

LINGUAGEM CORPORAL NA PUBLICIDADE

SANTOS, Raphaella Francine Corrêa. (autor). UNIFEV- Centro Universitário de Votuporanga.

ZEITUNE, Vanessa Mara Pagliarani (orientador) UNIFEV- Centro Universitário de Votuporanga.

A comunicação humana é uma área de investigação e de estudos muito complexa, é tanto um fenômeno quanto uma função social e profissional. Ela é processada em de dois níveis: o verbal e o não-verbal. A comunicação não-verbal é a forma não discursiva que pode ser transmitida por meio do corpo, dos objetos associados ao corpo e dos produtos da habilidade humana. Investigações científicas têm evidenciado que a importância das palavras, em uma interação entre pessoas, é apenas indireta. Resultados de diversos estudos demonstram que as relações interpessoais são mais influenciadas por canais de comunicação não-verbais do que verbais. Isto é indicativo de que o discurso não-verbal assume relevância nos processos de criação publicitária, se conduzidos de forma correta e planejada, na medida em que contribui de forma relevante, para a melhor percepção dos objetivos propostos por essa forma de comunicação. Para tanto, foi realizada uma revisão bibliográfica sobre a importância da comunicação, nas mais diversas áreas do conhecimento, com enfoque principal no seu aspecto não verbal – linguagem corporal, na publicidade. A partir dos conceitos apresentados, o que se propõe é um debate sobre essa influência da linguagem corporal na publicidade, abordando aspectos como as formas de transmissão, recepção e a aplicação do conhecimento teórico sobre o tema. Tem como objetivo informar, mostrar os pontos positivos e negativos da comunicação corporal no resultado final da apresentação publicitária.

Palavras Chave: Comunicação não-verbal. Comunicação corporal. Linguagem corporal. Publicidade.

Referências:

COHEM, David. A linguagem do corpo – O que você precisa saber. Petrópolis: Vozes, 2009.

EKMAN, Paul. A linguagem das emoções. São Paulo: Lua de Papel, 2012.

FERRARA, Lucrecia D'Alessio. Leitura sem palavras. São Paulo: Ática, 1993.

KYRILLOS, Leny; COTES, Cláudia; FEIJÓ, Deborah. Voz e Corpo na TV: a fonoaudiologia a serviço da comunicação. São Paulo: Globo, 2006.