

PROVA DISCURSIVA - COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA**QUESTÃO 01**

A internet e a cultura participativa têm modificado a forma como publicitários e comunicadores entendem o público das campanhas publicitárias. No livro *Cultura da conexão*, Jenkins, Green e Ford (2014, p. 198) ressaltam que: "...as práticas de circulação através do público exercem um impacto maior sobre os tipos de conteúdo de mídia com os quais deparamos e sobre os relacionamentos que existem dentro e entre os públicos ligados em rede".

A partir do que foi colocado, comente algumas das implicações da cultura participativa no planejamento de campanha publicitária na atualidade. Enriqueça sua resposta, citando exemplos.

QUESTÃO 02

A fotografia publicitária tem protagonizado muitas campanhas na internet, especialmente em redes sociais, como o Instagram, que destacam a produção imagética. Na citação do livro *Imagem: cognição, semiótica e mídia*, Santaella e Nöth (2008, p. 15) enfatizam que: "Não há imagens como representação visual que não tenham surgido de imagens na mente daqueles que a produziram, do mesmo modo que não há imagens mentais que não tenham origem no mundo concreto dos objetos visuais".

Refleta sobre o que foi apresentado e comente sobre o processo de criação e a produção da fotografia nas campanhas publicitárias, considerando a natureza persuasiva da publicidade.