

MULTILETRAMENTO, EDUCAÇÃO E MÍDIA IMPRESSA: A PUBLICIDADE NO ENSINO DE LÍNGUA PORTUGUESA

Eixo 05 - Multiletramentos, educação e mídias

Mayara Oliveira Feitosa¹

RESUMO

Este artigo tem o objetivo de analisar a publicidade como instrumento para trabalhar temas sociais no ensino de Língua Portuguesa, possibilitando o desenvolvimento da leitura e da produção textual. Serão apresentados pressupostos teóricos de Ferraz (2014), Mizan (2011) e Rojo (2012), sobre multiletramento, educação e linguagem publicitária. Como *corpus* será utilizada uma campanha publicitária sobre a consciência coletiva contra a prática do bullying, para propor atividades de leitura e produção de texto. Com base em uma pesquisa qualitativa, a metodologia deste trabalho consiste na análise de elementos verbais e visuais e na elaboração de atividades para alunos do Ensino Médio. Notou-se que os multiletramentos são indispensáveis para o ensino de Língua Portuguesa.

PALAVRAS-CHAVE: Multiletramento; educação; publicidade; Língua Portuguesa.

ABSTRACT

The objective of this study to analyse the advertising like instrument to work social subjects in the teaching of Portuguese Language, making possible the development of the reading and of the textual production. They will be presented theoretical budgets of Ferraz (2014), Mizan (2011) and Red (2012), on multiletramento, education and advertising language. As corpus will be used a advertising campaign on the collective consciousness against the practice of the bullying, to propose activities as reading and writing. With a qualitative research, the methodology of the present work consists in the analysis of visual and verbal elements and in the elaboration of activities for students of Medium School students. It was noted that multiletramento are indispensable on the teaching of Portuguese language.

KEYWORDS: Multiletramento; education; advertising; Portuguese Language.

¹ Mestre em Letras – Estudos Linguísticos pela Universidade Federal de Sergipe. Grupo Interinstitucional de Pesquisa em Lexicologia- GIPLEX/CNPq/UFS. E-mail: <mayara_oliveiraf@hotmail.com>.

1 Introdução

Atualmente, há uma extensão da utilização da linguagem, a partir da ascensão no campo do saber linguístico, do léxico e da semântica para a análise de textos linguísticos, visuais, etc. voltados para suas contribuições para o ensino-aprendizagem, pois além de colaborarem para a comunicação podem auxiliar na construção de significado. Assim, tendo em consideração a importância dos multiletramentos e do avanço da tecnologia para a educação, há um aumento de ações de professores e pesquisadores em favor do planejamento, pesquisas e aulas com gêneros multimodais.

De acordo com as Orientações Curriculares para o Ensino Médio com auxílio dos estudos linguísticos são perceptíveis “as atividades de produção, recepção e análise de textos orais, obviamente fora da orientação dicotômica e oposicionista – em relação à escrita”. Dessa forma, objetiva-se mostrar a relação complementar e interativa da imagem e escrita, pois “quando se levam em conta práticas de linguagem nascidas na/da tecnologia digital, que também permitem a recorrência on-line desses dois tipos de modalidade” (BRASIL, 2006, p. 34).

Este artigo tem o objetivo de analisar a publicidade como instrumento para trabalhar temas sociais no ensino de Língua Portuguesa no Ensino Médio, especialmente a temática da consciência coletiva, possibilitando o conhecimento da linguagem publicitária, bem como o desenvolvimento de atividades de leitura e de produção textual. Serão apresentados pressupostos teóricos sobre o multiletramento, a educação, a cultura, bem como sua relação com a identidade, especialmente dos autores Ferraz (2014), Mizan (2011) e Rojo (2012). Como *corpus* foi utilizado um cartaz² da campanha publicitária contra a prática do bullying. O gênero cartaz foi escolhido por se tratar de uma mídia impressa que pode ser usado em locais públicos, conseqüentemente pode ser observado por uma grande quantidade de pessoas no contexto educacional. A escolha do tema bullying justifica-se pelo grande número de casos de agressões verbais ou físicas no Brasil e o cartaz em análise foi escolhido por se tratar de um recurso utilizado pelo Conselho Nacional de Justiça. A imagem e os elementos linguísticos

² Anúncio ou aviso de dimensões variadas, ger. ilustrado com desenhos ou fotografias, apropriado para ser afixado em lugares públicos (HOUAISS, 2007).

foram utilizados para promover significações e propor atividades didáticas para o ensino de Língua Portuguesa.

2 Multiletramento e Educação

O léxico sendo representação de uma cultura encontra-se no centro da sociedade, e revela as práticas ideológicas. Segundo Vilela (1994), o léxico “é a janela pela qual o povo vê o mundo”. Além disso, conforme Oliveira (1998, p. 108) “no léxico, nível linguístico que melhor expressa a mobilidade das estruturas sociais, a maneira como uma sociedade vê e representa o mundo”, é possível evidenciar a dinamicidade da língua. No entanto, o conjunto de palavras de uma língua não é suficiente para a compreensão de elementos culturais e sociais, por isso os estudos voltados ao trabalho com imagens, sons e elementos tecnológicos são bastante importantes.

Nesse sentido, é inegável a contribuição das diversas orientações de documentos e parâmetros que têm levado em conta vários estudos da linguística, para as *Orientações Curriculares para o Ensino Médio*, segundo tais orientações, “de maneira descontextualizada, a linguagem é trabalhada como pura estrutura linguística, fora de sua prática social” (BRASIL, 2006, p. 95). Além disso, claramente, de forma independente da modalidade e da prática de linguagem utilizada “parte-se da compreensão de que o conhecimento do sujeito para nela atuar é uma produção humana, histórica, contextualizada, e que sua apropriação se dá exatamente na prática social” (BRASIL, 2006, p. 34). Dessa maneira, o letramento sofre as adequações diante das necessidades de cada contexto específico. Dentro das teorias da educação crítica, o letramento visual apresenta temas inovadores voltados ao ensino de Língua Portuguesa, assim como da multimodalidade.

O processo educativo, inicialmente era voltado à transmissão de conhecimentos, pois o professor era o centro, no âmbito das tendências tradicionais da Educação, de modo que o aluno era apenas um receptor passivo. Atualmente, as novas tendências educacionais apresentam o aluno como participante ativo do processo educacional, já que o fim último da educação é a aprendizagem do aluno, ou seja, há um processo significativo de ensino-aprendizagem.

O avanço tecnológico proporcionou a utilização e a disseminação do rádio, TVs e internet, de modo que as mídias digitais facilitaram o acesso à informação, ou seja, os multiletramentos são extremamente importantes para a sociedade, para promover o desenvolvimento de novas habilidades e competências. Nesse sentido, percebe-se que as atividades com as mídias digitais precisam de adaptação ao contexto atual escolar. Rojo (2012) defende a elaboração de trabalhos colaborativos, prática e descrição em sala de aula, para que tais trabalhos sejam intensificados no ensino de Língua Portuguesa: “Essas propostas de ensino deveriam visar aos letramentos múltiplos, ou aos multiletramentos, e deveriam abranger atividades de leitura crítica, análise e produção de textos multissemióticos em enfoque multicultural” (ROJO, 2012, p. 8).

Na contemporaneidade, com o surgimento das múltiplas linguagens, mídias e tecnologias, é possível notar a necessidade do conhecimento e da utilização de recursos multimodais como propagandas, vídeos, publicidades charges, áudios, imagem. De acordo com Rojo (2012), tais elementos necessitam do uso dos multiletramentos:

O conceito de multiletramentos aponta para dois tipos específicos e importantes de multiplicidade presentes em nossas sociedades, principalmente as urbanas, na contemporaneidade: a multiplicidade cultural das populações e a multiplicidade semiótica de constituições dos textos por meio dos quais ela se informa e se comunica (ROJO, 2012, p. 13).

Para Mizan (2014, p.1) “a sociedade moderna parece que está invadida pelo poder da imagem uma vez que esta produz e consome imagens como nunca antes”. A autora concorda que a linguagem visual é formada e produzida por culturas específicas. Desse modo, toma a visão além de uma característica física, que abrange elementos culturais e históricos, conforme Souza (2008), e que essas “construções simbólicas” observadas são moldadas pela linguagem.

Ferraz (2014) contextualiza uma série de discussões sobre a imagem devido à diversidade de interpretações e efeitos, até mesmo sua associação à mídia, embora não se apresentem como sinônimos, o autor entende as imagens “em sua materialidade, podem ser interpretadas ao mesmo tempo em que podem gerar interpretações, controlar massas, alienar, educar” (FERRAZ, 2014, p.258). Mizan (2011), por sua vez, afirma que a cultura visual “é uma área multidisciplinar constituída por meio de mudanças econômicas, sociais e culturais”. Segundo Ferraz (2014) as imagens:

Penetram as aulas e podem ser entendidas nas mais variadas formas: mentais por meio das narrações, materiais por meio de fotografias, jornais, revistas e filmes, e, além disso, como textos que produzem significados ao serem interpretados e reinterpretados por nossos alunos. Essa produção de significados por meio das imagens é focalizada pelos estudos do letramento visual, cujas bases foram as teorias dos multiletramentos e da educação crítica (FERRAZ, 2014, p. 261).

Ferraz (2014) reconhece a importância da imagem para o ensino de línguas. Assim, percebe-se que os recursos tecnológicos apresentam papel fundamental para o trabalho com as imagens em sala de aula.

2. 1 A publicidade em atividades na sala de aula do Ensino Médio

A propaganda se desenvolveu no século XIX a partir de grandes meios de comunicação como jornais, cartazes e revistas. Assim, o comércio ampliou o viés dos anúncios de produtos nas indústrias farmacêutica, higiênica e de vestimenta. Compreende-se que os vocábulos publicidade e propaganda não apresentam rigorosamente o mesmo significado. De acordo com Sant'anna, (1998): “a palavra publicidade significa, genericamente, divulgar, tornar público, e propaganda compreende a ideia de implantar, de incutir uma ideia, uma crença na mente alheia” (SANT'ANNA, 1998, p. 75).

Assim, compreende-se que a publicidade é utilizada na promoção de vendas de produtos ou serviços, já a propaganda é usada na propagação de ideias. De acordo com Citelli (2004), o texto publicitário apresenta retórica, persuasão, e recorre basicamente a cinco esquemas: estereótipos, substituições de nomes, eufemismos, criação de inimigos, apelo à autoridade, afirmação e repetição de argumentos.

O professor de Língua Portuguesa do Ensino Médio pode instigar a pesquisa de anúncios publicitários nos alunos para trabalhar a leitura, a discussão, bem como a produção textual. Além disso, o professor pode lançar como proposta a construção de anúncios, por meio de imagens e textos, a fim proporcionar a prática de tolerância, inclusão

ou temas escolhidos pelos alunos. A seguir serão apresentadas algumas análises das imagens, bem como alguns elementos verbais para a construção de sentidos.

2.2 Metodologia: Análise de aspectos linguísticos e visuais

A metodologia deste artigo consiste na análise de elementos verbais e visuais e na elaboração de atividades para alunos do Ensino Médio, com base em uma pesquisa qualitativa. Para isso, uma busca exploratória foi realizada no site da Campanha mundial contra o bullying de 2010, pois se trata de uma campanha de grande proporção. Utilizou-se pressupostos teórico-metodológicos de Monte Mór (2011) para identificar elementos multimodais, fundamentais para a compreensão textual.

Para Monte Mór (2011), é necessário buscar um ensino que possibilite ao aluno o engajamento em práticas híbridas de interpretação/leitura (de mundo), em que se cruzem distintas linguagens, textos escritos e multimodais. Nesse contexto, Zacchi (2009, p. 420) afirma que a “multimodalidade fornece maiores possibilidades de autorrepresentação, também instrumentaliza o receptor do texto com mais possibilidades de interpretação”.

O trabalho com os “olhares dos participantes” para Zacchi (2009): “formam um vetor em direção ao exterior da imagem, criando um elo com o espectador”, formando uma espécie de ilusão de relação entre o participante e o espectador, assim Zacchi (2009) afirma que tal imagem é classificada como “demanda”, é o que ocorre na imagem do menino, de maneira tímida. A partir dos gestos apresentados na imagem, é possível observar a insatisfação no rosto criança, uma vez que se trata de uma das pessoas que não possui o que comer.

Além disso, Ferraz (2014, p. 264), observa que “as imagens e seus efeitos de verdade, tais como a maneira pela qual a visualidade manipula o público e o leva a acreditar, por exemplo, que as diferenças sociais construídas pelas imagens são naturais (verdades)”. Nesse sentido o letramento visual, de acordo Ferraz (2014), é uma das áreas que possibilita uma educação crítica através de imagens.

2.3 Análise de aspectos linguísticos e visuais- Campanha publicitária contra o bullying

A discussão sobre bullying é extremamente importante, pois é notória a gravidade da situação. De acordo com a Pesquisa Nacional de Saúde Escolar (PeNSE)³, feita pelo IBGE em 2012, no Brasil, cerca de 30% dos estudantes brasileiros, de 13 a 15 anos que estão no Ensino Fundamental praticam ou sofrem violência verbais ou físicas. É importante ressaltar que tais violências podem causar problemas físicos ou psicológicos, ou seja, podem provocar fobias e isolamento por parte das vítimas. O cartaz abaixo apresenta uma campanha de combate ao bullying do Conselho Nacional de Justiça:



Imagem 01: Campanha mundial contra o bullying, 2010.

Fonte: <http://www.vitaminauff.com.br/2014/bullying-campanhas-mundiais-contr-essa-violencia/>

³ A maioria são meninos, 26,1% deles praticam bullying, em comparação com 16% das meninas. Também são eles os que mais sofrem a agressão (7,9%), em relação a elas (6,5%).

É possível notar claramente a relação entre a temática e imagem usada, pois a possível vítima da prática do bullying está com as mãos no rosto, como uma espécie de forma de proteção, indicando sentimentos como vergonha, timidez, medo ou até mesmo para manter-se fora do alcance dos olhares ou do conhecimento dos possíveis agressores. Esta questão é extremamente importante, pois o aluno pode reconhecer na imagem sentimentos e emoções já vivenciadas, e assim pode expor suas experiências como vítima, observador ou praticante de violência física ou verbal. Além disso, é importante que o aluno perceba a importância da identificação, ao tentar questionar hábitos negativos como xingamentos, preconceitos com a aparência, modo de falar ou até violência física, prevenção e combate de tais violências no ambiente escolar.

Como reforço para combater o bullying, violências físicas ou emocionais, é importante promover a discussão e criar mecanismos para solucionar tal problema, pois as consequências dessa prática, embora muitas vezes não sejam aparentes, são graves e merecem atenção. Assim, o professor pode instigar a pesquisa nos alunos para a obtenção de dados concretos de acordo com as pesquisas em sites ou jornais, utilizando as diversas tecnologias disponíveis atualmente.

2.4 Proposta de atividade de Língua Portuguesa no Ensino Médio: o uso do cartaz para leitura e produção de texto

A seguir são apresentadas as questões propostas sobre os elementos presentes no cartaz:

Questões

1. Qual a ideia central que o cartaz propaga?
2. Quais sentimentos são apresentados na imagem contida no cartaz?
3. Quais são os principais problemas sofridos pela vítima na prática do bullying?
4. Em que locais são mais frequentes as práticas de bullying?

5. Quais são as medidas a serem tomadas para combater a prática do bullying?
6. De que formas os praticantes do bullying podem ser orientados no combate ao bullying?
7. É possível promover o respeito às diferenças? De que forma?

A partir das questões apresentadas, o professor do Ensino Médio pode trabalhar com foco em questões sociais presentes no cotidiano escolar. Assim, é possível notar a importância do multiletramento para a educação, pois a imagem é extremamente importante para a transmissão da mensagem, uma vez que o semblante do indivíduo na mensagem é capaz de intensificar a problemática do bullying e persuadir o aluno para combater esta prática, para construir um ambiente saudável e interativo entre os alunos. Nessa perspectiva, é importante ressaltar que os estudos da sociologia apresentam uma visão mais ampla sobre a questão da inclusão. Segundo o sociólogo Canclini (2005),

Um trabalho crítico sobre as contradições do modelo inclusão/exclusão torna visíveis as limitações de reduzir as relações sociais a problemas de conectividade. As diferenças e as desigualdades – geradas pelo sistema de conexões e as preexistentes - ressurgem quando tratamos de entender as condições em que temos acesso ou somos excluídos das redes (CANCLINI, 2005, p. 98).

Nesse contexto, é possível observar o cenário das transformações da pós-modernidade, que traz junto de si novas possibilidades diversificadas na sociedade, bem como a importância dos estudos sociológicos para a compreensão do contexto social atual e os fenômenos de exclusão no contexto educacional.

Após a discussão da temática, o professor pode propor a atividade de produção escrita, pois os alunos já terão realizado as atividades de leitura, pesquisa e discussão e reflexão dos resultados obtidos, de modo a participar ativamente das transformações em sala de aula e no ambiente social.

Considerações Finais

Neste artigo, foram apresentados alguns conceitos sobre o multiletramento e

educação, bem como aspectos linguísticos e visuais para a construção dos procedimentos analíticos da publicidade. Observou-se a partir da análise dos aspectos linguísticos e da imagem presentes no cartaz, aspectos comunicacionais como a subjetividade, e elementos afetivos a partir dos gestos como medo, timidez, desespero e vergonha. Tais elementos são exemplos de usos da oralidade na produção do texto escrito, recursos estes que são comuns à linguagem informal, à conversação. Assim, as reflexões teóricas mostraram-se importantes para compor a compreensão dos diferentes modos e formas de produção de sentidos.

A consciência coletiva é uma temática extremamente importante atualmente e pode ser trabalhada em sala de aula a partir do multiletramento. O aluno em contato com a publicidade em questão, pode construir significações a partir da multimodalidade. Além disso, há um processo de significação, uma vez que a campanha publicitária tenta promover uma consciência coletiva contra o bullying.

A linguagem, em qualquer modalidade, é, afinal, a língua em função. Este artigo propôs não somente uma reflexão de elementos estruturais da imagem e da escrita, mas também seus aspectos que apresentam modos complementares de compreensão do mundo. As duas modalidades podem ser examinadas a partir de procedimentos linguístico-discursivos, uma vez que a publicidade propõe uma espécie de conscientização de forma crítica, reflexiva, transformadora e dinâmica de modo a dialogar com o leitor. Assim, percebeu-se o entrecruzamento entre as modalidades visual e escrita, a publicidade sendo um gênero híbrido bastante utilizado pelo suporte impresso ou eletrônico em jornais, revistas, internet, entre outros, incentivando a prática da leitura, conseqüentemente da escrita. Buscou-se contribuir para a valorização e divulgação dos estudos Linguísticos e Comunicacionais, bem como dos multiletramentos, indispensáveis para o ensino de Língua Portuguesa.

Referências

BRASIL. Secretaria de Educação Básica. **Orientações Curriculares para o Ensino Médio: linguagens, códigos e suas tecnologias.** v. 1. Brasília: MEC / SEB, 2006. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/seb/arquivos/pdf/book_volume_01_internet.pdf Acesso em 19 dez. 2015.

CANCLINI, Nestor. Garcia. **Diferentes, desiguais e desconectados: mapas da interculturalidade.** Trad. Luiz Sergio Henriques. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.

CITELLI, Adílson Odair. **Linguagem e persuasão.** 8ª. ed. São Paulo: Ática (Série Princípios, 17), 2004.

Conselho Nacional de Justiça. **Campanha de combate ao bullying.** Disponível em: <https://pedagogiaaopedaletra.com/bullying-a-indisciplina-agressiva-no-ambiente-escolar/>. Acesso em: 15/06/2018.

FERRAZ, D. M. Letramento visual; as imagens e as aulas de inglês. In: TAKAKI, N. H & MACIEL, R. F. (Orgs). **Letramentos em terra de Paulo Freire.** Campinas: Pontes, 2014.

IBGE.BR. **Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar – PeNSE.** Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/sociais/saude/9134-pesquisa-nacional-de-saude-do-escolar.html?=&t=publicacoes>. Acessado em: 01/05/2018.

MIZAN, S. Letramento Visual na Mídia. In: TAKAKI, N. H & MACIEL, R. F. (Orgs). **Letramentos em Terra de Paulo Freire.** Campinas, SP: Pontes, 2ª ed, 2014.

MONTE MÓR, W. **Língua e diversidade cultural nas Américas multiculturais.** Revista da área de língua e literatura inglesa e norte-americana. 2002. INT ERFACES B RASI L / CANADÁ, PORTO A L EGRE, V . 1 , N . 2 , 2002.

OLIVEIRA, A. M. P. P. de; ISQUERDO, Aparecida N. (Orgs.) **As ciências do léxico – Lexicologia, lexicografia, terminologia.** Campo Grande: UFMS, 1998.

ROJO, Roxane; ALMEIDA, Eduardo de Moura (Orgs.). **Multiletramentos na escola.** São Paulo: Parábola Editorial, 2012, 264 p.

SANT’ANNA, Armando. **Propaganda: teoria, técnica, prática.** 7. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 1998.

VILELA, M. **Estudos de lexicologia do português.** Coimbra: Almedina, 1994.

ZACCHI, V. J. **Imagem e movimento: o modo visual na construção da identidade do sem-terra.** RBLA, Belo Horizonte, v. 9, n. 2, p. 415-439, 2009.