

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO LATU SENSU EM MÍDIAS  
INTEGRADAS NA EDUCAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO  
PARANÁ

MARIA APARECIDA DA COSTA VINCI

GÊNERO PROPAGANDA E IMAGENS: SUA IDEOLOGIA E INTENCIONALIDADE

CURITIBA

2011

MARIA APARECIADA DA COSTA VINCI

GÊNERO PROPAGANDA E IMAGENS: SUA IDEOLOGIA E INTENCIONALIDADE

Projeto apresentado como exigência parcial para a obtenção do grau de especialista no Curso de Pós-Graduação Latu Sensu em Mídias Integradas na Educação da Universidade Federal do Paraná.

Orientadora: Agueda T. T. Thormann

CURITIBA

2011

MARIA APARECIDA DA COSTA VINCI

**GÊNERO PROPAGANDA E IMAGENS: SUA IDEOLOGIA E INTENCIONALIDADE**

Projeto apresentado como exigência parcial para a obtenção do grau de especialista no Curso de Pós-Graduação Latu Sensu em Mídias Integradas na Educação da Universidade Federal do Paraná.

Orientadora: Agueda T. T. Thormann

COMISSÃO JULGADORA

Presidente e Orientador: AGUEDA T. T. THORMANN - UFPR-PR

2º examinador:

3º Examinador:

Curitiba, fevereiro de 2011

Ao Eterno Companheiro David e  
meus três filhos Fabrício,  
Felipe e Mariane

## AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus que me concedeu força e sabedoria para vencer mais uma etapa de estudos em prol da minha carreira profissional.

A todos que colaboraram direta e indiretamente na produção deste TCC:

a professora Agueda, por sua dedicação e orientação nos passos que deveria seguir para elaboração e conclusão do referido trabalho

à minha família, que muito me incentivou e compreendeu as ausências para estudos.

A palavra é o fenômeno ideológico por excelência. A realidade toda da palavra é absorvida por sua função de signo. A palavra não comporta nada que não esteja ligada a essa função, nada que não tenha sido gerada por ela. A palavra é o modo mais puro e sensível da relação social.

(BAKHTIN, 1981, p. 37)

VINCI, MARIA A. C. Gênero Propaganda e Imagens: Sua Ideologia e Intencionalidade Curitiba, 2011. TCC (Curso de Pós-Graduação Latu Sensu em Mídias Integradas na Educação) – Universidade Estadual do Paraná.

## **RESUMO**

O presente trabalho, Gênero Propaganda e Imagens: sua Ideologia e Intencionalidade partiu da experiência profissional da pesquisadora ao perceber a dificuldade de leitura apresentada pelos alunos bem como a dificuldade em perceberem ideologias e intencionalidades presentes nos textos lidos. Para tanto, foi ressaltado o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação, considerando o momento histórico em que o uso desses recursos mostra-se como ferramenta para a democratização dos saberes elaborados historicamente. O objetivo geral foi de desenvolver, nas oitavas séries do Ensino Fundamental, uma pesquisa ação com o intuito de estimular a percepção da imagem como conteúdo significativo na Análise do Discurso, motivando os educandos a ler e analisar as propagandas televisionadas, para que percebessem a presença da ideologia e intencionalidade do autor produtor, assim instrumentando-os para serem capazes de analisar a sociedade em que vivem. A pesquisa iniciou com a busca bibliográfica fundamentada em autores como Bakhtin, Fiorin, Lowy e Saviani, cuja finalidade foi discutir a ideologia do sistema capitalista de produção e o incentivo ao consumismo. A seguir desenvolveu-se uma pesquisa de campo do tipo pesquisa ação. Apesar da baixa faixa etária dos alunos envolvidos no trabalho, foi possível estabelecer uma relação entre o real e o que é veiculado nas propagandas remetendo aos pressupostos de Saviani (2003), que acredita ser a educação transformadora pela reflexão crítica. O que se buscou fazer foi agir pela materialidade da ação pedagógica estimulando o aluno a buscar na mídia televisiva, a fonte para refletir conceitos abstratos ali embutidos.

Palavras-chave: Propagandas. Ideologia. Leitura

VINCI, MARIA A. C. Gênero Propaganda e Imagens: Sua Ideologia e Intencionalidade Curitiba, 2011. TCC (Curso de Pós-Graduação Latu Sensu em Mídias Integradas na Educação) – Universidade Estadual do Paraná.

## **ABSTRACT**

The present work, Gender Advertising and Images: its Ideology and Intention began of the researcher's professional experience when noticing the reading difficulty presented by the students as well as the difficulty in they notice ideologies and present intention in the read texts. For so much, it was emphasized the use of the Technologies of Information and Communication, considering the historical moment in that the use of those resources is shown as tool for the democratization of the knowledge elaborated historically. The general objective was develop, in the eighth series of the Fundamental Teaching, a research-action with the intention of stimulating the perception of the image as significant Speech, motivating the students to read and to analyze the televised advertising, in order to they noticed the presence of the ideology and producing author's intention and then instrumenting them, to be able to analyze the society in that they live. The research began with the bibliographical search embased in authors as Fiorin, Lowy and Saviani, whose purpose was to discuss the ideology of the capitalist system of production and the incentive to the consumerism, stimulating the student to look for in the television media, the source to reflect abstract concepts there built in there.

Word-key: Advertising. Ideology. Reading.



## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>06</b>
<b>2 REVISÃO DE LITERATURA.....</b>	<b>09</b>
2.1 A PEDAGOGIA HISTÓRICO-CRÍTICA DE SAVIANI.....	09
2.2 O PAPEL DO IDIOMA MATERNO E BREVE HISTÓRICO DO ENSINO DE LÍNGUA PORTUGUESA.....	10
2.3 O USO DAS TECNOLOGIAS NAS AULAS DE LÍNGUA PORTUGUESA.....	13
2.4 A FORMAÇÃO DOCENTE PARA USO DAS NOVAS TECNOLOGIAS NA EDUCAÇÃO.....	14
2.5 A IDEOLOGIA NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO.....	16
<b>3 METODOLOGIA.....</b>	<b>19</b>
<b>4 ANÁLISE DE DADOS E DISCUSSÃO DE RESULTADOS.....</b>	<b>20</b>
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>23</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>25</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A sociedade globalizada, na qual estamos inseridos exige cada vez mais de cada um de nós, a prática da leitura. Sem o hábito de ler ficamos alheios ao mundo, e acabamos de certa forma sendo excluídos. Hoje, aquele que não lê, tem muitas dificuldades de interpretação neste mundo competitivo e exigente. Mas, ler não quer dizer reconhecer sílabas e palavras. Hoje o significado de leitura é muito mais amplo, está relacionado ao aprender, estudar, reter e interpretar relacionando ao contexto em que se insere.

Por outro lado, acredita-se ser importante no processo de formação do aluno como cidadão que seja capaz de perceber as ideologias existentes nessas leituras ampliando e oportunizando-os para novos conhecimentos, bem como propiciando acesso aos diferentes gêneros. Para tanto, há a necessidade de ressaltar o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação, considerando o momento histórico em que o uso desses recursos mostra-se como ferramenta para a democratização dos saberes elaborados historicamente. Por isso, essa pesquisa aborda o tema: Gênero, Propaganda e Imagens: sua ideologia e intencionalidade.

Sabe-se da dificuldade em tornar a leitura agradável principalmente num país em que as pessoas não têm o hábito de ler e que quando o fazem, lêem pouco, talvez apenas o necessário para situações da vida diária. Esse leitor pode tornar-se passivo à influência da mídia, assim diminuindo suas chances num mundo competitivo e exigente de qualificação de sua força de trabalho. Assim, questiona-se: como despertar o hábito pela leitura nos alunos? Como prepará-los para entender e criticar o que lêem? Nesse sentido, torna-se importante trabalhar formas diferentes de leitura e interpretação, como a propaganda televisionada e suas ideologias para que os mesmos despertem o interesse em obter informações por meio de leituras.

Pretende-se proporcionar a alunos de oitava série do ensino fundamental do Colégio Governador Adolpho de Oliveira Franco, a leitura de mensagens de propagandas em diferentes níveis de percepção analisando

possíveis mensagens implícitas e o seu contexto de existência proporcionando momentos de reflexão em relação à ideologia capitalista dominante e suas formas de manipulação. O foco central é vislumbrar nas propagandas os aspectos implícitos e explícitos presentes nas imagens e textos. Assim, chega-se à questão norteadora da pesquisa: como proporcionar aos alunos a percepção de ideologias e intencionalidades que possam permear os textos e imagens veiculadas especialmente pela mídia?

O objetivo geral é desenvolver, nas oitavas séries do Ensino Fundamental, uma pesquisa ação com o intuito de estimular a percepção da imagem como conteúdo significativo na Análise do Discurso, motivando os educandos a ler e analisar as propagandas televisionadas, de forma que percebam a presença da ideologia e intencionalidade do autor produtor, assim instrumentando-os para serem capazes de analisar a sociedade em que vivem.

Os objetivos específicos são proporcionar aos alunos das oitavas séries do Ensino Fundamental a leitura de imagens propagandísticas a fim de que percebam as ideologias implícitas e suas formas de manipulação; solicitar aos alunos a realização de análise do que perceberam nestas imagens por meio de produção de texto de uma lauda; propiciar aos alunos espaço de discussão para que passem a analisar criticamente questões do cotidiano.

O interesse pela pesquisa desse tema parte da experiência profissional da pesquisadora em perceber a dificuldade de leitura apresentada pelos alunos bem como a dificuldade em que percebessem ideologias e intencionalidades presentes nos textos lidos. Percebeu-se também a necessidade de apresentar aos alunos as diversidades de gêneros como forma de incentivo e prática da leitura.

Acredita-se ser fundamental propiciar ao aluno progressiva autonomia, de modo que o mesmo possa, conscientemente, elaborar conceitos e perceber os diversos posicionamentos ideológicos que se manifestam na sociedade. Acredita-se que a leitura é um caminho para o conhecimento. Vale, então, refletir sobre o fato de que “todo conhecimento está comprometido com interesses sociais”. (FIORIN, 2003. P. 29).

Nestes parâmetros, refletir sobre propagandas televisionadas veiculadas neste século, ressaltando a intencionalidade do autor produtor e proporcionando momentos em que os alunos possam fazer tais análises é fundamental para que

sejam capazes de analisar a sociedade em que vivem e atuar de forma crítica perante as questões cotidianas.

Leva-se em conta, também, o visível desinteresse dos alunos, especialmente nas séries finais do ensino fundamental, em desenvolver atividades que exijam leitura e oralidade. Parece presente, neste caso, a concorrência propiciada pelo significativo avanço tecnológico das últimas décadas, aliado ao incentivo ao consumismo que oferece uma gama de entretenimentos desde culturais a banais, despertando o interesse em grande parte dos adolescentes e jovens por tais formas de diversão que proporcionam prazer talvez sem exigir o esforço intelectual que a leitura pede.

Nesse sentido, acredita-se ser fundamental abordar com as turmas de oitava série do Colégio Governador Adolpho de Oliveira Franco, formas diferentes de leitura e interpretação, tais como a propaganda televisionada e suas ideologias, no intuito de despertar o interesse em obter informações por meio de leituras, assim justificando a presente pesquisa.

Este Trabalho de Conclusão de Curso consta de cinco partes: a primeira traz a Introdução, explicando o tema da pesquisa, a delimitação do problema, o objetivo geral e os objetivos específicos, bem como a justificativa; a segunda consta da revisão de literatura detalhando a Pedagogia Histórico-Crítica de Saviani, o papel do idioma materno e breve histórico do ensino de língua portuguesa, o uso das tecnologias nas aulas de língua portuguesa, a formação docente para uso das novas tecnologias na educação e a ideologia nos meios de comunicação; a terceira delinea a metodologia; a quarta traz a análise de dados e discussão de resultados e a quinta parte traz as considerações finais. Por fim, as referências utilizadas no percurso do trabalho.

## 2 REVISÃO DE LITERATURA

De acordo com a experiência vivenciada na Escola Pública da Rede Estadual de Ensino do Paraná, observa-se que a Educação Escolar nesta primeira década do século XXI convive com crises políticas, econômicas e sociais e se encontra em conflito na busca por novos paradigmas que estimulem os educadores a fazer dos conteúdos escolares uma ferramenta e não um fim em si mesmo. Essa ferramenta seria capaz de preparar cidadãos com conhecimento suficientes para entender as contradições sociais do seu tempo e agirem de forma a transformar as questões sociais impostas ao longo do desenvolvimento histórico-social. Em relação a essa problemática as Diretrizes Curriculares para a Escola Pública (2009, p.20) “propõe que o currículo da Educação Básica ofereça, ao estudante, a formação necessária para o enfrentamento com vistas à transformação da realidade social, econômica e política de seu tempo.”

Diante da questão abordada cabe analisar a pedagogia Histórico-Crítica de Saviani (2003) que tem como fundamento o materialismo histórico, concepção teórica pautada nos escritos de Marx (1818-1883), que prima por uma educação escolar que atue na formação de indivíduos capazes de conhecer e transformar as relações sociais por meio do conhecimento produzido historicamente pela humanidade, sendo este a matéria-prima para a aprendizagem.

### 2.1 A PEDAGOGIA HISTÓRICO-CRÍTICA DE SAVIANI

De acordo com Saviani (2003), a educação brasileira passa por muitos problemas e acredita-se que a principal questão incide sobre a prática. É nesse contexto que a Pedagogia Histórico-Crítica defendida por Saviani (2003), se apoia e busca exercer influência no sentido transformador e de elevação de sua qualidade. Sendo assim, é necessário verificar a prática, ou seja, a materialidade da ação pedagógica. Quando se coloca a teoria na prática, ou seja, quando se faz o trabalho em sala de aula é que acontece a materialidade do trabalho pedagógico.

Ainda de acordo com a Pedagogia Histórico-Crítica, para que a educação brasileira seja de qualidade, faz-se necessário repensar a prática de ensino em sala

de aula e a questão didático-pedagógica em torno de três desafios sendo: a ausência de um sistema de educação que ocasiona a precariedade da prática, dificultando o avanço da teoria, uma vez que, não se pode pensar a prática a partir da teoria, mas sim, pensar a teoria a partir da prática. A situação de uma prática que incorpora determinados ingredientes teóricos, sendo necessário mudar a prática para se ter outra teoria, pois há uma contradição educacional, uma prática de um modo e uma teoria de outro e a descontinuidade na educação sendo o terceiro problema colocado. Segundo Saviani (2003), o trabalho deve ter continuidade e durar um tempo suficiente para provocar um resultado irreversível para que se cumpra a real função da Escola de transmissão-assimilação do conhecimento sistematizado, elaborado, da cultura erudita e é, nesse sentido, que deve ser organizado o currículo, os métodos e todo o processo educativo da escola, necessários à formação do educando.

Para finalizar as discussões sobre educação pode-se afirmar que a Pedagogia Histórico-Crítica vê o trabalho educativo como direto e intencional. Sendo assim o trabalho do professor é primordial, pois é ele que sistematiza a apropriação efetiva dos conhecimentos científicos e a formação humana dos alunos.

## 2.2 O PAPEL DO IDIOMA MATERNO e BREVE HISTÓRICO DO ENSINO DE LÍNGUA PORTUGUESA

Diante da preocupação com a educação em seus aspectos gerais, é necessário que se faça um breve histórico da disciplina de Língua Portuguesa a fim de poder direcionar o trabalho. Acredita-se ser esclarecedor retomar a sua origem e o contexto histórico da disciplina no país.

De acordo com o histórico da Disciplina de Língua Portuguesa mencionado nas Diretrizes Curriculares da Educação Básica (2009), a Língua Portuguesa enquanto idioma oficial no Brasil foi introduzido através de um decreto imposto pelo então Marquês de Pombal em 1758. Até então a língua geral era o tupi-guarani. Foi somente nas últimas décadas do século XIX, que a mesma passou a integrar os currículos escolares brasileiros. Até 1869, o currículo privilegiava as disciplinas clássicas, sobretudo o latim, restando ao Português um espaço sem relevância. O conteúdo gramatical ganhou a denominação de Português em 1871, data em que foi

criado, no Brasil, por decreto imperial, o cargo de Professor de Português. Nesse momento histórico, fim do Império e início da República, a função do ensino de Português era o ensino da gramática e a análise de textos literários.

A língua nacional passa então a ser valorizada e com o Movimento Modernista no Brasil (1922) tentou-se romper com os modelos tradicionais portugueses e aproximar nossa língua escrita do falar cotidiano do brasileiro. Mesmo com essa aproximação, o caráter elitista do ensino da Língua Portuguesa permaneceu até a década de 60, quando inicia no Brasil o período da “Ditadura Militar”.

Passa-se a viver uma concepção de educação baseada em exercícios de memorização. Isso era adequado ao contexto histórico que o Brasil vivia. A reflexão e a crítica desapareceram do contexto escolar, favorecendo uma formação acrítica e passiva.

Essa situação ficou evidente com a lei 5692/71 ao dispor que o ensino deveria estar voltado para a qualificação do trabalho, cujo objetivo era trabalhar uma concepção de linguagem como meio de comunicação em detrimento das capacidades lingüísticas do falante.

Ainda de acordo com as Diretrizes Curriculares Da Educação Básica (2009, p.44):

Na década de 70, além disso, outras teorias a respeito da linguagem passaram a ser debatidas, entre elas:

- a Sociolinguística, que volta-se para as questões da variação linguística;
- a Análise do Discurso, que reflete sobre a relação sujeito-linguagem-história, relaciona-se à ideologia;
- a Semântica, que preocupa-se com a natureza, função e uso dos significados;
- a Linguística Textual, que apresenta como objeto o texto, considerando o sujeito e a situação de interação, estuda os mecanismos de textualização.

Cabe ressaltar, que toda essa discussão em prol de mudanças no ensino de Língua Portuguesa resultou em pouquíssimas modificações.

Somente na década de 80 com abertura política que levaria ao fim do regime militar, houve um aumento no campo das pesquisas que fortaleceram a divulgação da Pedagogia Histórico-Crítico, inserindo no fazer pedagógico, uma vertente progressista que vê a educação como mediação da prática social.

A estrutura tradicional do ensino da língua abre espaço para novas discussões, envolvendo o texto como unidade fundamental de análise. Atribui-se ao

círculo de Bakhtin <sup>1</sup>essa nova concepção, que traz uma abordagem histórica e viva da língua, pois a linguagem apresenta um processo de evolução realizado através da socialização entre diversos locutores. Neste tipo de aprendizagem requer que se considerem os aspectos sociais e históricos em que o sujeito está inserido, bem como o contexto de produção de enunciados. De acordo com o citado nas Diretrizes Curriculares de Língua Portuguesa (2009), para Bakhtin (1999), as palavras possuem conteúdos ideológicos e o Ensino da Língua Portuguesa deve estar voltado para que os alunos compreendam os diversos discursos que os cercam e possam manifestar-se e interagir com as diferentes opiniões. Ainda conforme citação das Diretrizes Curriculares de Língua Portuguesa (2009), Bakhtin/Volochinov (1999, p.41) afirma que “As palavras são tecidas a partir de uma multidão de fios ideológicos e servem de tramas a todas as relações sociais em todos os domínios”

Neste contexto, o ensino da Língua Portuguesa nas Escolas Públicas do Paraná, por meio das Diretrizes Curriculares Estaduais, propõe novas metodologias em relação às práticas de ensino, utilizando a leitura, a escrita e a oralidade como ferramentas a aquisição do saber a ser utilizado na prática social do educando. Acredita-se ser necessário utilizar práticas linguísticas que os alunos trazem do seu meio, trabalhar com as normas padrão na aquisição do conhecimento, para que os mesmos se tornem sujeitos letrados e capazes de agir no seu espaço de vivência. De acordo com as Diretrizes Curriculares da Rede Pública de Educação Básica (2009, p.48):

É nos processos educativos, e notadamente nas aulas de Língua Materna, que o estudante brasileiro tem a oportunidade de aprimoramento de sua competência linguística, de forma a garantir uma inserção ativa e crítica na sociedade. É na escola que o aluno, e mais especificamente o da escola pública, deveria encontrar o espaço para as práticas de linguagem que lhe possibilitem interagir na sociedade, nas mais diferentes circunstâncias de uso da língua, em instâncias públicas e privadas. Nesse ambiente escolar, o

---

1

Segundo Faraco (2003), este grupo era composto de estudiosos de diversas formações, interesses intelectuais e atuações profissionais (filósofos, biólogos, pianistas, professores e outros), que se reuniam regularmente entre os anos de 1919 e 1929, na Rússia. Dentre eles, vale destacar Mikhail M. Bakhtin, que dá nome ao grupo por ter sido o autor da obra que Faraco chama de “maior envergadura” (2003, p. 14); Valentin N. Voloshinov e Pavel N. Medvedev. O Círculo de Bakhtin, além de profundas discussões filosóficas, trouxe uma contribuição notável à filosofia da linguagem. A situação política da União Soviética, no início do século XX, leva Bakhtin à prisão em 1929 e ao exílio no Cazaquistão. Quase todos os seus amigos do Círculo desapareceram nos anos do expurgo stalinista. Configuraram-se, então, mais de trinta anos de ostracismo, o que impediu a circulação de sua obra que, numa lenta redescoberta, só veio a ser conhecida e debatida a partir da década de 70. No Brasil, o primeiro livro do Círculo a ser publicado foi *Marxismo e Filosofia da Linguagem*, em 1979.



estudante aprende a ter voz e fazer uso da palavra, numa sociedade democrática, mas plena de conflitos e tensões.

Cabe, portanto, à disciplina de Língua Portuguesa proporcionar aos alunos o acesso a diversos gêneros literários a fim de que os mesmos se tornem leitores críticos e entendam as contradições postas pela modelo de sociedade atual, a dominação imposta pelo capitalismo e a ideologia que permeia boa parte das informações que chegam à população. Por meio de uma “proposta que dá ênfase à língua viva, dialógica, em constante movimentação, permanentemente reflexiva e produtiva.” (Diretrizes Curriculares De Língua Portuguesa 2009 p.48).

## 2.3 O USO DAS TECNOLOGIAS NAS AULAS DE LÍNGUA PORTUGUESA

Sabendo-se que a década de 90 é marcada por um novo ciclo que foi o uso das tecnologias da comunicação e informação em todos os setores da sociedade, o uso dos computadores por meio da internet, os celulares e outros meios, passaram a fazer parte do cotidiano da maioria das pessoas. Perante tais mudanças a Escola passa a inovar sua prática pedagógica por meio da introdução das tecnologias da informação e comunicação no contexto escolar. Tal ação justifica-se pelo fato de que sendo a Escola responsável pela formação de cidadãos que irão inserir-se na sociedade não pode permanecer inerente a tais transformações, mesmo porque, grandes parcelas dos educandos ao chegarem a Escola, já passaram por todas as inovações que o mundo oferece. É, nesse sentido, que segundo Moran (2000) nos anos noventa o uso de vídeos cassetes e rádios vão sendo introduzidos como complementos ao quadro de giz e os retro projetores, posteriormente conforme já citado chegamos ao uso dos computadores, TV *pen drive* e *data show*.

De acordo com Teruya e Moraes (2010), o uso de tais inovações vão sendo introduzidas na Educação Escolar devido ao impacto causado por uma necessidade emergente, mas não de forma aleatória, pois autores defensores do uso das tecnologias na Educação mostraram ao longo dos anos a necessidade de investimentos especialmente nos Docentes e Gestores da Educação como forma de

transpor o uso para o corpo discente. Nesse sentido, Moran<sup>2</sup> (2000), fala da necessidade de preparar os profissionais da educação no sentido de fazer uso das tecnologias de forma a inovar o ensino, preparando os alunos para serem pesquisadores aprendendo a buscar as informações nos meios disponíveis, segundo ele, não adianta equipar as escolas com computadores, internet, rádios, TV, se o professor continuar fazendo uso de aulas centradas na fala. As tecnologias da informação e comunicação aliadas à educação contribuem para um ensino mais dinâmico, para a formação humana e profissional ativa e integrada na dinâmica social vigente, mas para isso o mais importante consiste na formação de professores capazes de utilizar os recursos midiáticos na educação de forma apropriada para atingir os objetivos necessários.

Ainda sobre as tecnologias da informação e comunicação percebe-se a questão ideológica que permeia tais recursos tecnológicos. Se por um lado permite que as pessoas tenham acesso a todos os tipos de informação ampliando seus horizontes, atuando na formação cognitiva do pensamento, tornando-se conhecedores e participantes do mundo atual, por outro, serve para que as classes dominantes continuem perpetuando o poder por meio da imposição política, econômica, cultural e social que os recursos midiáticos possibilitam a humanidade. Sobre esta questão Teruya e Moraes (2010) falam da necessidade de uma formação política e cultural do professor para que possa preparar os alunos no uso da gama de informações repassada pelos recursos midiáticos em especial a internet. A preocupação de Teruya e Moraes é que os alunos possam adquirir conhecimentos próprios e assim agir criticamente perante a leitura de quaisquer textos. Reforçam também a necessidade de investir na formação docente para lidar com os conteúdos virtuais que se encontram disponibilizados na rede, assim como a organização de metodologias de ensino voltadas para tal especificidade.

## 2.4 A FORMAÇÃO DOCENTE PARA USO DAS NOVAS TECNOLOGIAS NA EDUCAÇÃO

---

<sup>2</sup>

José Manuel Moran foi assessor do Ministério da Educação para avaliação de cursos a distância.

As necessidades em relação à formação de profissionais para atuarem utilizando as tecnologias na Educação Escolar datam de períodos anteriores a década de 1990. Segundo Teruya e Moraes (2010):

O MEC iniciou as atividades de capacitação por meio do Projeto Formar, oferecido pela UNICAMP, e os professores cursistas deveriam criar centros de Informática Educativa a CIEds junto a Secretaria de Educação, mediante o apoio técnico e financeiro do Ministério da Educação em diferentes estados do Brasil em 1988 e 1989. O objetivo era preparar recursos humanos para implantar o projeto de informática na Educação.

Ainda de acordo com Teruya e Moraes (2010), em 2005, foi criado o Programa de Formação Continuada, Mídias na Educação pela Secretaria de Educação a Distância (SEED).

Mídias na Educação é um programa de educação a distância, com estrutura Modular, que visa proporcionar formação continuada para o uso pedagógico das diferentes tecnologias da informação e da comunicação- TV e vídeo, informática, rádio e impresso. O público-alvo prioritário são os professores da educação básica. Há três níveis de certificação, que constituem ciclos de estudo: o básico, de extensão, com 120 horas de duração; o intermediário, de aperfeiçoamento, com 180 horas; e o avançado, de especialização, com 360 horas. O programa é desenvolvido pela Secretaria de Educação a Distância (SEED), em parceria com secretarias de educação e universidades públicas responsáveis pela produção, oferta e certificação dos módulos e pela seleção e capacitação de tutores. Dentre os objetivos do programa estão: destacar as linguagens de comunicação mais adequadas aos processos de ensino e aprendizagem; incorporar programas da SEED (TV Escola, Proinfo, Rádio Escola, Rived), das instituições de ensino superior e das secretarias estaduais e municipais de educação no projeto político-pedagógico da escola e desenvolver estratégias de autoria e de formação do leitor crítico nas diferentes mídias.

De acordo com a Proposta para o Programa de Formação Continuada na Educação a Distância (SEED 2009), vê-se que ampliaram as possibilidades da Educação Escolar inserir-se no processo de inovação tecnológica, pois o curso abrange especialmente professores de educação básica, preparando-os para inserir os recursos midiáticos disponíveis na Escola, na proposta pedagógica, incentivando os alunos para fazerem uso de tais recursos como um meio de melhoria no processo ensino e aprendizagem. Outro ponto relevante do programa consiste em preparar professores tutores para capacitar outros professores ampliando as possibilidades de uma maior integração uso das mídias no contexto escolar.

Portanto, por meio das capacitações os professores aprendem a utilizar as tecnologias que tem disponíveis na escola, tendo a oportunidade de desenvolver na prática o que vai sendo estudado, articulando teoria e prática e ampliando os conhecimentos em relação a importância de inovar a prática pedagógica para que as aulas se tornem dinâmicas e os conteúdos possam ser introduzidos de forma a melhorar processo ensino e aprendizagem. Pois, diante da atualidade as tecnologias estão cada vez mais fazendo parte do cotidiano da humanidade, colocando a necessidade de estarmos aprendendo a manusear tais recursos. Diante do exposto percebe-se que a escola necessita integrar-se as inovações mundiais, tornado-se importante a preparação especialmente dos educadores que constitui a peça fundamental no processo de mediação no uso de novas metodologias de ensino.

Nesse sentido, percebe-se que o programa Mídias na Escola é importante na melhoria do processo do ensino, oportunizando a inserção das diversas mídias (TV, rádio, informática e impressos) no contexto escolar num processo de integração social, preparando os envolvidos no âmbito da escola para fazer uso de forma adequada dos recursos tecnológicos, atuando especialmente na formação de profissionais capazes de estar repensando sobre as mudanças que o uso das tecnologias da informação e da comunicação favorece ao processo educacional, refletindo sobre novas formas de ensinar por meio do uso das mídias, desenvolvendo ações pedagógicas que vão de encontro às questões da atualidade, integrando o processo de ensino às necessidades atuais na formação de cidadãos capazes de atuar criticamente frente à sociedade vigente promovendo, portanto, as diretrizes necessárias à melhoria na qualidade de ensino.

## 2.5 A IDEOLOGIA NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

A ideologia se faz presente nos diversos segmentos políticos, econômicos, sociais e culturais, tais como na família, na escola, na religião, no estado, nos meios de comunicação e outros. Entretanto, no presente trabalho importa a abordagem em torno da ideologia em relação aos meios de comunicação, em especial a ideologia veiculada pelas propagandas televisionadas.

Para tanto, faz-se necessário retomar os conceitos que envolvem a palavra ideologia, conceituar o termo consiste em uma tarefa difícil, pois permeiam equívocos e mal entendidos em relação ao seu conceito. Existem duas concepções

que abordam o seu significado: neutra e crítica. Sendo a primeira o “conjunto de ideias, de pensamentos, de doutrinas ou de visões de mundo de um indivíduo ou de um grupo, orientado para suas ações sociais e, principalmente, políticas. Para autores que utilizam o termo sob uma concepção crítica, ideologia pode ser considerado um instrumento de dominação que age por meio de convencimento (persuasão ou dissuasão, mas não por meio da força física) de forma prescritiva, alienando a consciência humana, (wikipédia 2010).

Para uma análise em torno das ideologias implícitas nas propagandas torna-se viável o conceito utilizado por Karl Marx, onde o mesmo ressalta a questão da dominação imposta por determinados grupos em detrimento a outros, portanto, para Marx:

(...) ideologia é um conceito pejorativo, um conceito crítico que implica ilusão, ou se refere a consciência deformada da realidade que se dá através da ideologia dominante: As idéias das classes dominantes são as ideologias dominantes na sociedade. (MARX citado por LOWY M.; 2000; p.12)

Neste contexto, os meios de comunicação ao transmitir aos telespectadores as mensagens, conseguem impor de forma perfeita, com muito êxito e criatividade as ideologias presentes em diversos aspectos, como na moda, no consumismo, na segregação e principalmente no sistema capitalista por meio das multinacionais.

De acordo com Souza (1989, p.29) , a ideologia do consumismo cujo principal lema é ter e não ser, tendo como carro chefe as multinacionais, consiste no principal usuário do meio propagandístico para induzir a sociedade ao consumo exagerado. Ainda de acordo com Souza (1989, p.29), tal ideologia tem o poder de transformar todas as datas como natal, dia das crianças, dia das mães, páscoa, dia dos namorados em mercadorias, onde os cidadãos independente do poder aquisitivo enlouquece em busca de comprar os produtos que invadem seus lares diariamente por meio da televisão. A moda também aparece como uma forma utilizada pelo capitalismo como indução ao consumo, por meio da imposição dos seus padrões e grande parcela da população busca estar enquadrada nos moldes impostos pela indústria da moda. Sendo assim, a cada período aparece a moda verão, inverno, outono, praia, natal e outros.

Outra questão que merece destaque é a ideologia da segregação que segundo Souza (1989, p.30). “se manifesta no racismo, na condição de inferioridade

da mulher, ou do pobre e, por conseguinte na exaltação da riqueza da força do homem, no elogio ao esperto, na superioridade do homem estudado, etc.”

Pode-se concluir que o conceito ideológico, quando utilizado como forma de dominação serve para explicar de forma convincente as desigualdades sem deixar claro a origem de tais diferenças. Sendo assim as propagandas reforçam de forma oculta a dominação sofrida por um parcela significativa da população.

### 3 METODOLOGIA

A pesquisa iniciou com a busca bibliográfica fundamentada em autores como Bakhtin, Fiorin, Lowy e Saviani, cuja finalidade foi discutir a ideologia do sistema capitalista de produção ressaltando o incentivo ao consumismo. A seguir desenvolveu-se uma pesquisa de campo do tipo pesquisa ação.

Para melhor entendimento do trabalho cabe explicar como se dá o desenvolvimento da pesquisa ação. Segundo Kemmis e McTaggart (1988) APUD, Roberto Jarry Richardson “fazer pesquisa ação significa planejar, observar, agir e refletir de maneira mais consciente, mais sistemática e mais rigorosa o que fazemos na nossa experiência diária”. Conclui-se, portanto, que com o desenvolvimento da pesquisa ação pode-se obter uma maior compreensão e mudanças em relação ao contexto estudado.

A pesquisa de campo foi feita com duas turmas de oitavas séries do Colégio Estadual Governador de Oliveira Franco, na cidade de Astorga/PR que compunham a mostra escolhida, perfazendo um total de setenta e oito alunos, na faixa etária entre treze e quinze anos.

Essa pesquisa foi assim desenvolvida: em um primeiro momento após o planejamento e escolha da propaganda televisiva o professor apresentou-a na sala de aula, e explicou o objetivo. Em seguida, dividiu a turma em grupos para que os mesmos fizessem a interpretação e destacassem a intenção da propaganda de acordo com a análise do grupo. Cada grupo produziu um texto a respeito e em seguida foi aberta a discussão sobre o assunto, onde prevaleceu as discussões em torno da sociedade capitalista e o consumismo. Em outro momento, as equipes ficaram encarregadas de gravar uma propaganda escolhida a seu critério, trazê-la, discutir com o professor a análise e apresentar em sala de aula fazendo uso da TV e pendrive. Os alunos expuseram suas análises, promovendo debates envolvendo toda a turma. Durante as discussões os alunos demonstraram novas posturas em relação ao que se veicula nas propagandas por meio das mídias televisivas. Foram apresentadas um total de dezenove propagandas de acordo com a divisão dos grupos, englobando as duas turmas. As propagandas apresentadas foram selecionadas, utilizando diversas emissoras como a Rede Globo, SBT, Rede Record.

De acordo com as apresentações foi possível agrupá-las em: oito propagandas de bebidas, duas de produtos de higiene, três de aparelhos celulares e seis de automóveis.

Após, foi feita a organização dos dados e a tabulação dos mesmos para proceder a análise desses resultados e então chegar às considerações finais. O trabalho foi desenvolvido durante o segundo semestre do ano de 2010.

#### **4 ANÁLISE DE DADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

A análise de dados realizou-se partindo das interpretações elaboradas pelos grupos em relação às propagandas selecionadas pelos mesmos. Após, os dados foram organizados em categorias para a análise, sendo que de modo geral as devidas conclusões tiveram pontos comuns em suas abordagens. No entanto, algumas equipes ressaltaram questões diferentes, as quais foram observadas.

Partindo desses pressupostos, as propagandas trabalhadas pelos setenta e oito alunos que fazem parte das oitavas séries do Colégio Estadual Governador Adolpho de Oliveira Franco foram: oito propagandas de bebidas, duas de produtos de higiene, três de aparelhos celulares e seis de automóveis.

As propagandas apresentadas pelos alunos foram propagandas veiculadas em emissoras de canais abertos, Rede Record, SBT e principalmente a Rede Globo, propagandas essas, do horário considerado “nobre”, principalmente no horário das telenovelas. Segundo os alunos as propagandas foram selecionadas, tendo como critério, as que melhores se adequassem ao que foi proposto. Em se tratando de oitavas séries, muitos fizeram uso dos conhecimentos já adquiridos na disciplina de Geografia, pois nesse período do ano letivo já haviam estudado sobre o “Processo de Globalização”, o que muito contribuiu para a análise das propagandas. O que se observou foi que nenhuma equipe analisou propaganda de um produto local, todos analisaram propagandas de artigos produzidos por Multinacionais. O argumento foi que as propagandas locais não são atrativas. Todos seguiram a mesma estratégia



de apresentação, apresentaram a emissora, o produto, o horário de transmissão, a propaganda propriamente dita e a conclusão a que a equipe chegou. Em seguida os alunos das outras equipes também tiveram a oportunidade de expor suas opiniões. Esse foi o momento mais enriquecedor, pois fatores que nunca tinham sido observadas por muitos, passaram a ser o foco das discussões.

De acordo com as análises apresentadas, verificou-se que as propagandas relacionadas com bebidas possibilitam ao consumidor a sensação de felicidade, prazer, confiança, festas com mulheres e homens bonitos. Nessa categoria o que chamou muito a atenção foram as de cerveja, pois em uma delas o artista principal era o técnico da seleção brasileira de futebol, que tanto critica a combinação bebida e esporte. A equipe que gravou essa propaganda fez uma crítica interessante em relação ao uso exagerado de bebidas alcoólicas pelos jovens e a venda indiscriminada aos menores. Ainda em relação às propagandas de cervejas o que chamou a atenção das demais equipes foi Slogan: “Beba Com Moderação” que aparece de forma rápida para não interferir na intenção da propaganda, ou seja, consuma e seja feliz. Cabe ressaltar que nesta categoria somente uma equipe abordou uma propaganda de refrigerante, o da Coca-cola, mostrando o consumidor nas nuvens ao ingerir o produto. Nesta exposição o grupo destacou o domínio exercido pela mesma, que sendo um produto mais caro que os outros refrigerantes, as pessoas consomem, especialmente os jovens pelo status proporcionado ao usuário.

Outra equipe relatou a exposição do corpo da mulher ao mostrar a propaganda da Nova Skin na qual aparece um homem “feio e baixinho”, mas com uma mulher bonita mostrando o seu corpo. Essa equipe destacou a exigência que a sociedade impõe para as mulheres em relação à beleza física, tendo quer ser magra para conquistar os homens e também a alegria e o prazer que a bebida proporciona.

As propagandas que veiculam os produtos de higiene mostram lares com um núcleo familiar bem estruturado. Nessa análise a discussão se direcionou para a questão familiar. Muitas comparações foram feitas com os lares a que nossos alunos estão inseridos, as crianças não estão em suas casas sendo assistidas por seus pais, e sim em creches. Um dos grupos apresentou a propaganda que mostra determinada marca de sabão em pó limpando com perfeição, na qual uma dona de casa, bonita e feliz, com filhos lindos, lava a roupa em uma lavadora automática que faz todo o processo de limpeza independente da força humana. Os alunos

ressaltaram que tal propaganda, além de ser totalmente o oposto da realidade atual, desperta nas donas de casa o desejo de ter bens materiais de difícil acesso a maioria dos telespectadores do horário nobre da Rede Globo, momento em que a propaganda foi gravada.

As propagandas referentes aos aparelhos celulares, segundo os alunos, mostram que é impossível qualquer ser humano viver sem estar conectado a esse meio de comunicação. Nessa categoria foi a que os alunos mais concordaram com o que era veiculado, pois a maioria dos alunos que fizeram parte da pesquisa possui um aparelho celular, portanto vivenciam o uso desse bem material e afirmaram que é impossível viver sem um. Alguns discordaram, mas as equipes que apresentaram as propagandas argumentaram fervorosamente chegando a convencer. Em contrapartida discutiu-se uma das regras do colégio que proíbe o uso do celular, dentro do ambiente escolar.

Já as propagandas de automóveis, segundo os alunos, veiculam a necessidade de ter um automóvel para que as pessoas tenham liberdade e felicidade plena. As equipes que apresentaram dentro dessa categoria, salientaram a importância de se ter um automóvel na sociedade atual, concordando com a praticidade e a utilidade do mesmo. Algumas concordaram com o que foi exposto nas propagandas, outras perceberam o exagero com que o produto foi mostrado, pois em uma das apresentações a equipe falou sobre o *slogan* veiculado por determinada marca: “Você faz as coisas acontecerem”. Os outros grupos observaram que as propagandas abordam a importância de se ter um carro somente para o lazer, prazer e conquistar homens e mulheres atraentes perante os padrões de beleza atual, deixando de lado a verdadeira função do automóvel, que segundo as análises dos discentes, são necessários principalmente para se locomoverem para o trabalho.

Cabe salientar, que em todas as análises apresentadas pelas equipes prevaleceu a ideologia do consumismo, na qual as pessoas são valorizadas pelo seu poder de adquirir bens materiais, na qual os produtores ressaltam a satisfação, o prazer e a felicidade embutida na vantagem de se adquirir os produtos veiculados nas devidas propagandas televisivas.

Apesar da baixa faixa etária dos alunos envolvidos no trabalho, foi possível estabelecer uma relação entre o real e o que é veiculado nas propagandas remetendo aos pressupostos de Saviani (2003), que acredita ser a educação

transformadora pela reflexão crítica. O que se buscou fazer foi agir pela materialidade da ação pedagógica estimulando o aluno a buscar na mídia televisiva que faz parte de seu contexto de vida, especificamente nas propagandas, a fonte para refletir conceitos abstratos ali embutidos.

O sucesso do trabalho contou com a participação efetiva dos alunos que demonstraram interesse e muito empenho na realização das atividades, percebeu-se o grande envolvimento e interação entre os grupos especialmente durante as apresentações por meio dos debates ocorridos.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O desenvolvimento do projeto, por meio das pesquisas e das informações repassadas aos alunos pelo professor, aguçou a percepção dos mesmos em torno das propagandas veiculadas pela mídia televisiva no sentido de verificar o predomínio da ideologia do consumismo na qual o poder de persuasão gira em torno da conquista cada vez maior de telespectadores para o consumo. Dessa forma a utilidade dos produtos propagandeados é sucumbida pelo fascínio ilusório que a propaganda oferece.

Por meio das análises, apresentações e debates feitos pelos alunos foi possível atingir os objetivos da pesquisa de ler e analisar as propagandas televisionadas, de forma a perceberem a presença da ideologia e intencionalidade do autor produtor e suas formas de manipulação, pois evidenciou-se a atuação da cultura do consumo, via comunicação televisiva e sua contribuição para determinadas mudanças no comportamento dos cidadãos de todas as classes sociais que, em alguns casos, para as classes sociais mais ricas as propagandas influenciam para o consumo de produtos não essenciais e muito caros. E para as classes sociais mais pobres, também com exceções, gera frustração e sentimento de exclusão por não poder adquirir tais produtos.

As atividades desenvolvidas aliadas ao interesse e participação do educando possibilitou a resolução da questão norteadora da pesquisa na obtenção de meios para proporcionar aos alunos a percepção de ideologias e

intencionalidades que possam permear os textos e imagens veiculadas especialmente pela mídia. Durante os debates evidenciou-se análise crítica de grande parte dos alunos em torno de questões que permeiam o cotidiano da sociedade atual especificamente em relação a manipulação perversa do meio propagandístico que ressalta a importância de adquirir bens materiais. Nesse sentido vivemos a era da grande inversão de valores onde o indivíduo vale pelo que tem, onde a aparência é sucumbida pela essência.

Ainda em relação ao desenvolvimento das atividades destacou-se o interesse pela leitura, interpretação e crítica dos textos utilizados pela mídia televisiva por meio de suas propagandas, despertando em alguns o interesse por leituras de informações veiculadas na internet e jornais. Cabe ressaltar que tal procedimento por parte dos alunos tornou-se possível avaliar de forma positiva e completa o resultado do projeto que objetivou também apresentar aos alunos as diversidades de gêneros como forma de incentivo e prática da leitura.

Sendo a Educação Escolar um meio para aquisição de conhecimentos necessários ao desenvolvimento da análise crítica. Acredita-se que as atividades desenvolvidas contribuíram para que os educandos se tornem leitores críticos e atuantes na sociedade vigente.

## REFERÊNCIAS

FIORIN, José Luiz. **Linguagem e ideologia**. São Paulo: Ática, 2003.

LOWY, Michael. **Ideologias e ciência social: elementos para uma análise marxista**. 14.ed. São Paulo. Cortez, 2000.

PARANÁ – Secretaria do Estado da Educação do. **Diretrizes Curriculares da Rede Pública de Educação Básica**. Departamento de Educação. Curitiba, 2009.

PARANÁ- Secretaria do Estado da Educação do. Coordenação de Apoio ao Uso de Tecnologias – ead. **Proposta Para o Programa de Formação Continuada na Educação a Distância** Curitiba, 2009.

RICHARDSON, Roberto Jarry. Artigo. **Como Fazer Pesquisa Ação?** Disponível em: <http://jarry.sites.uol.com.br/pesquisacao.htm>. Acesso em: 10 de fevereiro de 2011.

SAVIANI, Dermeval. **Pedagogia Histórica-crítica: primeiras aproximações**. 8 ed. Campinas, SP: Autores Associados, 2003.

SOUZA, Ari Herculano de. **A Ideologia**. São Paulo. Editora do Brasil, 1989.

TERUYA, Tereza Kasuko e Moraes, Raquel de Almeida. Artigo. **Mídias na Educação e Formação Docente**. Disponível em: <http://www.fe.unb.br/linhascriticas/artigos/n29/midias.pdf>. Acesso em: 21 setembro. 2010.

Wikipédia. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Ideologia>. Acesso em: 30 de setembro de 2010.