

jADRC

Jovens Associados para o
Desenvolvimento Regional do Centro

iniciativa
empenho
desenvolvimento
empreendedorismo
compromisso



MANUAL

UFCD LC 2D – Linguagem e Comunicação –

25 horas

Interpretar e produzir linguagem não verbal adequada a finalidades variada.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	3
ASSUNTOS:	
1. Linguagem	4
2. Simbologia da linguagem icónica	6
3. Uso das diferentes linguagens	8
4. Linguagem usada em mensagens de teor persuasivo	10
5. Uso misto de linguagem na disseminação de valores éticos e culturais	12
CONCLUSÃO	13
BIBLIOGRAFIA	14
GLOSSÁRIO	14

Introdução

O manual de formação que se apresenta incide no âmbito do curso EFA, de agente em geriatria, na UCF de LC 2D, na área de linguagem e comunicação.

A presente UFCD tem a duração de 25h, tem lugar em Espinho, no período de Julho a Setembro de 2021.

Objetivos

Os objetivos gerais são: Interpretar e produzir linguagem não verbal adequada a finalidades variadas.

Os Objetivos Específicos (no final da formação do formando deverá ser capaz de...)

- a) Reconhecer e produzir mensagens através do uso de diferentes linguagens.
- b) Associar a simbologia de linguagem icónica a atividades e serviços específicos.
- c) Analisar o uso das linguagens (cores, formas, tendências musicais,...) à luz dos códigos socio-culturais.
- d) Identificar as linguagens utilizadas em mensagens de teor persuasivo.
- e) Analisar o uso misto de linguagens na disseminação de valores éticos e culturais.

Destinatários

Os destinatários são adultos com idade igual ou superior a 18 anos, com necessidades de formação nesta temática e:

- empregados, com especial enfoque nos activos empregados em risco de perda de emprego, com qualquer habilitação académica;
- desempregados (excluindo os desempregados de longa duração), detentores de habilitações iguais ou superiores ao ensino secundário.

I) Linguagem

In dicionário on line Porto Editora

Linguagem: nome feminino

- 1. qualquer sistema ou conjunto de sinais convencionais, fonéticos ou visuais, que servem para a expressão dos pensamentos e sentimentos*
- 2. qualquer sistema de símbolos instituídos como signos; código*
- 3. LINGUÍSTICA conjunto de sons em cuja produção intervém a língua; articulação*
- 4. modo particular pelo qual uma pessoa se exprime, oralmente ou por escrito; maneira de falar; estilo*
- 5. sistema de comunicação natural usado pelos animais; meio de comunicação*
- 6. sistema de representação que os membros de uma comunidade linguística usam como principal meio de comunicação, falado ou escrito; língua*
- 7. forma de expressão própria de determinados grupos sociais, profissionais ou de determinadas áreas do saber; gíria*
- 8. INFORMÁTICA conjunto de símbolos, palavras e regras que expressam comandos para computadores*
- 9. aquilo que as coisas significam*

Dentro da temática desta UFCD, a raiz da “*linguagem*” pode ser entendida, então, como *qualquer sistema ou conjunto de sinais convencionais, fonéticos ou visuais, que servem para a expressão dos*

pensamentos e sentimentos, podendo ser acompanhada de qualquer sistema de símbolos instituídos como signos.

Assim, a palavra “linguagem” é simultaneamente uma palavra comum e uma noção conceptual na disciplina da linguística.

Na sua aceção *corrente*, uma “linguagem” pode ser atribuída ao mesmo tempo aos humanos, aos animais e às coisas: fala-se, por ex. da “linguagem” das abelhas, dos golfinhos, bem como da linguagem humana. Fala-se também da “linguagem” das flores ou das cores, apelando-se a um sistema de sinais não verbais que têm um sentido cultural e social definido.

A linguagem pode, portanto, servir para enviar sinais verbais e/ou sinais não verbais.

- **Linguagem formal**

O que é:

A linguagem formal é aquela que usamos em situações mais solenes/importantes, sendo marcada pelo uso da norma culta.

É utilizada, por ex: em situações profissionais, escolares, discursos políticos, autoridades, tribunais ou quando não existe proximidade entre os interlocutores da comunicação.

Características:

- Utilização da norma culta, respeitando as regras gramaticais;
- Utilização de um vocabulário extenso;
- Pronúncia correta e clara das palavras

- **Linguagem informal**

O que é:

A linguagem informal é utilizada em situações mais coloquiais, descontraídas, nas relações familiares e de amizade entre os interlocutores.

Características:

- Uso de gíria e coloquialismos.
 - Pouca preocupação com as regras gramaticais.
 - Uso de palavras abreviadas, sujeita a variações culturais e regionais.
-
- A recriação de cenas mímicas a partir de textos e de situações vividas ou imaginadas pelo emissor da mensagem, permite o uso de linguagens diferentes, mas que traduzem igualmente um canal de comunicação entre o emissor e o destinatário. Por vezes este tipo de linguagem, dada a sua *universalidade e aceitação* é mais facilmente divulgada e disseminada.

II) Simbologia da linguagem icónica

SÍMBOLOS NACIONAIS e INTERNACIONAIS

Quando falamos com alguém, lemos um livro ou escrevemos uma carta, estamos a comunicar, estamos a utilizar a palavra (escrita/oral) como código, ou seja, estamos a utilizar a linguagem verbal. Porém, existem outras formas de comunicar sem utilizar a palavra como instrumento principal. A linguagem não verbal não utiliza a palavra, mas sim símbolos (gestos, sinais de trânsito, pinturas, música, etc.).

A SIMBOLOGIA é o estudo, a interpretação e a arte de criar símbolos. Existem símbolos que são reconhecidos internacionalmente, outros só são reconhecidos e compreendidos dentro de um determinado grupo ou contexto (religioso, cultural, desportivo, etc.).

No nosso dia a dia utilizamos muito símbolos para transmitir a nossa mensagem, seja na rua, em casa ou no emprego. Vejamos alguns exemplos.

Símbolos Nacionais – a bandeira nacional; – o adepto que veste uma camisola do Benfica, sabemos qual é a sua preferência clubista; – os símbolos dos partidos políticos; – os futebolistas, Eusébio, Figo e Cristiano Ronaldo; – o fado; – outros.

Existem outros sinais que são reconhecidos internacionalmente.

Símbolos internacionais – SOS; – os símbolos utilizados nos manuais das máquinas de lavar a roupa; – o símbolo para pessoas com deficiência; – o símbolo para indicação de elevadores; – símbolos para a identificação de casas de banho para senhoras, senhores, deficientes, fraldário; – o símbolo de escadas rolantes; – o símbolo da cruz vermelha internacional; – o símbolo dos hospitais; – outros.

Uma expressão facial, um sorriso, um gesto, um aperto de mão, são sinais correntes da comunicação humana. Com efeito, muito se pode comunicar e muito se comunica não verbalmente. Fora da linguagem, oral ou escrita, há todo um vastíssimo campo de comunicações não verbais que estruturam a organização social e conferem coerência aos grupos de indivíduos. Pelo menos desde a obra de Charles Darwin. A expressão das emoções nos homens e nos animais que sabemos que homens e animais utilizam gestos e posturas como meios de comunicação.

A comunicação não verbal pode ser dividida em três grandes áreas consoante o seu tipo de suporte ou canal:

- a área da comunicação facial e corporal, de que o suporte é o próprio corpo;
- a área da comunicação pelos artefactos utilizados, jóias, roupas;
- e a área da comunicação mediante a distribuição espacial, a posição que os corpos tomam no espaço.

A linguagem icónica, baseia-se em símbolos/ícones. «signo que apresenta uma relação de semelhança ou analogia com o objecto que representa ex: fotografia, uma estátua ou um desenho...

III) Uso das diferentes linguagens:

O ser humano é um ser social. Na sua vivência diária necessita de contactar com aqueles que o rodeiam, através da comunicação, no ato de partilha de informações, experiências, desejos. O ser humano é comunicação. Ao comunicar, o homem comparte com o outro algo da sua vivência, e é ao partilhar que passa a ter com este, um bem comum. A comunicação não é mais do que uma representação simbólica do conhecimento do homem. Parte de um emissor/fonte que através do recurso a um código (verbal ou não-verbal) transmite uma mensagem, mensagem que é passada por um canal (em determinado contexto) a um recetor/destinatário.

A arte é um poderoso meio de comunicação. O ditado que afirma que *“uma imagem vale mais do que mil palavras*, recorre ao símbolo da imagem.

Arte é um distintivo cultural que caracteriza e formula aqueles que nascem nesta ou naquela comunidade.

O que é a Arte? É uma forma do ser humano expressar suas emoções, sua história e sua cultura através de alguns valores estéticos, como beleza, harmonia, equilíbrio. A arte pode ser representada através de várias formas em especial na música, na escultura, na pintura, no cinema, na dança...

MANIFESTAÇÕES DE ARTE

A arte também tem os seus próprios códigos, que são utilizados para transmitir a sua mensagem ao recetor.

A arte e todas as manifestações artísticas (pintura, escultura, música, teatro, dança, etc.) são processos comunicativos que desenvolvem o raciocínio criativo e estimulam os sentidos e a imaginação do recetor. Através destas manifestações o recetor abre a sua criatividade à interpretação dos vários tipos de arte. Cada recetor pode fazer a sua própria interpretação da mensagem que o artista quer transmitir. Uma pintura, uma sinfonia, ou uma escultura, podem ser interpretadas de diferentes maneiras, por diferentes recetores.

a) Teatro

O texto dramático é entendido como aquele que se integra na forma literária do drama e implica uma comunicação direta das personagens entre si e com os recetores do enunciado. O texto dramático privilegia a dinâmica do conflito, tentando representar as ações e reações humanas, pela *tragédia*, pela *comédia* e pelo *drama*.

O teatro permite uma comunicação específica entre autor, ator e público; entre as personagens da obra; entre o palco e a plateia. O conflito ou o drama oferece-se à contemplação do espectador

O texto, onde predomina a função apelativa da linguagem, ao exprimir o mundo exterior e objetivo, recorre, em geral, à enunciação na segunda pessoa. E utiliza um discurso múltiplo e complexo, com os respetivos signos linguísticos, mas também com signos (entoação, voz...), expressão corporal, elementos de caracterização dos atores, ou mesmo elementos que se encontram fora do ator, como o espaço cénico e os efeitos sonoros.

b) Música

Segundo Patel (2008), o papel central da música e da linguagem na existência humana e, o facto de ambas envolverem sequências sonoras e significativas, tem naturalmente convidado/promovido a comparação entre os dois domínios.

A oportunidade de explorar as diferenças e as semelhanças entre a música e a linguagem, pode proporcionar um conhecimento mais aprofundado das nossas competências únicas ao nível da comunicação.

A música partilha muitas características com a linguagem verbal, entre elas:

- A universalidade e exclusividade na condição humana;
- As características rítmicas, timbricas e tonais;
- Utilizarem recursos auditivos, visuais e vocais;
- Possuírem características multiculturais;
- Permitirem a interação social, a relação e a comunicação.

Na interação musical, tal como na interação verbal, é condição necessária e essencial que exista um remetente, um recetor e uma mensagem. Este facto levou muitos teóricos a considerarem a música como uma forma de comunicação.

Como se torna possível perceber a música numa perspectiva comunicacional, relacional, social e interactiva, proporciona outras possibilidades, para além do lazer, performance e cultura. É importante que a música seja encarada de uma forma simples, considerando a abrangência e versatilidade da mesma.

Jorge Miguel Jesus, Terapeuta da Fala e Musicoterapeuta

c) Moda:

A moda/roupa surge como mais um dos elementos de comunicação individual em sociedade, afetado pelo meio onde existe e pelas mensagens que emite e forma como é visto aos olhos do recetor. A simbologia do vestuário é acolhida pela comunicação não-verbal, como mais uma função social de interação entre indivíduos. Ou seja, à semelhança de outras simbologias, o vestuário pode afirmar-se como mais um processo de comunicação interdependente.

Comunicando pelo vestuário, o sujeito emite sinais, em concordância com outros sistemas de comunicação aberta.

As funções da linguagem persuasivas e informativas, são marcantes e evidentes no processo comunicativo veiculado pelo vestuário.

IV) Linguagem usada em mensagens de teor persuasivo

DISCURSO PERSUASIVO e FUNÇÃO APELATIVA:

Neste discurso o emissor tenta persuadir (convencer), o destinatário do seu discurso, a aceitar ou decidir a fazer algo. Não existe nesta persuasão a intenção de prejudicar o destinatário. Um exemplo deste tipo de discurso pode ser visto na publicidade.

A função apelativa tem como objetivo aconselhar ou persuadir. Predomina o tipo de frases imperativas, uma vez que pretende levar o recetor (aquele que recebe a mensagem) a fazer algo. Dirige-se à segunda pessoa gramatical.

- Publicidade:

No dicionário da língua Portuguesa da Porto Editora, podemos encontrar a seguinte definição para “publicidade”

“A publicidade é um conjunto de meios e técnicas cuja finalidade primeira é divulgar um serviço ou uma empresa, orientando-se, ao mesmo tempo para a angariação, alargamento ou manutenção de uma clientela. O termo publicidade deriva de público (do latim publicus) e significa tornar público um produto, um facto ou uma ideia. Para isso, procura difundir e aumentar o sentido da mensagem, ultrapassando a simples dimensão informativa.”

A publicidade assenta num modelo de discurso rápido, eficaz, sugestivo e persuasivo.

Pode surgir nos mais diversos meios, como a televisão, a rádio, a imprensa escrita, os painéis a [Internet](#), os catálogos ou os transportes.

Para chamar e prender a atenção do potencial consumidor, a publicidade desenvolveu um processo de sedução através da linguagem escolhida, das imagens seleccionadas e dos fundos musicais utilizados.

A publicidade é considerada uma técnica de comunicação de massas. Contudo, ela dirige-se especificamente a um público, sendo este os potenciais consumidores ou utilizadores do respectivo produto ou serviço.

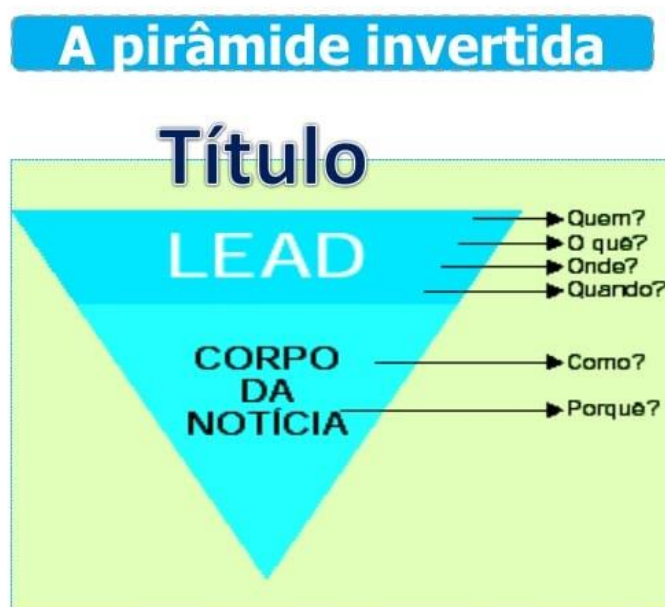
Por oposição a este tipo de mensagens **de teor persuasivo** encontramos o **texto informativo**, característico, por ex das Notícias.

A notícia é um texto jornalístico que encerra um conteúdo factual. Trata-se do género fundamental do jornalismo e relata acontecimentos de interesse geral com a menor subjetividade possível.

A estrutura clássica da notícia corresponde a uma sucessão de parágrafos curtos, cada um dos quais contendo uma unidade de informação simples, resumida na fórmula "um parágrafo, uma ideia".

O primeiro parágrafo é o *lead* da notícia e deve responder a cinco perguntas fundamentais: Quem? O quê? Onde? Quando? Porquê?

Nos parágrafos seguintes são acrescentados pormenores, por ordem decrescente de importância. Este tipo de organização da informação recebeu o nome de "pirâmide invertida".



V) Uso misto de linguagem na disseminação de valores éticos e culturais

A linguagem verbal é aquela em que encontramos nas palavras - oralidade ou escrita, enquanto a linguagem não-verbal envolve diversos signos visuais, sejam imagens, figuras, desenhos, fotos, símbolos, movimentos, cores...

Para exemplificarmos, a linguagem verbal usa dos códigos linguísticos os quais encontramos nos textos: livro, artigo, notícia, enquanto a não verbal utiliza outros elementos com a exceção da palavra.

Como exemplo de linguagem não-verbal podemos pensar nos semáforos que reúnem três cores (amarelo, vermelho e verde), a cancela na passagem de nível, a passadeira...

Além desses exemplos, a pintura, escultura, arquitetura ou mímica estão na categoria da linguagem não-verbal.

Ao longo dos tempos, os valores éticos e os valores culturais, foram sofrendo alterações.

Os valores éticos podem ser relativos (dependem da perspetiva individual da pessoa ou da sua cultura) ou absolutos (não se associa ao individual ou ao cultural, pois mantém-se constante uma vez que tem valor por si mesmo).

Os valores éticos são guias que impõem como devem atuar as pessoas, ao passo que os valores morais constituem o indivíduo como ser humano. As duas noções, de todas as formas, tendem a confundir-se e inclusivamente a combinar-se de acordo com o autor.

As culturas de cada povo correspondem aos elementos do seu sistema de crenças, valores, e expectativas que são partilhados pela generalidade da população. A língua e a religião, por exemplo, são elementos centrais na cultura.

O uso misto da linguagem é capaz de irradiar e de difundir valores éticos e culturais, que são mutantes no tempo e condicionados pelos factores endógenos e exógenos, atendo ao facto da linguagem ser um veículo de comunicação universal entre as pessoas.

Conclusão:

De modo especial, a comunicação não-verbal qualifica a interação humana, imprimindo sentimentos, emoções, qualidades e um contexto que permite ao indivíduo não somente perceber e compreender o que significam as palavras, mas também compreender os sentimentos do interlocutor. Mesmo o silêncio é significativo e pode transmitir inúmeras mensagens em determinado contexto.

Paula Ramos e Francine Manara Bortagara

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASTRO, José, *Gramática de Português: ensino Básico e Secundário*: Plátano Editora

BAYLEY ,Harold, Livro A Linguagem Perdida do Simbolismo

Cultirx Editora

António Fidalgo e Anabela Gradim, em Manual de Semiótica

UBI – PORTUGAL

JESUS Jorge Miguel, Terapeuta da Fala e Musicoterapeuta

SÍTIOS DA INTERNET

<https://www.instituto-camoes.pt/>

<http://www.infomedia.pt>

GLOSSÁRIO:

- **Linguagem:** qualquer sistema ou conjunto de sinais convencionais, fonéticos ou visuais, que servem para a expressão dos pensamentos e sentimentos.
- **Comunicação:** troca de informação entre indivíduos através da fala, da escrita, de um código comum ou do próprio comportamento.
- **Funções da linguagem:** conjunto de características de um enunciado determinadas pelo objetivo da comunicação.
- **Publicidade:** é um conjunto de meios e técnicas cuja finalidade primeira é divulgar um serviço ou uma empresa, orientando-se, ao mesmo tempo para a angariação, alargamento ou manutenção de uma clientela

*in Dicionário Priberam da
Língua Portuguesa*

*Formadora: Joana Pereira
Setembro de 2021*