

Ana Paula Soares

Validado 31/07/2013



481 – Ciências Informáticas

481039 – Técnico de Informática – Sistemas

Nível de Qualificação do QNQ: 4

Cultura, Língua e Comunicação (CLC)

Formadora: Dr.^a Isabel Cristina Pereira Pires

Formando: Paulo Jorge Couto Simões

Introdução

Esta Unidade de Formação de Curta Duração (UFCD) tem como finalidade dar a conhecer as Tecnologias da Informação e Comunicação em diversos contextos, na vertente os mass-media na sociedade actual e a sua influência na construção/desconstrução da opinião pública.

Desenvolvimento

Neste módulo, aprofundei em muito os meus conhecimentos sobre as Tecnologias da Informação e Comunicação, no contexto dos mass-media. Estes são meios de comunicação de massa, muito rápidos na transmissão da mensagem (informação, cultura e lazer), são também um meio de chegar a todo o mundo.

Neste módulo analisámos a divulgação global de mensagens, à rapidez com que chega ao público e são absorvidas pelo mesmo.

Os mass-media têm um forte poder sobre a opinião pública, as pessoas são facilmente crentes na mensagem que lhes é colocada na frente, acreditando de imediato, são facilmente consideradas de presa fácil, mudando facilmente de opinião já formada anteriormente.

Eu, pessoalmente, e como gosto de estar informado e actualizado, utilizo os jornais e revistas on-line e os canais de televisão para o efeito, sinto que só assim consigo retirar a minha própria opinião/conclusão sobre o assunto em questão.

Nesta temática visionámos o filme com o título “Nos Idos de Março” e realizámos um relatório crítico/opinativo ao tema do filme visionado, encontra-se em formato digital arquivado na respectiva pasta do módulo.

Facilmente chegámos à conclusão que os políticos temem os mass-media, mas compreendo e concordo que são importantes para a evolução mundial.

Não nos podemos esquecer que é um “Mundo” dentro de outro mundo, é uma economia de nível mundial e muito poderosa.

É como tudo na vida, tem vantagens e desvantagens; creio que é um mal necessário.

Aprofundámos alguns artigos tais como as vantagens da televisão (imprensa, cinema, rádio, etc.) - grande cobertura, baixo custo, grande impacto, elevado nível de penetração - as desvantagens - implica um orçamento de média elevado, implica um orçamento de produção elevado, há dificuldade em atingir um alvo específico e zapping.

Curiosidades

Patrocínio – associação de um anunciante a um programa, beneficiando da notoriedade e audiência desse programa.

Bartering – oferta de um programa já feito em troca de espaço publicitário.

Product placement – colocação dos produtos em uso pelos intervenientes do programa. Actualmente, ocorre de forma usual nas novelas portuguesas e no cinema. Neste último, é um modo de muitas vezes reduzir os custos de produção.

Conclusão

Este módulo foi de grande importância para mim, pois deu-me a conhecer o impacto dos mass-media, como pensam e actuam na sociedade actual, mas cabe sempre à pessoa a decisão/juízo final, que para isso tem de estar muito bem informada e documentada. É um dos aspectos importantes que temos de ter em conta para poder por em prática no dia-a-dia e no futuro posto de trabalho. Não nos podemos esquecer que é um “Mundo” dentro de outro mundo.