidade curricular de Discurso dos Media visa o desenvolvimento de competências de análise dos discursos produzidos nos contextos jornalístico, publicitário e de entretenimento, no sentido de:

Reconhecer e identificar os principais géneros de discurso nos media;

Reconhecer diferentes tipos de texto;

Reconhecer construções argumentativas e retóricas;

Compreender as dinâmicas sociais, simbólicas e ideológicas nas relações entre os diferentes meios de comunicação e os seus públicos;

Articular reflexões teóricas e capacidade crítica na análise de produtos mediáticos;

Utilizar de forma crítica diferentes fontes, recursos e ferramentas disponíveis.

---

### **Conteúdos programáticos**

#### **Informação, persuasão e entretenimento nos media - dos textos e seus contextos**

-Os media como objeto de estudo do ponto de vista discursivo: contributos da retórica e teoria da argumentação, pragmática, análise de conteúdo, análise do discurso e análise crítica do discurso

-Tipos e géneros de discurso mediáticos

-Verdade, objetividade e noticiabilidade nos media informativos

-Informação, opinião e espetáculo no jornalismo televisivo

-Real e ficcional nos diferentes géneros audiovisuais

-A sedução como estratégia criativa e de persuasão na publicidade e no entretenimento

-A questão tecnológica na reconfiguração da produção dos discursos mediáticos

#### **A perspetiva crítica na análise do discurso - da reflexão à prática**

-Media e espaço público, ideologia e legitimação do poder

-Representações sociais e estereótipos nos media

-Metodologias e ferramentas na análise de textos e imagens jornalísticos, publicitários e ficcionais/lúdicos

---

### Metodologias de ensino (avaliação incluída)

Ao longo do semestre, a exposição e a discussão de matérias são sempre complementadas com exercícios e atividades de aplicação de instrumentos de análise, desenvolvidos individualmente e em grupo e apresentados em aula. A avaliação global é obtida através da realização de um trabalho de investigação e análise de um objeto de estudo selecionado, desenvolvido ao longo do semestre individualmente e em grupo, o que inclui os seguintes momentos de avaliação:

1. Avaliação contínua, individual - 10%;
2. Ficha de leitura, individual - 30%;
3. Trabalho de investigação, de grupo - 50%;
4. Apresentação do trabalho de investigação, individual e de grupo - 10%.

---

### Bibliografia principal

- Bardin, L. (2007). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Ed. 70
- Charaudeau, P. (2013). *Discurso das mídias*. São Paulo: Ed. Contexto
- Dijk, T. (2005). *Discurso, Notícia e Ideologia. Estudos de Análise Crítica do Discurso*. Porto: Campo das Letras
- Eiroa, M., & Barranquero, A. (2017). *Métodos de investigación en la comunicación y sus medios*. Madrid: Ed. Síntesis
- Mangueneau, D. (2004). *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortez Editora
- Meyer, M. (1998). *Questões de Retórica. Linguagem, Razão e Sedução*. Lisboa: Ed.70
- Pedro, M. (org.) (1997). *Análise Crítica do Discurso. Uma perspectiva sociopolítica e funcional*. Lisboa: Caminho
- Ponte, C. (2004). *Leituras das Notícias. Contributos para uma análise do discurso jornalístico*. Lisboa: Livros Horizonte
- Rebelo, J. (2000). *O Discurso do Jornal. O Como e o Porquê*. Lisboa: Ed. Notícias
- Rodrigues, A. (1988). *O Campo dos Média. Discursividade, Narratividade, Máquinas*. Lisboa: Vega

---

**Academic Year** 2021-22

---

**Course unit** MEDIA DISCOURSE

---

**Courses** COMMUNICATION SCIENCES (1st Cycle)

---

**Faculty / School** SCHOOL OF EDUCATION AND COMMUNICATION

---

**Main Scientific Area**

---

**Acronym**

---

**CNAEF code (3 digits)** 321

---

**Contribution to Sustainable Development Goals - SGD (Designate up to 3 objectives)** 5,6,10

---

**Language of instruction**  
Main: Portuguese-PT  
Additional: English-EN; French-FR; Spanish-ES

**Teaching/Learning modality**

Presential

**Coordinating teacher**

Cármén Zita Batalha Garcia Monereo

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Cármén Zita Batalha Garcia Monereo	OT; T; TP	T1; TP1; OT1	15T; 30TP; 15OT

\* For classes taught jointly, it is only accounted the workload of one.

**Contact hours**

T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
15	30	0	0	0	0	15	0	168

T - Theoretical; TP - Theoretical and practical ; PL - Practical and laboratorial; TC - Field Work; S - Seminar; E - Training; OT - Tutorial; O - Other

**Pre-requisites**

no pre-requisites

**Prior knowledge and skills**

Not applicable

**The students intended learning outcomes (knowledge, skills and competences)**

The curricular unit of Media Discourse seeks to develop skills in the analysis of the journalistic, advertising discourses, in order to:

Recognize and identify the major genres in media discourses;

Recognize different types of text;

Recognize different argumentative and rhetorical constructions;

Understand the social, symbolic and ideological dynamics in the relations between media and their audiences;

Articulate theoretical reflections and critical perspectives on the analysis of media products;

Use critically different sources, resources and tools available.

## Syllabus

### **Information, persuasion and entertainment in the media - the texts and their contexts**

- Media as an object of study from the standpoint of discourses: rhetoric and argumentation theory, pragmatics, content analysis, discourse and critical discourse analysis
- Types and genres of media discourse
- Truth, objectivity and newsworthiness in the news media
- Information, opinion and entertainment in television journalism
- The real and fictional in different television and film genres
- Seduction as a persuasive and creative strategy in advertising and entertainment
- Technology in the reconfiguration of the production of media discourses

### **The media field and mediation of experience - from reflection to analysis**

- Social representations and stereotypes in journalism, advertising and entertainment
- Media, public space, ideology and legitimation of power
- Methods and tools for the analysis of journalistic, advertising and fictional/entertainment texts and images

---

### **Teaching methodologies (including evaluation)**

Throughout the semester, the explanation and discussion of subjects are always complemented by exercises and activities of applying analytical tools, developed individually and in groups and presented in class. Continuous assessment and far-end evaluation will be done according to the following weightings:

1. Continuous assessment - individual evaluation (10%)
2. Recension - individual evaluation- 30%
3. Final research work - group evaluation (50%)
4. Presentation of the final work - individual and group evaluation (10%)

### Main Bibliography

- Bardin, L. (2007). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Ed.70
- Dijk, T. (2005). *Discurso, Notícia e Ideologia. Estudos de Análise Crítica do Discurso*. Porto: Campo das Letras
- Eiroa, M., & Barranquero, A. (2017). *Métodos de investigación en la comunicación y sus medios*. Madrid: Ed. Sintesis
- Fairclough, N. (1995). *Media Discourse*. Londres: Edward Arnold
- Fowler, R. (1998). *Language in the News. Discourse and Ideology in the Press*. Londres: Routledge
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. Cambridge, EUA: MIT Press
- Meyer, M. (1998). *Questões de Retórica. Linguagem, Razão e Sedução*. Lisboa: Ed.70
- Pedro, M. (org.) (1997). *Análise Crítica do Discurso. Uma perspectiva sociopolítica e funcional*. Lisboa: Caminho
- Ponte, C. (2004). *Leituras das Notícias. Contributos para uma análise do discurso jornalístico*. Lisboa: Livros Horizonte
- Rebelo, J. (2000). *O Discurso do Jornal. O Como e o Porquê*. Lisboa: Ed.Notícias
- Rodrigues, A. (1988). *O Campo dos Média. Discursividade, Narratividade, Máquinas*. Lisboa: Vega