

SIMPÓSIO AT015

PROPAGANDA E PUBLICIDADE EM SALA DE AULA

SCARPIN, Liliane da Silva Storniolo¹

Universidade Estadual do Tocantins (Unitins), Unesp/UFT

liliane.sss@unitins.br

ANDRADE, Karylleila dos Santos Klinger²

Universidade Federal do Tocantins (UFT)

karylleila@gmail.com

Resumo: Esta pesquisa apresentará sugestões para utilização da propaganda e da publicidade em sala de aula como estímulo e estratégia de sensibilização à interpretação e produção de textos pelos alunos do nono ano do ensino fundamental. Também promoverá a atualização de seus conhecimentos acerca dos elementos estruturais dos gêneros textuais que serão estudados. O método utilizado para este trabalho será a pesquisa participante, qualitativa e terá como apoio a Estética da Recepção, complementada pelos estudos de Sociolinguística que tratam da relação do receptor com o texto verbal e escrito a partir do receptor. Considera-se, nesta pesquisa, a importância da utilização de estratégias diferenciadas para o ensino de interpretação e produção de textos, visto que, cada vez mais, os adolescentes estão apresentando dificuldades na leitura e interpretação de textos de diversos gêneros e conseqüentemente na sua escrita. Essa constatação pode ser feita por meio dos resultados de avaliações em larga escala de língua portuguesa no Brasil, por exemplo, do Enem. A utilização de propagandas e publicidades, disponíveis em revistas, jornais, televisão e demais meios de comunicação, une o interesse dos alunos que são atraídos pelas peças, com sua necessidade de conhecimento, propiciada por textos criativos.

Palavras-chave: Ensino; Propaganda; Publicidade.

Abstract: This research will present suggestions for the use of advertising and publicity in the classroom as a stimulus and strategy to sensitize the interpretation and production of texts by the students of the ninth grade. It will also promote the updating of their knowledge about the structural elements of the textual genres that will be studied. The method used for this work will be the participant research, qualitative and it

¹ Professora Mestre em Linguística da Universidade Estadual do Tocantins (Unitins) e Doutoranda em Arte Educação pela Unesp/ UFT.

² Doutora em Linguística, Professora do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal do Tocantins (UFT), bolsista produtividade CNPq PQ2.

will be supported by Reception Aesthetics, complemented by the Sociolinguistics studies that deal with the relationship of the receiver with the verbal and written text from the receiver's perspective. It is considered, in this research, the importance of the usage of differentiated strategies for the teaching of interpretation and texts' production, since, increasingly, adolescents are presenting difficulties in reading and interpreting texts of different genres and consequently in their writing. This finding can be made through the results of large-scale evaluations of the Portuguese language in Brazil, for example, Enem. The use of advertisements and publicity, available in magazines, newspapers, television and other media, unites the interest of students who are attracted to the pieces, with their need for knowledge, propitiated by creative texts.

Keywords: Teaching; Advertising; Publicity.

Introdução

De acordo com Marcuschi (2010, p.65) até o final dos anos 1980, as aulas para o ensino da língua portuguesa dedicavam, a maior parte do seu tempo, a questões voltadas para a escrita que privilegiava as regras da gramática normativa e da ortografia. Assim, o ensino era focalizado na realização de análises morfológica e sintática de palavras e de frases isoladas, associado à leitura de textos literários clássicos e de textos escritos pelo autor do livro didático. Esse ensino era tido como necessário e suficiente à capacitação dos alunos para a escrita. “Final, os textos eram vistos como um agrupamento de palavras e frases, e, neste sentido, para se chegar à elaboração textual, bastava que os alunos aprendessem a escrever e a juntar frases gramaticalmente corretas”.

Pelas palavras do autor, podemos constatar que o ensino da língua portuguesa há muito tempo se confundiu com o ensino de gramática. E o ensino da escrita se concentrou na reprodução de modelos que nem sempre eram dados pelo professor, mas também pelos livros didáticos que tomavam conta dos espaços escolares com o respaldo dos órgãos responsáveis pela educação, nos estados e no país.

Nos anos 80, vários autores, entre eles Geraldi (1984) e Marcuschi (2010), publicaram estudos nos quais classificaram a redação escolar como um “não texto”, visto como um produto artificial desprovido das características interlocutivas próprias dos textos que circulam fora da sala de aula. Assim, sugerem que se deixe de “fazer redações” e se passe a “produzir textos”,

atendendo-se, dessa forma, o processo envolvido no ato de escrever. Essa proposta provoca uma mudança na concepção do ensino da escrita na sala de aula e indica uma noção de língua como um processo que se constrói e reconstrói historicamente pela prática dos falantes, um sistema sensível ao contexto, flexível, que aceita, prevê mudanças e inovações nos processos de interação verbal entre os interlocutores “[...] É a partir dessa compreensão que se formula a expressão ‘produção de texto’, com a qual se pretende evidenciar o ato, o processo de elaborar um texto” (COSTA VAL, 1998, p. 84). As reflexões dos anos 80 foram fundamentais para que “a perspectiva sociointeracionista da linguagem ganhasse força nas salas de aula de língua materna nos anos subsequentes” (COSTA VAL, 2002, p.75).

Na concepção sociointerativista da linguagem, cuja preocupação central é unir o contexto social do educando à sua aprendizagem na escola, os debates são focalizados nos estudos dos gêneros textuais.

Nesse contexto, dispensou-se maior atenção para as discussões provocadas por políticas públicas educacionais, principalmente para os Parâmetros Curriculares Nacionais do Ensino Fundamental I e II (1997; 1998) e para o Programa Nacional do Livro Didático (1996) que colaboraram para que os autores de obras didáticas de língua portuguesa se dedicassem mais ao ensino e à aprendizagem da escrita.

No Manual do professor do livro didático “Português: língua e cultura” do ensino médio, Faraco (2010, p.8) assegura que

[...] quando propomos atividade de escrita, buscamos sempre contextualizá-las e, ao mesmo tempo, insistimos para que o aluno mostre seu texto para os colegas. É uma das formas que temos para contornar um certo artificialismo inerente à prática escolar da escrita, transformando-a numa atividade efetiva e geradora de sentidos.

Nota-se que a concepção da escrita de textos em sala de aula conquistou uma perspectiva sociointeracional. Portanto, o aluno é situado pelo professor para que leve em conta quando se escreve, um interlocutor e as condições sócio culturais do contexto em que se encontra.

Nesta pesquisa é fundamental falarmos sobre o dialogismo de Mikhail Bakhtin, uma vez que se trata de uma pesquisa ancorada na recepção e na construção de textos, por alunos do 9º ano do ensino fundamental. As relações dialógicas devem permear os textos de propaganda e publicidade, analisados e reconstruídos num processo de interação entre os receptores e produtores, mediados pela ação do professor. “Tudo se reduz ao diálogo, à contraposição dialógica enquanto centro. Tudo é meio, o diálogo é o fim. Uma só voz nada termina, nada resolve. Duas vozes são o mínimo de vida” (BAKHTIN,1978,p.123). Sendo assim, a interação entre os alunos e a interpretação e produção de textos são a essência desse trabalho.

De acordo com as concepções apresentadas, realizaram-se atividades em sala de aula considerando a interação entre os alunos. Foram pesquisadas 2 (duas) salas do 9º ano do ensino fundamental de uma escola particular conceituada de Palmas. A proposta foi a criação de uma atividade na qual todos os estudantes participassem focalizando os gêneros textuais propaganda e publicidade.

Foram utilizadas 12(doze) aulas de 50min cada uma para a preparação e apresentação da atividade. A sala denominada “multimeios” serviu de espaço para desenvolver as atividades, pois contava com *datashow* e computadores.

1. Propaganda e publicidade em sala de aula: prática didática

A atividade de escrita em sala de aula deve ser apresentada como uma atividade interativa em que os alunos sintam-se envolvidos com a preparação, a análise e a reescrita dos textos. Nesse sentido, trabalhou-se com os alunos do 9º ano do ensino do ensino fundamental os gêneros textuais propaganda e publicidade, que muitas vezes são tratados como sinônimos, porém de acordo com Sant’Anna (1998, p. 75), atualmente

[...] entende-se propaganda como a divulgação de uma mensagem buscando influenciar opiniões ou obter adesão para uma ideia ou doutrina. Visa, pois, a objetivos políticos e não comerciais e pode ter duplo papel na sociedade: manter o status quo ou implantar

mudanças sociais. Já a publicidade tem por finalidade a divulgação de um produto, um serviço, uma marca, com fins comerciais. Assim, sua função primeira é fazer escoar as mercadorias, convencer as pessoas a adquirirem o que foi produzido. No entanto, seu caráter argumentativo faz com que estas sejam também suas funções sociais.

Assim, com esse entendimento partiu-se para atividades práticas nas quais os estudantes tiveram acesso às propagandas e publicidades veiculadas por revistas, *outdoors*, jornais e televisão. Inicialmente, com interpretações orais dos dois gêneros, os textos foram apresentados por meio físico (revistas e jornais) e de um *datashow*.

No decorrer do desenvolvimento da atividade, os estudantes perceberam gradativamente quanto à prática significativa da escrita é desafiadora e estimulante. Foram orientados pelo professor que essa prática envolve, entre outras ações, a adequação ao gênero textual, o planejamento do texto, a organização de sua sequência, a articulação de suas partes, a seleção da variedade linguística e o diálogo com os discursos que circulam socialmente. Posteriormente, foi criada uma oficina de escrita na qual os estudantes deveriam fazer um roteiro sobre um programa televisivo que tivesse uma entrevista (gênero textual já trabalhado com a turma) na qual os entrevistados falariam sobre problemas que acontecem no cotidiano e como poderiam ser selecionados por meio de ações sociais.

Marcuschi (2000) diz que existem três formas de vermos a escrita: produto, processo e processo que leva a um produto, sendo a terceira vista como a forma correta de ensino. O professor é peça essencial no processo que conduz o aluno a um planejamento da escrita do texto e o conscientiza de que é importante que ele leia seu texto diversas vezes e o reescreva quantas vezes forem necessárias para que atinja com mais eficiência o objetivo de comunicar-se. Foi essa estratégia utilizada na escrita dos textos e do roteiro da atividade.

Os estudantes das duas salas eram, em média, 20(vinte) entre meninas e meninos. Os temas escolhidos pelas turmas foram “A doação de órgãos e de sangue no Brasil”. A escolha inicial foi: uma das salas ficaria responsável pelo tema “doação de sangue”, a outra, “doação de órgãos”. Após conversas com

os alunos, chegou-se à conclusão que as duas turmas poderiam falar sobre os dois assuntos.

O desenvolvimento do projeto deu-se da seguinte maneira: foram formados 4 (quatro) grupos com 5 (cinco) alunos em cada um deles. Cada grupo ficou responsável por uma tarefa de construção e apresentação dos textos. Dessa forma, o primeiro grupo concentrou-se em preparar as entrevistas e os entrevistados que eram “agentes de saúde”. Fizeram um roteiro de entrevista e prepararam os espaços que teriam divulgação das propagandas sobre os temas tratados. O segundo grupo preparou os cartazes e os vídeos para a apresentação das propagandas relacionadas com a doação de órgãos e sangue em nosso país. Construíram 3 (três) propagandas com escrita e imagens sobre a doação de órgãos, com ênfase na doação de medula óssea e a doação de sangue.

O terceiro grupo ficou responsável em criar publicidades que pudessem ser inseridas no programa e elaboraram e incluíram publicidades de alimentos saudáveis e academias. Foram apresentadas 3 (três) publicidades baseadas nos *outdoors* da empresa carioca “Hortifrutti” e 2 (duas) incentivando os telespectadores a fazerem atividades físicas ao ar livre, como caminhada ou corrida. Utilizaram-se tanto de imagens como escrita.

O último grupo preparou cartazes e questionamentos para os entrevistados do programa, era a plateia. A interação foi muito interessante e os alunos além de terem um momento eficiente de aprendizagem, também se divertiram muito. A atividade foi realizada na sala multimídia da escola com uma turma e depois outra. Esse é apenas um exemplo de atividades práticas que podem ser realizadas em sala de aula de maneira interativa.

Para Faraco (2010, p.9), é necessário que haja divulgação dos textos dos alunos dentro do ambiente escolar e fora dele. Essa exposição pode ser desde os murais da classe, jornal da escola, do bairro, da igreja e até da cidade. O importante é que o texto seja lido para o aluno “aprender a incorporar ativamente a figura do interlocutor no seu processo de escrita”. De acordo com as orientações do autor, os alunos após a apresentação, fizeram a exposição

de suas propagandas e publicidades nas paredes do lado de fora das salas de aula. E receberam muitos elogios de professores e colegas.

Considerações finais

É imprescindível que o estudante conheça seu interlocutor no ato da escrita e consiga escrever para seu leitor utilizando a linguagem formal, mas sem “enfeitar” o texto com palavras que desconhece o sentido. Essa condição foi importantíssima na realização da atividade realizada. Assim, foi importante que se realizasse a atividade em uma turma que estava a, pelo menos, 6(seis) meses juntos. Antes da realização da atividade, houve muitas rodas de conversa na sala a fim de que fossem escolhidos temas que pudessem ser utilizados tanto na propaganda como na publicidade. Os alunos ficaram muito motivados para repetirem a experiência com outros gêneros textuais, como por exemplo, notícia jornalística.

Referências

BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e filosofia da linguagem*. Tradução de Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira, colaboração de Lúcia Teixeira Wisnik e Carlos Henrique D. Chagas Cruz. 5ª ed. São Paulo: Hucitec, 1978.

BRASIL, Ministério da Educação. Parâmetros Curriculares Nacionais de Língua Portuguesa do Ensino Fundamental 6º ao 9º ano. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/seb/arquivos/pdf/livro02.pdf>>. Acesso em 14 maio 2019.

_____. Ministério da Educação. Programa Nacional do Livro Didático. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/component/content/article?id=12391:pnld>> . Acesso em 14 maio 2019.

COSTA VAL, Maria da Graça. **O que é produção de texto na escola?**. Presença Pedagógica. Vol. 4, nº 20, p. 83-87, 1998.

_____, Maria da Graça. **A gramática do texto, no texto**. Revista de estudos da linguagem. Vol.10, N.2., Minas Gerais: FALE (Faculdade de Letras), 2002, pgs 107 -132. Disponível em: <<http://www.periodicos.letras.ufmg.br/index.php/relin/article/view/2339/2288>>. Acesso em 14 fev. 2018.

FARACO, Carlos Alberto. **Português: língua e cultura**, 3ª série: Manual do Professor, 2 ed.- Curitiba: Base Editorial, 2010.

GERALDI, João Wanderley. **Concepções de linguagem e ensino de português**. In: O texto na sala de aula. São Paulo: Ática, 1984.

MARCUSCHI, Beth. **Escrevendo na escola para a vida**. Língua Portuguesa: ensino fundamental / Coordenação, Egon de Oliveira Rangel e Roxane Helena Rodrigues Rojo - Brasília : Ministério da Educação, Secretaria de Educação Básica, p.65-84, 2010.

_____, Luiz António. **Gêneros textuais: o que são e como se constituem**. Recife: UFPE, 2000.

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda: teoria, técnica e prática**. São Paulo: Pioneira, 1998.