



Formando: Silvério Velez

### CLC 1 – EQUIPAMENTOS, impactos culturais e comunicacionais

#### Tema 2 – A Língua como fator de apropriação dos equipamentos e sistemas técnicos

#### Resultados de Aprendizagem pretendidos:

- Convoco conhecimentos sobre equipamentos e sistemas técnicos com o objetivo de facilitar a integração, a comunicação e a intervenção em contextos institucionais.

#### ATIVIDADE Nº6 – COMUNICAÇÃO: O PODER DA PALAVRA E DA IMAGEM

##### Questões orientadoras:

- Qual é o poder da palavra e da imagem, em conjunto, no processo comunicacional?
- Que importância tem a mensagem publicitária na perceção da evolução técnica?
- Conheço e utilizo as novas ferramentas da comunicação interativa?

**TEXTO A:** “Nascida em meados do século XX, a televisão, presente em quase todas as casas, desempenha um papel importante na nossa vida: distrai-nos, faz-nos companhia, mostra-nos novidades e revela-nos o que ignorávamos, faz-nos viver sonhos e aventuras e, além do mais, nada exige, pelo que, quando nos desagrada, podemos sempre desligá-la.

O impacto da televisão na vida das pessoas é tanto que o seu papel como escola paralela não é de modo nenhum desprezível, para pais, para professores, políticos, religiosos ou empresários. A mudança das atitudes, hoje em dia, passa muito significativamente pela televisão. Mas o triunfo da imagem na chamada aldeia planetária e a importância e a urgência do direto na informação, não nos dando tempo para pensar, parecem ameaçar o exercício do espírito crítico. Por isso se afirma que hoje os *Media* constituem um quarto poder, para além do legislativo, do executivo e do judicial.”

*In Área de Integração, vol.1, tema 1, Lisboa Editora*

1. No texto afirma-se que a TV desempenha um papel importante na nossa vida. Concordo? Justifico. Concordo porque tem um papel de ocupação dos tempos livres, de cultura, de informação e até de formação humana e cívica.
2. Por que razão se compara o papel da TV ao de uma “escola paralela”?  
Porque os temas apresentados são tantos e variados que acabam por abordar transmitir educação e cultura
3. A que se deve esse poder da TV sobre os indivíduos?  
A TV utiliza a imagem e a palavra como veículos de difusão das ideias e objetivos pretendidos.

#### TEXTO B: *Poesia e Propaganda*

*Hei de mandar arrastar com muito orgulho  
Pelo pequeno avião da propaganda  
E no céu inocente de Lisboa,  
Um dos meus versos, um dos meus  
Mais sonoros e compridos versos:  
E será um verso de amor...*

Alexandre O’Neill, *Poesias Completas, 1951/1981*

**TEXTO C:** “Já te deste conta... vives num mundo de publicidade!?! A Publicidade está em todo o lado, na rua, televisão, rádio, cinema... até nos céus, em avionetas! Alicia-te com imagens provocantes por vezes, apelativas e com frases curtas estudadas para provocar impacto. Sabias que já não é só feita por publicitários? Psicólogos e grafistas testam a arte de seduzir... o desejo de adquirir... !  
(...) Há dois tipos de publicidade: *Publicidade comercial* – o seu objetivo é persuadir o destinatário a adquirir determinado produto. *Publicidade institucional ou humanitária* – o seu objetivo é incitar as pessoas a realizar ações que digam respeito ao bem-estar da comunidade (campanha de prevenção acidentes, prevenção de doenças, ações de solidariedade).”



ESMC

Curso EFA Escolar NS

CIDADANIA E PROFISSIONALIDADE

Data: 30/1/2012



Formando: Silvério Velez

Ambos os textos em <http://www.porto.ucp.pt/projectos/kidzlearn/portugues/Publicidade.htm>

**TEXTO D:** A mensagem publicitária

No nosso quotidiano somos constantemente “bombardeados” por mensagens publicitárias. A mensagem publicitária deverá, em primeiro lugar, informar o público sobre o produto e as suas principais propriedades, devendo levar o consumidor a sentir necessidade de adquirir aquele determinado produto. Deste modo, as técnicas publicitárias devem provocar no consumidor “falsas necessidades”.

Para atingir a sua finalidade a mensagem publicitária terá de percorrer determinadas etapas, deste modo, o anúncio deverá:

A – Captar a atenção;

I – Despertar o interesse;

D – Criar o desejo;

M – Levar à memorização;

A – Levar à ação.

Um elemento fundamental na mensagem publicitária é o *slogan*, pois deverá condensar a mensagem da publicidade. Este deverá ser curto, incisivo, interessante e imaginativo. Para além disso, a mensagem veiculada só será eficaz se utilizar corretamente a cor, a imagem, o som e o movimento.”

In <http://lpticlinguaportuguesa.blogspot.com/2010/01/mensagem-publicitaria.html>

**TEXTO E:** “A propaganda é uma técnica de comunicação que visa promover a adesão do indivíduo a um determinado sistema ideológico, de caráter político, religioso, social ou económico. Embora possa usar os mesmos meios de difusão, a propaganda, ao pretender realizar determinado tipo de influências no domínio das crenças e das opiniões, distingue-se da publicidade. Enquanto a publicidade se centra nas influências no comportamento económico ou na divulgação de mensagens de interesse geral para a comunidade, a propaganda centra-se na disseminação de ideologias e comportamentos.”

em *Educação para a Cidadania, saber e inovar*, de João Reis e outros, Plátano Editora

4. Que elementos usa a mensagem publicitária?

A imagem, o slogan, o som, o movimento

5. Distingo publicidade de propaganda.

A propaganda procura influenciar ideologias e comportamentos e a publicidade procura influenciar os nossos gostos e atitudes

6. Caracterizo os dois tipos de publicidade.

A publicidade comercial procura divulgar produtos para serem adquiridos pelos consumidores e a institucional e humanitária procura provocar atitudes relacionadas com os objetivos pretendidos

7. Faço uma pesquisa e seleciono imagens representativas dos tipos de publicidade e de propaganda.



Formando: Silvério Velez



- 8. Reconheço que a inovação técnica aumenta o impacto da publicidade. Os efeitos especiais tornam os anúncios mais apelativos provocando uma maior atenção para os mesmos por parte dos espetadores, os efeitos 3D, som, imagem etc.



9. O que é um hipertexto?  
É um texto feito por equipamentos que utilizam a internet e é difundido pela WWW.

10. Uso-o no meu dia-a-dia? Para quê?  
Sim na escola para enviar mails

3