



Comunicação Científica de Iniciação à Docência

ANÁLISE CRÍTICA EM SALA DE AULA: UM OLHAR ATENTO SOBRE PROPAGANDAS DO SÉCULO XIX ATÉ OS DIAS ATUAIS

Gabrielly Pazett
Denise Kniess
Marly Kruger de Pesce¹

Eixo Temático: Práticas pedagógicas de Iniciação à Docência nos Anos Finais e Ensino Médio

O trabalho aqui relatado aconteceu através do Programa Institucional de Iniciação à Docência (PIBID), no Subprojeto de Letras da Universidade da Região de Joinville (UNIVILLE), através do incentivo da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Foi executado em uma Escola Municipal da Região Norte de Joinville, em uma turma de 9º ano, entre os meses de março a julho de 2017.

O projeto educacional *Análise Crítica em Sala de Aula: Um Olhar Atento Sobre Propagandas do Século XIX até os Dias Atuais* foi elaborado em fevereiro e março de 2017 e tinha como objetivo principal despertar nos estudantes uma percepção mais crítica sobre as propagandas que os cercavam. Para isso, inicialmente os estudantes iriam assimilar os conceitos de propagandas comerciais, políticas e ideológicas, para que então eles pudessem analisar propagandas desde o século XIX até os tempos atuais, e, posteriormente, após momentos de discussão e reflexão, iriam produzir propagandas ideológicas, comerciais ou políticas, em formato audiovisual, e as estratégias utilizadas pelos estudantes seriam analisadas coletivamente.

Primeiramente é preciso diferenciar propaganda e publicidade. Segundo Costa Lara e Souza (2007), a publicidade tem como fim exclusivo a venda de produtos comerciais, já a

* Universidade da Região de Joinville (Univille), Graduanda em Letras - Português e Inglês, Programa Institucional de Bolsas de Iniciação à Docência (PIBID), pazetto.gabrielly@gmail.com

** Universidade da Região de Joinville (Univille), Graduanda em Letras - Português e Inglês, Programa Institucional de Bolsas de Iniciação à Docência (PIBID), kniess.denise@gmail.com

¹ Universidade da Região de Joinville (Univille), Professora Dra. do Curso de Letras - Português e Inglês, Coordenadora do Subprojeto de Letras do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação à Docência (PIBID), marly.kruger@univille.br



Comunicação Científica de Iniciação à Docência

propaganda, por outro lado, é mais abrangente, e compreende a divulgação de uma determinada mensagem, que busca influenciar as pessoas ou procurar adesão para uma ideia.

Na elaboração do projeto educacional, observou-se principalmente o atual contexto midiático, pois os estudantes desta faixa etária (13 - 15 anos) estão intimamente cercados por todo o tipo de propaganda que a mídia divulga, seja nas redes sociais, televisão, rádio, jornais ou revistas. Partindo desse pressuposto, onde a propaganda é veiculada nos mais diversos meios, é importante analisá-la como um gênero multimodal, pois segundo Dias e Oliveira (2016, p. 82), “a comunicação entre pessoas na era atual ultrapassa a materialidade da palavra e desenha seu significado com o auxílio de diferentes modos de representação do significado.”

Desta forma, levar a propaganda para a sala de aula, dentro da Área das Linguagens é importante para o

adensamento da teorização e reflexão crítica em torno e a partir dos conhecimentos da área, dada a maior capacidade de abstração dos/das estudantes. Essa dimensão analítica deve ser realizada não como fim, mas como meio para uma compreensão mais aprofundada dos modos de se expressar e de participar no mundo. (BASE NACIONAL COMUM CURRICULAR, 2016, p. 325).

A proposta para a produção audiovisual final do projeto educacional foi de que os estudantes usariam seus próprios *smartphones* e aplicativos de edição de vídeo, caracterizando assim, práticas de letramento digital, que, segundo Soares (2016, p. 151) é: “um certo estado ou condição que adquirem os que se apropriam da nova tecnologia digital e exercem práticas de leitura e de escrita na tela [...]”.

A partir dos conceitos supracitados, pode-se então, aplicar o projeto em sala de aula. De início os alunos foram apresentados aos conceitos de Propaganda Comercial, Política e Ideológica. Após estes conceitos estarem assimilados, com exemplos analisados em sala de aula, os estudantes foram provocados a analisar uma espécie de linha do tempo das Propagandas: desde o século XIX, com propagandas que circulavam em pequenos folhetins,

* Universidade da Região de Joinville (Univille), Graduanda em Letras - Português e Inglês, Programa Institucional de Bolsas de Iniciação à Docência (PIBID), pazetto.gabrielly@gmail.com

** Universidade da Região de Joinville (Univille), Graduanda em Letras - Português e Inglês, Programa Institucional de Bolsas de Iniciação à Docência (PIBID), kniess.denise@gmail.com

¹ Universidade da Região de Joinville (Univille), Professora Dra. do Curso de Letras - Português e Inglês, Coordenadora do Subprojeto de Letras do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação à Docência (PIBID), marly.kruger@univille.br



Comunicação Científica de Iniciação à Docência

passando por propagandas do nazismo e da URSS, até chegarem nas propagandas que circulam atualmente.

As análises das propagandas foram realizadas tanto de modo oral quanto escrito, contemplando ambas as formas de expressão. Chamamos a atenção para que eles olhassem as cores, qual o tipo de representação social e cultural que a propaganda mostrava e o que ela estava tentando vender.

Finalmente após todas as análises críticas, os alunos foram conduzidos a elaborar um vídeo, através do próprio *smartphone*, de uma Propaganda Política, Comercial ou Ideológica, inventada por eles mesmos, para isso, eles passaram por um processo de roteirização da proposta, gravação e edição de vídeo.

No final da aplicação do projeto, através de uma confraternização, eles puderam analisar os materiais produzidos pelos colegas e refletiram sobre as contribuições do PIBID para a escola.

Os resultados obtidos foram considerados positivos, uma vez que os estudantes se sensibilizaram sobre propagandas de cunho xenofóbico, homofóbico, machista, enfim, preconceituosas de modo geral. Os questionamentos que eles levantaram eram quase sempre relacionados com a natureza da propaganda: “Como algo assim pode ter sido veiculado pela mídia?” ou “Como isso pode ter influenciado muitas pessoas”. Em contrapartida, eles enalteciam as propagandas que segundo eles “passavam uma mensagem boa”.

Outro ponto interessante foi a análise de Propagandas Políticas, a maioria delas atuais, pois eles puderam observar como estas mesmas propagandas podem ser consideradas também Propagandas Ideológicas, levando em conta o posicionamento do partido político e as estratégias utilizadas na propaganda.

Por fim, a produção final de vídeo contemplou os mais diversos temas: Propagandas Políticas, Propagandas de prevenção ao suicídio, Propagandas Comerciais e *etc.* Os

* Universidade da Região de Joinville (Univille), Graduanda em Letras - Português e Inglês, Programa Institucional de Bolsas de Iniciação à Docência (PIBID), pazetto.gabrielly@gmail.com

** Universidade da Região de Joinville (Univille), Graduanda em Letras - Português e Inglês, Programa Institucional de Bolsas de Iniciação à Docência (PIBID), kniess.denise@gmail.com

¹ Universidade da Região de Joinville (Univille), Professora Dra. do Curso de Letras - Português e Inglês, Coordenadora do Subprojeto de Letras do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação à Docência (PIBID), marly.kruger@univille.br



Comunicação Científica de Iniciação à Docência

estudantes mostraram um amadurecimento quanto à análise crítica de propagandas. Além disso, refletiram sobre a importância do PIBID em sala de aula, contribuindo com propostas inovadoras e levando o Letramento Digital para a implementação deste projeto.

Palavras-chave: Análise de propagandas. PIBID. Práticas Pedagógicas. Mídia.

Referências:

BRASIL. Ministério da Educação. *Base Nacional Comum Curricular*. Proposta Preliminar. Segunda versão revista. Brasília: MEC, 2016.

COSTA LARA, Ana Gabriela da; SOUZA, Livia Cristina Pereira. *O Gênero Propaganda na Escola: Uma Análise de Aulas de Leitura*. Revista Gatilho, v. 6, p. 01-11, 2007. Disponível em: <<http://www.ufjf.br/revistagatilho/files/2009/12/O-gnero-propaganda-na-escola-Artigo-Gatilho1.pdf>>. Acesso em 03 set. 2017.

DIAS, Reinildes; OLIVEIRA, Tâmara Lyz Milhomem de Oliveira. Multimodalidade Ontem e Hoje nas *Homepages* do Yahoo: Trilhando uma Análise Diacrônica de Textos Multimodais. In: _____. *Multiletramentos e Multimodalidade: Ações Pedagógicas Aplicadas à Linguagem*. Campinas: Pontes Editores, 2016. cap. 4, p. 79-108.

SOARES, Magda. *Novas Práticas de Leitura e Escrita: Letramento na Cibercultura*. Educ. Soc., Campinas, vol. 23, n. 81, p. 143-160, dez. 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/es/v23n81/13935.pdf>>. Acesso em 03 set. 2017.

* Universidade da Região de Joinville (Univille), Graduanda em Letras - Português e Inglês, Programa Institucional de Bolsas de Iniciação à Docência (PIBID), pazetto.gabrielly@gmail.com

** Universidade da Região de Joinville (Univille), Graduanda em Letras - Português e Inglês, Programa Institucional de Bolsas de Iniciação à Docência (PIBID), kniess.denise@gmail.com

¹ Universidade da Região de Joinville (Univille), Professora Dra. do Curso de Letras - Português e Inglês, Coordenadora do Subprojeto de Letras do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação à Docência (PIBID), marly.kruger@univille.br