

**UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
DIRETORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
ESPECIALIZAÇÃO EM EDUCAÇÃO: MÉTODOS E TÉCNICAS DE ENSINO**

THAIS FERNANDA DOS SANTOS DOS SANTOS

**MÍDIA E EDUCAÇÃO: O USO DE PROPAGANDAS NO
DESENVOLVIMENTO DO PENSAMENTO CRÍTICO NO ESPAÇO
ESCOLAR**

MONOGRAFIA DE ESPECIALIZAÇÃO

MEDIANEIRA

2020

THAIS FERNANDA DOS SANTOS DOS SANTOS



**MÍDIA E EDUCAÇÃO: O USO DE PROPAGANDAS NO
DESENVOLVIMENTO DO PENSAMENTO CRÍTICO NO ESPAÇO
ESCOLAR**

Monografia apresentada como requisito parcial à obtenção do título de Especialista na Pós Graduação em Educação: Métodos e Técnicas de Ensino - Polo UAB do Município de Foz do Iguaçu, Modalidade de Ensino a Distância, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR – Câmpus Medianeira.

EDUCAÇÃO À DISTÂNCIA

Orientadora: Prof. Ms. Neron Alípio Cortes Berghauser

MEDIANEIRA

2020



TERMO DE APROVAÇÃO

Mídia e educação: O uso de propagandas no desenvolvimento do pensamento crítico no espaço escolar

Por

Thais Fernanda dos Santos dos Santos

Esta monografia foi apresentada às 20h30 do dia 18 de setembro de 2020 como requisito parcial para a obtenção do título de Especialista no Curso de Especialização em Educação: Métodos e Técnicas de Ensino - Polo de Foz do Iguaçu, Modalidade de Ensino a Distância, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Câmpus Medianeira. O candidato foi arguido pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho aprovado.

Prof. Ms. Neron Alípio Cortes Berghauser (Orientador)
UTFPR – Câmpus Medianeira

Prof^a. Ma. Marlene Magnoni Bortoli
UTFPR – Câmpus Medianeira

Prof^a. Dra. Elizandra Sehn
UTFPR – Câmpus Medianeira

- O Termo de Aprovação assinado encontra-se na Coordenação do Curso-

Dedico esta monografia a minha mãe Fátima e minha avó Alice que lutaram para me proporcionar uma educação de qualidade.

AGRADECIMENTOS

A Deus pelo dom da vida, pela fé e perseverança para vencer os obstáculos.

A minha mãe, avó e Ricardo, pela orientação, dedicação e incentivo nessa fase do curso de pós-graduação e durante toda minha vida.

Ao meu orientador professor Ms. Neron Alípio Cortes Berghauser, pelas orientações ao longo do desenvolvimento da pesquisa.

Agradeço aos professores do curso de Especialização em Educação: Métodos e Técnicas de Ensino, professores da UTFPR, Câmpus Medianeira.

Agradeço aos tutores presenciais e a distância que nos auxiliaram no decorrer da pós-graduação.

Enfim, sou grata a todos que contribuíram de forma direta ou indireta para realização desta monografia.

“O educador democrático não pode negar-se o dever de, na sua prática docente, reforçar a capacidade crítica do educando, sua curiosidade, sua insubmissão.”

PAULO FREIRE

RESUMO

SANTOS, Thais Fernanda dos Santos dos. **Mídia e Educação**: O uso de propagandas no desenvolvimento do pensamento crítico no espaço escolar. 2020. 53 p. Monografia (Especialização em Educação: Métodos e Técnicas de Ensino). Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Medianeira, 2020.

Na sociedade contemporânea, as mídias estão presentes em todos os setores da vida social, inclusive o da educação. Com isso, a escola assumiu novos desafios, dentre eles o de tornar os educandos, críticos e conscientes no uso das mídias. Desta maneira, o presente trabalho aborda sobre a influência das propagandas no comportamento social e seus impactos no público infanto-juvenil. Tem como escopo a elaboração de práticas de ensino da leitura e interpretação a partir do gênero discursivo propaganda. Parte da problemática de como se deve usar a propaganda no processo de desenvolvimento crítico do educando. O estudo foi de caráter exploratório e, como procedimento metodológico, adotou-se o levantamento de dados e pesquisa bibliográfica em livros, artigos e textos de arquivos digitais de autores que fundamentam a temática. Como resultados deste trabalho foram propostas cinco atividades pedagógicas envolvendo o uso do gênero discursivo propaganda para alunos do Ensino Fundamental I – Anos iniciais. Espera-se que este estudo sirva de base para fundamentar a prática docente no ensino e análise das linguagens midiáticas.

Palavras-Chaves: Escola. Infanto-juvenil. Prática docente. Linguagens midiáticas.

ABSTRACT

SANTOS, Thais Fernanda dos Santos dos. **Media and Education: The use of advertisements in the development of critical thinking in the school space.**2020. 53 p. Monografia (Especialização em Educação: Métodos e Técnicas de Ensino). Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Medianeira, 2020.

In contemporary society, the media are present in all sectors of social life, including education. As a result, the school took on new challenges, including making students, critical and aware of the use of media. In this way, the present work deals with the influence of advertisements on social behavior and its impacts on children and adolescents. Its scope is the development of reading and interpretation teaching practices based on the discursive advertising genre. Part of the problem of how to use advertising in the critical development process of the student. The study was of an exploratory nature and, as a methodological procedure, data collection and bibliographic research in books, articles, and texts from digital archives of authors that support the theme were adopted. As a result of this work, five pedagogical activities were proposed involving the use of the discursive advertising genre for Elementary School Students – Early Years. It is hoped that this study will serve as a basis to support teaching practice in the teaching and analysis of media languages.

Keywords: School. Children and youth. Teaching practice. Media languages.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Localização Geográfica do Município de Foz do Iguaçu – PR.	21
Quadro 1: Síntese dos Planos de Aula Propostos neste Trabalho.....	25
Imagem 1: Peça do Festival de Cannes 2005: Explosão de Tropicalidade.....	37
Imagem 2: Detalhe de uma Favela no Rio de Janeiro.	39
Imagem 3: Detalhe de Propaganda da Sundown®.	41
Imagem 4: Por que tem que usar Protetor Solar?	42
Imagem 5: Propaganda do Mc Lanche Feliz® Dois Irmãos.	45
Imagem 6: Documentário “Muito além do peso”.....	46
Imagem 7: Cartaz com a quantidade de açúcar presente nos alimentos.	47
Imagem 8: Vídeo Quatro patinhas apresenta: Animais Valiosos.....	49
Imagem 9: Propaganda contra o abandono de animais.	50
Imagem 10: Propaganda de Natal O Boticário®.	52
Imagem 11: Propaganda de Natal.....	53
Imagem 12: Alfabeto em Libras.....	54
Imagem 13: Detalhe de entrada ao aplicativo <i>Handtalk</i> ®.	54
Imagem 14: Representação da inclusão no ambiente escolar.	55

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	14
2.1 ENSINO FUNDAMENTAL I – ANOS INICIAIS.....	14
2.2 MÍDIA E EDUCAÇÃO	16
2.3 O GÊNERO PROPAGANDA EM SALA	18
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	21
3.1 LOCAL DA PESQUISA	21
3.2 TIPO DE PESQUISA.....	22
3.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA	22
3.4 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS.....	22
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES	24
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	31
REFERÊNCIAS	33
APÊNDICE(S)	35

1 INTRODUÇÃO

Na sociedade contemporânea, as mídias estão presentes em todos os setores da vida social, inclusive o da educação. Com isso, a escola assumiu novos desafios, dentre eles o de tornar os educandos críticos e conscientes no uso das mídias. Os professores estão sendo convocados para implantar esse novo processo de ensino e aprendizagem com uso de mídias. De acordo com Tufte e Christensen (2009, p. 98):

As mídias ocupam muito tempo na vida das crianças e dos adultos. Em muitas famílias a sala tornou-se um espaço de atividades onde os jovens parecem capazes de conviver sem problemas, usando cada qual o seu meio de comunicação – gerando aquilo que para muitos adultos é um inferno de sons e imagens. Na escola, porém, as novas mídias ainda não conseguiram se estabelecer com tanta firmeza.

Partindo da problemática que alguns professores apresentam insegurança ao trabalhar com mídias, a pesquisa propõe elaborar sequências didáticas para auxiliar o profissional no desenvolvimento do pensamento crítico do educando. De acordo com Dorigoni e Silva (s/a) as mídias devem estar presentes na formação do sujeito contemporâneo. Por mais que a escola, assim como os professores, apresentem resistência ao uso das mídias em sala de aula, elas devem ser utilizadas, pois, sem informação, os educandos podem ser influenciados negativamente no uso delas.

Com o avanço tecnológico, a escola assumiu o desafio de tornar os educandos críticos e criativos no uso dessas ferramentas. Uma mídia muito presente no cotidiano dos educandos são as propagandas. Não se pode negar que o ser humano é um consumidor e que se vive numa sociedade voltada para o consumo, mas é preciso que a escola ofereça uma educação voltada para o consumo consciente.

Percebe-se que os professores ainda apresentam certa resistência em trabalhar com mídias, mas como os educandos possuem acesso rápido as informações, se torna ainda mais necessários que ele ofereça um ensino e aprendizado voltado para emancipação.

Ao se trabalhar com o gênero discursivo propaganda com o público infanto-juvenil, verifica-se o quanto é importante trabalhar com uma abordagem crítica, pois são os “[...] mais suscetíveis aos apelos promocionais das empresas, bem como os maiores consumidores de produtos de ‘marca’” (CORREA; CRESCITELLI, 2009, p. 4). Como as crianças não entendem os objetivos comerciais das empresas, tornam-se alvos fáceis.

O uso de propagandas em sala de aula contribui para uma leitura crítica dos interesses comerciais, auxiliando assim com a formação de educando consciente de seu papel na sociedade e no processo de comercialização e exigente quanto aos seus direitos (CORREA; CRESCITELLI, 2009).

Este estudo se fundamenta na abordagem qualitativa que “[...] envolve a obtenção de dados descritivos que são obtidos por meio do contato direto do pesquisador com a situação estudada [...]” (CEDRAN, 2018, p. 37). A pesquisa tem como estratégias metodológicas, o levantamento de dados e pesquisa bibliográfica, centrando-se na tentativa de compreender melhor a importância de se trabalhar com mídias em sala de aula, em especial, o uso de propaganda para o desenvolvimento crítico do educando.

O objetivo geral deste trabalho, portanto, consistiu em elaborar e propor sequências didáticas a partir do gênero discursivo propaganda, voltadas para o desenvolvimento crítico do educando pertencente ao Ensino Fundamental – Anos iniciais. A pesquisa busca integrar fundamento e métodos para criar práticas de uso de propagandas, visando proporcionar aos estudantes, uma formação crítica e educação para o consumo responsável. A concretização do objetivo geral fundamenta-se no alcance dos seguintes objetivos específicos: a) Descrever os principais elementos utilizados em peças de propagandas voltadas para o público infantil; b) Levantar os aspectos impactantes destas propagandas no cotidiano do estudante; c) elaborar atividades que possibilitem o desenvolvimento do pensamento crítico do educando e; d) discutir sobre os aspectos positivos e negativos das mídias, em especial, as propagandas.

A realização desta pesquisa encontra motivação por possibilitar uma reflexão em grande parte dos atores envolvidos no ambiente escolar: professores, gestores escolares, pessoal de apoio pedagógico, estudantes e seus responsáveis, e a própria sociedade de modo geral. Como o gênero discursivo propaganda está presente no cotidiano humano, sendo capaz de influenciar a opinião de diversos

grupos sociais, nada melhor do que estudá-lo no contexto escolar para compreender sua função e tentar utilizá-lo como complemento ao processo de ensino e de aprendizagem. Outro fato que explica a apresentação desta proposta, é que na rede municipal em que o estudo foi planejado, a introdução ao estudo do gênero discursivo propaganda ocorre em alunos do 3º ano do Ensino Fundamental I – Anos Iniciais. Desta forma foi possível ao pesquisador construir sua proposta de desenvolvimento de técnicas pedagógicas que melhor se adaptaram ao perfil dos estudantes, sem incorrer em distorções sobre conteúdo, carga horária ou outro aspecto educacional.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O presente capítulo aborda um conjunto de conceitos acerca dos principais assuntos trabalhados nesta pesquisa. Trata-se de uma revisão teórica de tópicos considerados fundamentais para o entendimento do estudo.

2.1 ENSINO FUNDAMENTAL I – ANOS INICIAIS

O Ensino Fundamental I – Anos Iniciais corresponde do 1º ano ao 5º ano ofertada em instituições de ensino públicas ou privadas. Conforme estabelecido na Lei de Diretrizes e Bases da Educação (LDB), na seção II do Ensino Fundamental no Art. 32. na forma que segue:

O ensino fundamental obrigatório, com duração de 9 (nove) anos, gratuito na escola pública, iniciando-se aos 6 (seis) anos de idade, terá por objetivo a formação básica do cidadão, mediante:

I - o desenvolvimento da capacidade de aprender, tendo como meios básicos o pleno domínio da leitura, da escrita e do cálculo;

II - a compreensão do ambiente natural e social, do sistema político, da tecnologia, das artes e dos valores em que se fundamenta a sociedade;

III - o desenvolvimento da capacidade de aprendizagem, tendo em vista a aquisição de conhecimentos e habilidades e a formação de atitudes e valores;

IV - o fortalecimento dos vínculos de família, dos laços de solidariedade humana e de tolerância recíproca em que se assenta a vida social (BRASIL, 1996, p. 23).

O Ensino Fundamental é obrigatório e inicia-se aos 6 anos de idade. Segundo a LDB, Art. 24, a carga horária mínima anual será de oitocentas horas para o ensino fundamental e distribuídas por um mínimo de duzentos dias de efetivo trabalho escolar, excluído o tempo reservado aos exames finais, quando houver (BRASIL, 1996, p. 17). Referente a jornada escolar no ensino fundamental, o Art. 34. coloca que incluirá pelo menos quatro horas de trabalho efetivo em sala de aula (BRASIL, 1996, p. 24).

O currículo do Ensino Fundamental I – Anos Iniciais seguem o determinado no Art. 26. Que devem ter uma base nacional comum, a ser complementada, em cada sistema de ensino e em cada estabelecimento escolar, por uma parte diversificada, exigida pelas características regionais e locais da sociedade, da cultura, da economia e dos educandos (BRASIL, 1996, p. 19). Assim, as escolas dos municípios do Oeste do Paraná seguem um Currículo específico que foi elaborado a partir de discussões realizadas em 2014 pela Associação dos Municípios do Oeste Do Paraná (AMOP) que estabeleceram como uma das metas, um estudo para a construção dos referenciais curriculares para as escolas municipais. Esses grupos discutiram a concepção de homem, de sociedade, de conhecimento e sobre a função da escola.

Conforme estabelecido nos pressupostos filosóficos do currículo da AMOP a educação é um dos elementos fundamentais para a humanidade.

A educação se constitui num dos principais bens da humanidade. Por ela, as gerações vão legando, umas às outras, as experiências, os conhecimentos, a cultura acumulada ao longo da história, permitindo tanto o acesso ao saber sistematizado, como a produção de bens necessários à satisfação das necessidades humanas. Contudo, por ser histórica, ela se faz de acordo com as condições materiais e necessidades sociais em cada momento do processo de desenvolvimento histórico. Na sociedade primitiva, a educação é comum para todos e ocorre no processo de trabalho. A educação é um ato social e político. Com o aparecimento de uma classe que não precisa executar o trabalho manual para viver, surge uma educação diferenciada, dando origem à escola. A produção da escola implica a sistematização do conhecimento e uma perspectiva política. Na sociedade capitalista, dividida em classes, esse ato congrega interesses sociais divergentes. Nessa perspectiva, o ato pedagógico não é neutro, carrega implicações sociais, sendo mediado por relações sócio-históricas (AMOP, 2014, p. 14).

As disciplinas pertencentes ao currículo do Ensino Fundamental I são: Língua Portuguesa, Matemática, História, Geografia, Ciências da Natureza, Arte, Educação Física e Informática Educacional.

O currículo deve objetivar uma formação sólida e verdadeira aos alunos, portanto, os responsáveis na elaboração devem buscar:

Orientar a organização curricular para fins emancipatórios implica, inicialmente, desvelar as visões simplificadas de sociedade, concebida como um todo homogêneo, e de ser humano, como

alguém que tende a aceitar papéis necessários a sua adaptação ao contexto em que vive (VEIGA, 2004, p. 28).

Sendo a educação um bem fundamental para humanidade, as escolas devem contribuir com a formação de cidadãos capazes de interagir com o mundo social no qual estão inseridos. A finalidade de uma instituição escolar é ofertar um ensino de qualidade a todos os alunos, buscando promover a cidadania e a justiça social, “qualidade que não pode ser privilégio de minorias econômicas e sociais. O desafio que se coloca ao projeto político-pedagógico da escola é o de propiciar uma qualidade para todos” (VEIGA, 2004, p. 18).

A educação deve ser o meio para promover e despertar o cidadão na sociedade, para que este recupere os valores morais, sociais, científicos e éticos indispensáveis na sua formação. Sendo a concepção de educação o processo que envolve formação e mediação, visando o exercício da cidadania para a construção de uma sociedade inclusiva, que aceita e respeita as diferenças, de forma criativa, solidária e transformadora, sem jamais esquecer que educação é direito de todos e dever do Estado.

2.2 MÍDIA E EDUCAÇÃO

Atualmente, as tecnologias estão presentes em todos os espaços, e com isso, observamos que as mídias têm influenciado todos os públicos, inclusive o infanto-juvenil. É necessária atenção com relação aos usos das mídias, pois se não forem utilizadas com responsabilidade podem influenciar negativamente o público alvo.

O acesso indiscriminado às linguagens de mídia e seu uso frequente deixam pais e professores perplexos – e, não raro, atemorizados – com as consequências seja da exposição de crianças, adolescentes e jovens aos efeitos da publicidade, filmes, novelas, seriados e sites, seja da impossibilidade de garantir acesso qualificado. (ASSIS, 2009, p. 119)

Com o avanço tecnológico, as mídias estão presentes em vários setores da vida social, inclusive, na área da educação que possui a responsabilidade de

formação do sujeito contemporâneo. Com esse avanço, na área da educação, as escolas ficaram com o desafio de tornar os usuários mais críticos e criativos no uso dessas ferramentas (DORIGONI; SILVA. s/a).

Conforme Assis (2009, p. 120) o uso de mídias no contexto escolar ainda é um desafio, pois deve-se considerar que o país é diverso e perversamente desigual. Para que sua implantação seja efetiva e com qualidade é indispensável cumprir certas medidas:

- a) Recursos suficientes para escolas e universidades, aperfeiçoamento de suas propostas e paradigmas educacionais;
- b) Professores bem preparados, assessorados e atualizados em novos conhecimentos e práticas pedagógicas;
- c) Políticas públicas consistentes e duradouras avaliadas continuamente e acessíveis aos meios de comunicação e à população. (ASSIS, 2009, p. 120).

Na escola, percebe-se que o professor apresenta insegurança ao trabalhar com mídias, sendo necessária formação continuada adequada para lidar com as transformações. Hoje o aluno tem acesso rápido as informações, cabendo ao professor ir além da lousa, livros e apostila, devendo cada vez mais utilizar recursos que atendam às necessidades de aprendizado dos alunos. Conforme Dorigoni e Silva (s/a, p. 14):

Os professores estão sendo convocados para entrar neste novo processo de ensino e aprendizagem, nesta nova cultura educacional, onde os meios eletrônicos de comunicação são a base para o compartilhamento de ideias e ideias em projetos colaborativos.

Frente a esse desafio, o professor deve buscar aperfeiçoamento profissional e proporcionar aos alunos uma formação crítica e emancipatória para utilizar os recursos tecnológico, principalmente, as mídias. Em concordância com Sartori (2018, p. 16) em seu livro “Novos caminhos para os profissionais da educação”:

Quanto ao conjunto de competências necessárias para êxito profissional na atividade docente no século XXI, a atual dinâmica social talvez possa levar alguém a arriscar um diagnóstico: o professor tem de se atualizar, pois ninguém aguenta mais aula tradicional. Os alunos mudaram, eles estão conectados com a informação e não querem mais receber conteúdo pronto. Então, o professor tem mais é que se reinventar, ser criativo, propor desafios,

aliar-se à tecnologia, saber trabalhar com projetos e tornar-se, efetivamente, um mediador [...].

Se as mídias estão cada vez mais presentes no contexto social dos alunos, deve-se colocá-la também no contexto educacional, uma vez que “atividades educacionais, embora exijam concentração, disciplina, esforço pessoal e coletivo, devem ter também um caráter atraente e lúdico, pois o prazer e a alegria são parte integrante da vida humana”.(ASSIS, 2009, p. 124).

De acordo com Assis (2009) o uso de mídias em sala de aula pode ser um aliado do professor no ensino e aprendizagem, pois facilita a introdução de noções, conceitos, teorias e conhecimentos concretos e abstratos que estão presentes no currículo escolar. Para que seja efetivamente implantado o uso de mídias em sala de aula é indispensável

[...] da parte dos governantes eleitos, vontade política e competência ao designarem profissionais experientes e comprometidos, como secretários municipais de educação, dispostos a investir nesta mudança de paradigma para democratizar, com qualidade, o acesso a conhecimentos e valores. (ASSIS, 2009, p. 124).

As mídias trazem inúmeros benefícios, pois são um veículo de fácil acesso e divulgação. No entanto, sua forte influência no comportamento do consumidor visa que “[...] este se torna refém destes meios e com isso há uma mudança de postura, deixando de ser consumo e passando a virar consumismo, em que prevalece a vontade da mídia” (VIDAL; MOURA, 2013, p. 2).

2.3 O GÊNERO PROPAGANDA EM SALA

Ao trabalhar com gêneros discursivos em sala de aula deve-se considerar que são relativamente estáveis e construídos nas práticas sociais ao longo da história e que circulam na vida cotidiana. Um gênero discursivo muito utilizado pela mídia são as propagandas, sejam elas em forma de vídeos ou imagens. Conforme Correa e Crescitelli (2009) o público infanto-juvenil está vulnerável as mensagens contidas nas propagandas, justamente pela dificuldade de distinguir e incapazes de analisar e

argumentar sobre os reais interesses, deixando-se influenciar com propagandas voltadas ao consumismo.

Ao observar que as empresas têm investido cada vez mais em propagandas, influenciando fortemente o comportamento de consumo do público infanto-juvenil, nota-se a necessidade de se trabalhar o gênero discursivo propaganda no espaço escolar. Com isso, torna-se necessário um trabalho voltado para a conscientização e formação crítica no espaço escolar, visando que os alunos desenvolvam um consumo mais responsável e sustentável (CORREA; CRESCITELLI, 2009).

O professor, ao trabalhar com o gênero discursivo propaganda de forma crítica, pode contribuir para que o público infanto-juvenil consiga analisar os reais interesses deste meio de comunicação e não sejam facilmente influenciados e vítimas do consumismo.

Esse é um dos motivos pelo qual tantas críticas sejam feitas em relação a propaganda que visa influenciar o comportamento infantil, uma vez que as crianças não entendem os objetivos comerciais e são ainda incapazes de exercer o livre arbítrio com um espírito crítico ou de desenvolver uma contra-argumentação, deixando-se influenciar indefesamente pela propaganda (CORREA; CRESCITELLI, 2009, p. 2).

As grandes empresas investem muito em propagandas, visto que o público infanto-juvenil são mais suscetíveis do que outras pessoas, tanto que suas propagandas usam brinquedos, imagens coloridas, personagens de filmes e desenhos animados para chamar a atenção.

A maior parte dos produtos destinados às crianças estampa personagens da indústria do entretenimento, sejam produtos de higiene, como pasta de dente ou xampu, sejam peças do vestuário, seja o material escolar, sejam estampas de alimentos (ou mesmo um desenho da Disney impresso em um biscoito) (SANTOS; GROSSI, 2007, p. 450).

Por isso, ressalta-se a necessidade de formar educandos autônomos e críticos, com uma educação voltada para o consumo responsável.

A mídia tem o poder de influência devido a sociedade que impõe padrões de consumo e até estético, conforme afirmam Vidal e Moura (2013, p. 4) “A mídia geralmente impõe o seu estereótipo de beleza, de educação, de cultura, de justiça

etc.". Desta forma, a mídia estabelece como o indivíduo deve viver e interagir em meio a sociedade.

Com base no poder que a mídia exerce nos indivíduos, as propagandas que são voltadas para o público infanto-juvenil buscam apresentar que o consumismo traz prazer e impõe o estereótipo de beleza. Por isso, ressalta-se o quanto é importante o papel do professor no ambiente escolar e seu domínio sobre os recursos tecnológicos e midiáticos, pois seu trabalho possibilita o desenvolvimento do pensamento crítico por meio do diálogo e análise de propagandas (VIDAL; MOURA, 2013).

Analisar as propagandas junto aos educandos, facilitar a compreensão dos apelos emocionais e psicológicos implícitos nos anúncios, bem como ajudá-los a identificar mensagens "enganosas" são algumas atitudes que podem contribuir significativamente para o desenvolvimento da consciência crítica em relação publicidade (VIDAL; MOURA, 2013, p. 10).

É fundamental que o professor trabalhe com propagandas e que busque levar o educando a uma reflexão e possibilite seu desenvolvimento consciente e crítico. Desta maneira, o professor poderá alertar sobre os impactos ambientais e sociais que o consumismo acarreta aos indivíduos.

Ao analisar a propaganda observa-se que são instrumentos de incentivo ao consumo, quando elas são direcionadas para o público infanto-juvenil, buscam apresentar produtos e serviços que tratam as crianças como adultos em miniatura. Em concordância com Santos e Grossi (2007, p. 452) "Podemos até chegar a dizer que vivemos em uma sociedade midiocrática, uma ditadura da mídia que impõe desde padrões de consumo até padrões estéticos [...]".

Por isso, ressalta-se a importância de o professor trabalhar com propagandas de forma crítica e consciente, pois infelizmente, as crianças sempre foram alvo das grandes empresas por orientarem os pais na compra.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este capítulo apresenta os procedimentos metodológicos utilizados para a realização desta pesquisa. O local de estudo, a população estudada, como se deu a coleta e análise dos dados, são alguns dos temas abordados a seguir.

3.1 LOCAL DA PESQUISA

A pesquisa foi realizada no município de Foz do Iguaçu, que está localizado no extremo oeste do Estado do Paraná – Brasil. O trabalho voltou-se para alunos de uma turma de 3º ano do Ensino Fundamental I deste município. Na Figura 1 pode-se ver a localização do município de Foz do Iguaçu no Estado do Paraná.

Figura 1: Localização Geográfica do Município de Foz do Iguaçu – PR.



Fonte: WIKIPEDIA, 2019.

3.2 TIPO DE PESQUISA

O presente estudo consiste em uma pesquisa exploratória, tendo como estratégia o levantamento de dados que focaliza em acontecimentos contemporâneos e não exige controle sobre eventos comportamentais. De acordo com Cedran (2018, p. 32) a pesquisa exploratória “visa a proporcionar maior familiaridade com o problema estudado, a fim de torná-lo explícito ou a construir hipóteses; tendo, portanto, como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou descobertas.”.

3.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA

Participaram da pesquisa alunos do 3º ano do Ensino Fundamental I da rede municipal de ensino de Foz do Iguaçu – PR, no ano de 2019. Foram aplicados cinco planos de aula elaborados com base no gênero discursivo propaganda, visando desenvolver o pensamento crítico dos alunos. Os modelos propostos para os planos de ensino podem ser melhor conhecidos na seção Apêndices deste trabalho.

3.4 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS

A coleta de dados foi realizada através de pesquisa, análise e anotações de alguns pontos considerados fundamentais em planos de aula com a mesma proposta disponíveis na internet e de professores que atuam no Ensino Fundamental I – anos iniciais.

3.5 ANÁLISE DOS DADOS

Seguindo as orientações de Torozzi-Reis (2009, p. 92) o processo de análise dos dados ocorreu através de anotações sobre as temáticas dos planos de aulas, as metodologias, os objetivos, as mídias e os processos avaliativos. Os cinco planos de aula foram elaborados e aplicados com base nessas anotações. Desta maneira, a análise dos dados “[...] merece atenção especial para que posteriormente sejam analisados e interpretados, revelando novos conhecimentos sobre os fenômenos estudados – no nosso caso, o fenômeno educativo”. Após a análise ocorreu a interpretação dos dados, que consiste em estabelecer a ligação entre os resultados obtidos com outros já conhecidos, sejam eles derivados de teorias ou de estudos realizados anteriormente.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

O gênero propaganda está presente no currículo do município e deve ser trabalhado na disciplina de Língua Portuguesa, podendo ser trabalhado de forma interdisciplinar com as demais disciplinas obrigatórias. Todos os planos de aula foram elaborados com base em propagandas disponíveis na internet.

Os planos de aula levaram em consideração o fato do professor enfrentar diariamente o desafio de elaborar aulas que despertem o interesse do aluno. Busca-se ensinar a ler para que os leitores lidem com textos para compreendê-los, reconhecer o ponto de vista do autor, agir com criticidade frente ao que está lendo e realize discussões sobre as interpretações do texto. Em concordância com Freire (1996, p. 13):

É exatamente neste sentido que ensinar não se esgota no “tratamento” do objeto ou do conteúdo, superficialmente feito, mas se alonga à produção das condições em que aprender criticamente é possível. E essas condições implicam ou exigem a presença de educadores e de educandos criadores, instigadores, inquietos, rigorosamente curiosos, humildes e persistentes.

Ao trabalhar com propagandas em sala de aula, observa-se que os alunos apresentam interesse logo no início, uma vez que, o professor permite que sejam expostos os conhecimentos prévios que possuem sobre o assunto e quais suas hipóteses. Consegue-se, desta forma, promover a troca de informações e entendimentos por meio do diálogo e ludicidade. Segundo Freire (1996, p. 15)

Por isso mesmo pensar certo coloca ao professor ou, mais amplamente, à escola, o dever de não só respeitar os saberes com que os educandos, sobretudo os das classes populares, chegam a ela – saberes socialmente construídos na prática comunitária – mas também, como há mais de trinta anos venho sugerindo, discutir com os alunos a razão de ser de alguns desses saberes em relação com o ensino de conteúdos.

No Quadro 1 pode-se visualizar uma síntese dos planos de ensino propostos utilizando a mídia propaganda como elemento central de promoção do processo de

ensino e de aprendizagem. Eles podem ser melhor vistos na Secção Apêndices, ao final deste trabalho.

Quadro 1: Síntese dos planos de aula propostos neste trabalho.

Plano	Disciplinas envolvidas	Tema Principal	Tema Secundário	Objetivo	Tempo
1	Língua Portuguesa	Propaganda da Havaianas® “Todo mundo usa!”	Desigualdades sociais.	Desenvolver a leitura e compreensão do contexto exposto na propaganda.	6 aulas (50 min. cada).
2	Língua Portuguesa e Ciências.	Propaganda do protetor solar “Sundown®”.	Cuidados com a pele ao expor-se ao sol.	Desenvolver a leitura e compreensão do contexto exposto na propaganda.	4 aulas (50 min. cada).
3	Língua Portuguesa, Matemática e Ciências.	Propaganda do McLanche Feliz®.	Quantidade de açúcar nos alimentos.	Desenvolver a leitura e compreensão do contexto exposto na propaganda.	6 aulas (50 min. cada).
4	Língua Portuguesa	Propaganda que incentiva a adoção de animais.	Combate ao abandono de animais.	Desenvolver a leitura e compreensão do contexto exposto na propaganda.	8 aulas (50 min. cada).
5	Língua Portuguesa.	Propagandas de Natal.	Libras e inclusão.	Desenvolver a leitura e compreensão do contexto exposto na propaganda	6 aulas (50 min. cada).

Fonte: O autor, 2020.

O primeiro plano de aula foi elaborado com base na propaganda das Sandálias Havaianas® um produto que é conhecido pelos alunos. A aula iniciou com algumas questões para o levantamento de hipótese e comparação delas. Alguns alunos apresentaram resistência, mas depois tiveram interesse. Fizeram uma análise da imagem e descreveram os elementos, o que foi surpreendente, mesmo sendo alunos de 3º ano do Ensino Fundamental I eles reconheceram a cidade do Rio de Janeiro e apontaram o que contribuiu para identificação.

Ao realizar a busca no dicionário pela palavra “propaganda” alguns apresentaram dificuldade, uma vez que não tinham utilizado nos anos anteriores, logo os colegas ofereceram ajuda e apresentaram o significado. Conforme Sartori (2018, p. 136):

Uma busca em dicionários permite identificar esse grau progressivamente mais profundo e complexo da leitura. Das definições encontradas, temos o ato de decifrar signos gráficos que traduzem a linguagem oral, a arte de ler. Também a ação de tomar conhecimento do conteúdo de um texto escrito, para se distrair ou se informar.

Um aluno comentou que não gostava das propagandas, pois elas apareciam e atrapalhavam a exibição de vídeos no Youtube®. Em seguida, um outro aluno respondeu que as propagandas apareciam no meio dos vídeos com o objetivo de vender aquele produto.

Após a leitura do texto “História das Havaianas®” os alunos discutiram sobre o *slogan* “Todo mundo usa!” que busca apresentar que diferente da classe social as pessoas são usuárias das sandálias. Eles também destacaram que o país é muito injusto, que alguns têm muito e outros tão pouco e as pessoas vivem nas favelas enfrentam uma situação precária, com muita miséria e violência.

O segundo plano de aula foi elaborado com base na propaganda de protetor solar da *Sundown*®. Ao questionar sobre os benefícios do sol para os seres humanos os alunos citaram que era para nos manter aquecidos, mas pararam para pensar e viram que no inverno a temperatura é diferente. Um outro aluno comentou que o sol é perigoso e que deve-se usar protetor solar e óculos escuro para se proteger.

Ao analisar a imagem os alunos comentaram que ela representa uma praia e uma piscina, que são os locais que normalmente eles usam o protetor. A maioria da turma gostou da propaganda e disseram que ela representa bem o produto, apresentaram curiosidade com algumas palavras desconhecidas como UVA/UVB e cloro que foram esclarecidas no vídeo “Por que tem que usar protetor solar?”. Durante a exibição do vídeo os alunos foram interagindo e, ao final, ficaram surpresos com a necessidade e importância do protetor solar.

Um ponto que merece destaque é o fato dos alunos questionarem que não é só na piscina e na praia que deve-se usar protetor solar, pois muitos vão para escola caminhando e ficam expostos durante muito tempo aos raios solares. Após essa reflexão foi apresentada a proposta da elaboração de um cartaz informativo para ser exposto no mural da escola, os alunos gostaram da ideia e procuraram sistematizar as informações e usar recorte de revistas para enriquecer o trabalho. Ao avaliar o trabalho dos alunos observa-se o quanto é fundamental valorizar os conhecimentos prévios dos alunos e ajudá-los na caminhada rumo ao conhecimento científico que contribui muito com seu cotidiano.

O terceiro plano de aula foi elaborado com base na propaganda do Mc Lanche Feliz®, sendo um produto de uma rede de *fast food* conhecida mundialmente. Ao

iniciar a problematização sobre alimentação saudável percebe-se que os alunos possuem um bom entendimento, uma vez que, é um conteúdo trabalhado desde a Educação Infantil.

Quando questionados sobre quais alimentos deveriam ser evitados e quais deveriam ser consumidos diariamente, um aluno manifestou que é muito difícil ter uma alimentação saudável, pois os alimentos são caros e sua família não fazia todas as refeições. Após a fala deste aluno outros manifestaram que também não realizam todas as refeições e nem têm acesso aos alimentos considerados saudáveis. Foi um momento difícil de lidar, mas deve-se explorar todas as questões, inclusive, desigualdade social.

A maioria dos alunos manifestaram que nunca haviam comido um lanche de *fast food* e os que tiveram acesso relataram que comeram por interesse no brinquedo que vem no lanche. De acordo com Sampaio (2009, p. 14):

Na verdade, a descoberta e a valorização do potencial de consumo da criança são uma tendência global deflagrada por intermédio de grandes corporações multinacionais. Filmes e desenhos animados têm sido concebidos no âmbito de políticas de marketing globais. Segmentos rentáveis na área de fast food, brinquedos e filmes têm suas marcas internacionalmente disseminadas junto ao público infantil e adolescente, como atestam casos como Burger King, Coca-Cola, Mattel, Disney, entre outros.

Em seguida, outro aluno relatou que o lanche é pequeno e não se parece com apresentado no vídeo, acusando que era uma propaganda enganosa. Diante da manifestação foi feito a exibição de um vídeo que mostra como os profissionais da fotografia e vídeo montam os alimentos para as propagandas, eles ficaram admirados, mas também revoltados.

Em seguida, os alunos assistiram o resumo do documentário “Muito além do peso” e fizeram suas anotações para discussão coletiva. Após a exibição do vídeo eles ficaram assustados com as informações trazidas e como têm aumentado o número de crianças com obesidade, dentre outros problemas de saúde. Sampaio (2009, p. 15) alerta:

Uma implicação da exposição desmedida à publicidade é a construção de hábitos alimentares não-saudáveis. O exemplo do “danoninho”, que vale por um “bifinho”, é emblemático. Achocolatados, guloseimas, refrigerantes constituem, hoje, o lanche

de milhões de crianças, substituindo o doce natural de frutas. Para não falar dos *fast foods* e suas campanhas de venda casada entre produtos de baixo valor nutritivo e personagens queridos do público infantil. A promoção de hábitos alimentares não-saudáveis vincula-se, desta forma, à obesidade infantil, constituindo um problema de saúde pública.

Para finalizar, a professora levou algumas embalagens de bebidas e pacotes com açúcar para mostrar a quantidade presente em cada embalagem. Os alunos ficaram assustados, principalmente, com os alimentos que consomem diariamente. Na elaboração do cartaz informativo os alunos apresentaram bastante interesse e foram participativos.

O quarto plano de aula foi elaborado com base na propaganda “Quatro patinhas apresenta: Animais Valiosos” que aborda a temática sobre adoção de animais ao invés de comprá-los. Ao problematizar sobre os animais que vivem na rua e qual o motivo de estarem na rua, os alunos comentaram que os animais são abandonados pelos donos e que muitos morrem de fome, atropelados ou doentes. Uma criança falou que seu pai sofreu um acidente de moto por causa de um cachorro (que morreu). Aproveitando o comentário a professora ressaltou que os animais de rua também são perigosos, pois podem provocar acidentes.

Ao questionar sobre os animais que são vendidos, outro aluno comentou que no *shopping* tem loja que vende e que é muito caro e não entende o motivo das pessoas pagarem tão caro num animal de estimação sendo que há vários animais à procura de um lar.

Após a exibição da propaganda alguns alunos ficaram emocionados e relataram que ficaram felizes pelos animais que foram adotados. Ao falar sobre as Organizações não governamentais (ONGs) que protegem os animais de rua, os alunos comentaram que é importante e que eles protegem muitos animais que são abandonados. Uma aluna comentou que sua mãe ajuda uma moça que pede ração na rede social *Facebook*® para ajudar animais de rua e que eles precisam muito, pois têm bastante animais no abrigo.

Após o comentário da aluna, a professora propôs a elaboração de um cartaz para arrecadação de ração e todo alimento arrecadado ser doado para a instituição que a mãe dela ajuda. Os alunos adoraram a ideia e foram participativos na elaboração do cartaz e arrecadação de ração.

O quinto plano de aula foi elaborado com base na propaganda “Campanha de Natal O Boticário®” que traz mensagem de inclusão. A aula começa problematizando se todas as pessoas são iguais e os alunos responderam negativamente, que cada um é diferente, mas que ser diferente não é algo ruim. Ao falar sobre inclusão uma aluna comenta que é deixar todos participarem, por exemplo em uma brincadeira. Após a discussão foi solicitado que procurassem no dicionário o significado da palavra inclusão e escrever o que pode-se fazer para que todos sejam incluídos na sociedade com respeito. Em seguida, a professora escreveu no quadro a palavra Língua Brasileira de Sinais (LIBRAS) e perguntou se os alunos sabiam o significado. Uma aluna respondeu que sabia, pois sua mãe é surda e ela aprendeu para se comunicar com a mãe.

Após a problematização foi feita a exibição da propaganda de Natal do O Boticário® e outra também de Natal, mas que não possui diálogo. A aluna que a mãe é surda ficou emocionada, pois ela ficaria muito feliz com uma apresentação assim. Ver uma propaganda que incentiva a inclusão é importante, pois a maioria delas mostra crianças aparentemente felizes e que não enfrentam desafios. Conforme Sampaio (2009, p. 16):

As belas imagens infantis de criancinhas brancas sorridentes conquistam facilmente a empatia de milhões. Mas qual é o tipo de problema que poderia trazer imagens desta natureza? Além da redução da felicidade ao consumo, falácia que a publicidade vende muito bem, o estabelecimento de padrões de beleza destoantes da diversidade de tipos físicos presentes no país representa a negação de outros tipos de beleza (as crianças negras e mestiças, gordinhas, pobres, com algum tipo de deficiência, etc.).

Em relação a segunda propaganda, um aluno cadeirante ficou muito feliz e comentou que tem o mesmo sentimento quando os seus amigos incluem ele nas brincadeiras. Ambos os casos comentaram que já sofreram muito por causa de pessoas que não respeitam as diferenças e sonham com um mundo em que todos sejam tratados com respeito, a aluna que a mãe é surda comentou que precisa acompanhar a mãe em consultas, lojas, entre outros lugares, pois não há alguém para auxiliá-la.

O aluno cadeirante comentou que sofre muito com a falta de estrutura física na cidade para se locomover, que há pessoas que não respeitam vaga de

estacionamento para deficientes e muitas vezes colocam barreiras que impedem sua passagem.

Após ouvir as críticas, contribuições e opiniões dos alunos foi entregue o alfabeto em Libras para que todos tenham contato. Eles ficaram encantados e por iniciativa própria começaram a escrever seus nomes. A aluna que já tem familiaridade e domínio ficou muito feliz e resolveu ensinar algumas palavras e frases. Os alunos estavam tão empolgados que quando viram que há um aplicativo de celular que realiza a tradução para Libras já comentaram que iriam baixar no celular dos pais e aprender para comunicar-se com a colega e sua mãe surda.

Para sistematização de todo conhecimento adquirido durante as discussões foi proposto a elaboração de desenhos e frases que representem a importância das pessoas com necessidades especiais serem incluídas com respeito e dignidade na sociedade. Os alunos mostraram em seus trabalhos que ser diferente não é ruim, que cada ser humano é único e possui suas especificidades, que as pessoas devem lutar para que os direitos das pessoas com necessidades sejam cumpridos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao concluir este trabalho, é possível afirmar que as mídias estão cada vez mais presentes na educação e que suas ferramentas podem enriquecer as aulas dos professores. A atual geração está conectada com várias ferramentas tecnológicas, sendo assim, o ensino tradicional centrado no professor detentor do conhecimento e o aluno mero ouvinte não possibilita mais um aprendizado significativo.

O aluno é um sujeito social e histórico e possui conhecimentos prévios que devem ser ouvidos e considerados pelo professor, uma aula em que o aluno é sujeito ativo proporciona debates e discussões que enriquecem o aprendizado. Uma formação de qualidade envolve mais que conhecimentos científicos, históricos, filosóficos e artísticos, é indispensável que tenha uma formação que possibilite o desenvolvimento do pensamento crítico, que leve-o a refletir para além do que está posto.

Percebe-se que alguns professores ainda apresentam resistência em relação ao uso de mídias na educação, seja por dificuldade em manuseá-las, preconceito ou medo da substituição de seu trabalho pela tecnologia. No entanto, o que não percebem é que as mídias podem ser utilizadas a favor do ensino e aprendizagem, desde que, seja oferecida formação adequada aos professores e meios para sua utilização em sala de aula, como computador, *internet*, televisão, entre outros.

Uma mídia muito presente no cotidiano dos alunos, independente da faixa etária, são as propagandas que aparecem seja durante um programa de televisão, no Youtube, jornal, *banner*, *folders*, panfletos, redes sociais, entre outros. Por isso, é importante desenvolver o pensamento crítico dos educandos para que reflitam e tornem-se futuramente, não só consumidores conscientes como também cidadãos ativos e defensores dos seus direitos e cumpridores de seus deveres.

Ao planejar uma aula voltada para participação ativas dos alunos é importante iniciar com a problematização, pois possibilita identificar os conhecimentos prévios, hipóteses e interesse pelo assunto. Nota-se que quando o aluno participa das aulas o conteúdo torna-se interessante para ele. Após a

problematização, o uso das mídias já desperta a atenção, pois será utilizado recursos metodológicos atrativos.

Durante a aplicação dos planos de aula observou-se que houve uma redução no índice de faltas, uma vez que os alunos não queriam faltar para não perder a continuação daquela aula. Alguns apresentaram certa resistência devido a timidez, mas em nenhum momento demonstraram desinteresse ou falta de respeito.

A pesquisa apontou que os alunos sentem necessidade de serem ouvidos, demonstrarem o que sabem sobre o assunto, suas angústias, frustrações, desejos, sentimentos, o que pensam sobre si e sobre a sociedade.

Entende-se que esta monografia atendeu aos seus objetivos, pois procurou provocar o desenvolvimento do pensamento crítico entre os alunos por meio de propagandas. Os alunos apresentaram seus conhecimentos prévios e promoveram debates sobre questões fundamentais como consumismo, alimentação saudável, desigualdade social, inclusão, diversidade, cuidados com animais, entre outros.

Para a pesquisadora, este trabalho surge como uma constatação de que os professores devem estar em constante aperfeiçoamento profissional para planejar aulas de qualidade com o uso de mídias, pois são tecnologias presentes no cotidiano do aluno e possibilitam acender o pensamento crítico e a formação de sua autonomia.

REFERÊNCIAS

AMOP. **Currículo Básico para Escola Pública Municipal**: Educação infantil e ensino fundamental - anos iniciais. - Cascavel: AMOP, 2014.

ASSIS, R. Mídia e educação. In: VIVARTA, V. (coord.). **Infância & consumo**: Estudos no campo da comunicação. Brasília, DF: ANDI; Instituto Alana, 2009, p. 119-132.

BRASIL. Lei 9.394, de 20 de dezembro de 1996. Estabelece as diretrizes e Bases da Educação Nacional. **Diário Oficial da União**. Brasília, 20 dez. 1996.

CEDRAN, J. C. Módulo 2: A pesquisa científica. In: TENFEN, W; TENFEN, D. N; CORÁ, E.J. (Org.). **A investigação científica na educação básica**. Santa Catarina: Copiart, 2018, p. 27- 37.

CORREA, G. B. F; CRESCITELLI, E. Os efeitos da propaganda no comportamento de Compra do público infantil. **Revista Administração e Diálogo**, v. 12, n. 1, 2009.

DORIGONI, G. M. L; SILVA, J. C. **Mídia e Educação: o uso das novas tecnologias no espaço escolar** . Disponível em: <<http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/1170-2.pdf>>. Acesso em: 02 out. 2019.

FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia**: saberes necessários à prática educativa. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

SAMPAIO, I. S. V. Publicidade e infância: uma relação perigosa. In: VIVARTA, V. (coord.). **Infância & Consumo**: Estudos no campo da comunicação. Brasília, DF: ANDI; Instituto Alana, 2009, p. 9-21.

SANTOS, A. M; GROSSI, P. K. Infância comprada: hábitos de consumo na sociedade contemporânea. In: **Revista Textos & Contextos Porto Alegre**, v. 6 n. 2 p. 443-454. jul./dez. 2007.

SARDORI, R. V. **Novos caminhos para profissionais da educação**. Curitiba: IESDE Brasil, 2018.

TOZORI-REIS, M. F. C. **Metodologia da pesquisa**. Curitiba: IESDE Brasil S.A., 2009.

TUFTE, B; CHRISTENSEN, O. Mídia-Educação – entre a teoria e a prática. **PERSPECTIVA**. [on-line] v. 27. n. 1. 97-118. 2009. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/perspectiva/article/view/2175-795X.2009v27n1p97>>. Acesso em: 10 abr. 2020.

VEIGA, I. P. A. **Projeto Político-Pedagógico da escola: uma construção possível**. Campinas/SP: Papirus, 2004.

VIDAL, J. A; MOURA, J. D. P. **A influência da mídia no consumismo entre os jovens**. In: os desafios da escola pública paranaense na perspectiva do professor PDE, v. 1, 2013.

WIKIPEDIA. **Mapa do Paraná com destaque do município de Foz do Iguaçu**. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Foz_do_Igua%C3%A7u. Acesso em: 05 abr. 2020.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Plano de aula 1
PROPAGANDA DAS SANDÁLIAS HAVAIANAS®.

Público alvo: Alunos do 3º ano do Ensino Fundamental 1.

Disciplinas: Língua Portuguesa.

Conteúdos: Gênero discursivo propaganda; leitura e compreensão; oralidade; uso de dicionário; análise de imagens.

Objetivos:

- a) Compreender o objetivo da propaganda;
- b) Desenvolver o pensamento crítico por meio da propaganda;
- c) Desenvolver a leitura e compreensão do contexto exposto na propaganda;
- d) Trabalhar o uso de dicionários.

Desenvolvimento:

No primeiro momento o(a) professor(a) realizará uma roda de conversa com as seguintes problematizações:

- a) Qual o recurso utilizado pelas empresas e instituições para vender um produto ou ideia? (Deixar os alunos apresentarem suas hipóteses).
- b) Em quais locais visualizamos esse recurso?
- c) Qual o maior objetivo de uma propaganda?
- d) Quais os tipos de propagandas presentes no seu cotidiano?

No segundo momento, após a problematização com os alunos a(o) professor(a) apresentará uma propaganda para os alunos.

Imagem 1: Peça do Festival de Cannes 2005: explosão de tropicalidade.



Os alunos terão um tempo para realizar uma observação atenciosa da Imagem 1. Em seguida, a(o) professor(a) propõe as seguintes questões para serem analisadas e debatidas:

- a) Qual é o produto que está sendo anunciado? Qual é a marca?
- b) Em quais ferramentas ou lugares encontramos essa propaganda?
- c) Recursos visuais utilizados e o que representam?
- d) Com quem a propaganda se comunica?
- e) Gostaria de deixar um comentário para quem elaborou a propaganda?
- f) A propaganda atingiu o objetivo? Justifique sua resposta.
- g) Você ficou com vontade de adquirir o produto ou serviço? Por quê?

As perguntas serão exploradas oralmente, visando que os alunos realizem uma análise da imagem e apresentem sua opinião. O objetivo da discussão em grupo é desenvolver a oralidade, o senso crítico no alunos, além da troca de opiniões e informações.

Após a discussão os alunos irão procurar no dicionário o significado da palavra **Propaganda** e escrever no caderno.

No terceiro momento, será entregue o texto “*História das Havaianas®*” para os alunos realizarem uma leitura silenciosa.

História das Havaianas®

A ideia para o produto foi inspirada nas *Zori*, sandálias japonesas feitas de palha de arroz ou madeira lascada e que são usadas com os quimonos. Em 8 de junho de 1962, foram lançadas as sandálias brasileiras feitas de borracha. O primeiro modelo é o mais tradicional: branco com tiras e laterais da base azuis. Não possuíam um atrativo visual, porém, eram demasiado baratas. Com o fator preço favorecendo o mercado, em menos de um ano a Vespasiano produzia mais de 13 mil pares por dia.

O grande público das Havaianas® foi, durante trinta anos, uma classe financeiramente desfavorecida que a comprava em mercados de bairro. Assim, as Havaianas ficaram conhecidas como "chinelos de pobre". Tentando mudar esta ideia, a companhia lança em 1991 o modelo Havaianas Sky®, com cores fortes e calcanhar mais alto, dando a ideia de que pertencia a um público de classe mais alta. Seu preço também é mais elevado que o das tradicionais. Para levar o lançamento ao público-alvo, foram veiculadas propagandas de grande porte estreladas por artistas famosos. Em seguida, a distribuição foi organizada de acordo com o público-alvo. Também foi criado um display vertical para facilitar a escolha do produto e do número. Este display substituiu as antigas bancadas com pares espalhados.

Após o sucesso da Sky, foram criados novos modelos como, por exemplo, a Havaianas Olympic®, lançada durante as Olimpíadas de Atlanta. Desde o seu aparecimento, as Havaianas evoluíram dos modelos simples de chinelo de enfiar no dedo, que continuam a ser um sucesso de vendas, para designs mais elaborados com aplicações e formatos variados. Foi lançado um modelo que inclui um salto alto.

Texto adaptado. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Havaianas>>.

No terceiro momento, será realizada uma discussão sobre os pontos principais do texto. Em seguida, os alunos irão comparar o texto com a imagem da propaganda e levantar o que há de comum neles. O objetivo é que compreendam o que a propaganda tenta transmitir sobre a história. A escolha da imagem não foi aleatória – buscou-se apresentar os públicos que são usuários das sandálias. No entanto, a ilustração não apresenta a realidade do Rio de Janeiro como realmente é, para isso, será apresentada uma fotografia da cidade.

Imagem 2: Detalhe de uma favela no Rio de Janeiro.



Disponível em: <<https://noticias.r7.com/rio-de-janeiro/wikifavela-moradores-escrevem-dicionario-online-sobre-favelas-14042019>>.

No quarto momento, após comparar a propaganda e a fotografia de uma favela no Rio de Janeiro os alunos irão refletir e comentar sobre as seguintes questões:

- Como você acha que é a vida nas favelas do Rio de Janeiro?
- Será que toda a população do Rio de Janeiro vive assim? Justifique sua resposta.
- Depois de ler a história das Havaianas®, analisar a propaganda e observar a imagem da favela no Rio de Janeiro pense: O que significa o slogan “Todo mundo usa!”.
- Mas será que todo mundo usa a mesma sandália? Justifique sua resposta.

Finalizando: O maior objetivo da aula é que o aluno compreenda qual a finalidade de uma propaganda, quais recursos são utilizados para chamar a atenção e qual é o público alvo. É importante que o aluno consiga observar com atenção e expressar sua opinião em sala de aula.

Tempo estimado: 6 aulas (50 minutos cada).

Avaliação: Será realizada mediante observação e levará em consideração o interesse dos alunos pelo assunto trabalhado, o envolvimento nas diferentes situações propostas; a interação e a compreensão da temática por meio da expressão de ideias, observações e conclusões.

APÊNDICE B – Plano de aula 2
PROPAGANDA DA SUNDOWN®.

Público alvo: Alunos do 3º ano do Ensino Fundamental 1.

Disciplinas: Língua Portuguesa e Ciências.

Conteúdos: Gênero discursivo propaganda; leitura e compreensão; oralidade; importância e cuidados com os raios solares.

Objetivos:

- a) Compreender o objetivo da propaganda;
- b) Desenvolver o pensamento crítico por meio da propaganda;
- c) Aprofundar a leitura e compreensão do contexto exposto na propaganda.
- d) Estudar a importância e cuidados com os raios solares.

Desenvolvimento:

No primeiro momento o(a) professor(a) realizará uma roda de conversa com as seguintes problematizações:

- a) Será que o Sol é importante para os seres humanos e animais?
- b) Será que o Sol pode ser perigoso?
- c) O que podemos usar para nos proteger dos raios solares?

No segundo momento, após a problematização com os alunos a(o) professor(a) apresentará uma propaganda para os alunos. Na imagem 3 é possível visualizar a mensagem que se deseja trabalhar em sala.

Imagem 3: Detalhe de propaganda da Sundown®.



Os alunos terão um tempo para realizar uma observação atenciosa da imagem. Em seguida, a(o) professor(a) propõe as seguintes questões para serem analisadas e debatidas:

- Qual o gênero discursivo que está sendo utilizado na imagem?
- Qual é o produto que está sendo anunciado? Qual é a marca?
- Em quais ferramentas ou lugares encontramos essa propagandas?
- Recursos visuais utilizados e o que representam?
- Com quem a propaganda se comunica?
- Gostaria de deixar um comentário para quem elaborou a propaganda?
- A propaganda atingiu o objetivo? Justifique sua resposta.
- Você ficou com vontade de adquirir o produto ou serviço? Por quê?
- Alguém sabe o significado de *Sundown*®? Qual ferramenta podemos utilizar para descobrir?

As perguntas serão exploradas oralmente, visando que os alunos analisem a imagem e apresentem sua opinião. O objetivo da discussão em grupo é desenvolver a oralidade, o senso crítico nos alunos, além da troca de opiniões e informações.

No terceiro momento, os alunos assistirão ao vídeo “Por que usar protetor solar?” do canal Ticolicos, conforme pode ser visto na Imagem 4.

Imagem 4: Por que tem que usar protetor solar?



Vídeo disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=yaw8DjsC2nk>>.

Em seguida, o(a) professor(a) levantará as seguintes questões:

- Você achou importante as informações trazidas pelo vídeo? Já sabia delas?
- A propaganda apresenta essas informações? Justifique sua resposta.
- O que podemos fazer para divulgar essas informações para os demais colegas, professores e funcionários da escola?

No quarto momento, após ouvir os alunos o(a) professor(a) proporá que elaborem cartazes informativos sobre a importância do protetor solar. Os cartazes serão apresentados para turma e expostos no mural da escola.

Finalizando: O maior objetivo da aula é que o aluno compreenda a finalidade de uma propaganda, quais recursos são utilizados para chamar a atenção e qual é o público alvo. É importante que o aluno consiga observar com atenção e expressar sua opinião em sala de aula.

Tempo estimado: 4 aulas (50 minutos cada).

Avaliação: Será realizada mediante observação e levará em consideração o interesse dos alunos pelo assunto trabalhado, o envolvimento nas diferentes

situações propostas; a interação e a compreensão da temática por meio da expressão de ideias, observações e conclusões.

APÊNDICE C – Plano de aula 3
PROPAGANDA DO Mc LANCHE FELIZ®.

Público alvo: Alunos do 3º ano do Ensino Fundamental 1.

Disciplinas: Língua Portuguesa, Ciências e Matemática.

Conteúdos: Gênero discursivo propaganda; leitura e compreensão; oralidade; análise de vídeo; alimentação saudável e não-saudável; obesidade infantil; açúcar nos alimentos; unidade de medida quilogramas.

Objetivos:

- a) Compreender o objetivo da propaganda;
- b) Desenvolver o pensamento crítico por meio da propaganda;
- c) Desenvolver a leitura e compreensão do contexto exposto na propaganda;
- d) Produzir um cartaz informativo para comunidade escolar.

Desenvolvimento:

No primeiro momento o(a) professor(a) realizará uma roda de conversa com as seguintes problematizações:

- a) Será que todo alimento faz bem para saúde? Justifique sua resposta.
- b) Quais alimentos deveriam ser evitados?
- c) Será que todas as pessoas fazem no mínimo três refeições por dia?

No segundo momento, após a problematização com os alunos a(o) professor(a) apresentará uma propaganda para os alunos conforme pode ser visto na Imagem 5.

Imagem 5: Propaganda do Mc Lanche Feliz® Dois Irmãos.



Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=JDUNxFdo_tU>.

Os alunos terão um tempo para assistir e fazer anotações das informações que acharem relevantes. Em seguida, a(o) professor(a) proporá as seguintes questões para serem analisadas e debatidas:

- Qual o gênero discursivo que está sendo utilizado no vídeo?
- Qual é o produto que está sendo anunciado? Qual é a marca?
- Você já provou o produto anunciado? Ele é idêntico ao apresentado na propaganda?
- Será que esse produto faz bem para saúde? Você já ouviu falar em obesidade infantil? Justifique.
- Em quais ferramentas ou lugares encontramos essa propagandas?
- Recursos visuais utilizados e o que representam?
- Com quem a propaganda se comunica?
- A propaganda atingiu o objetivo? Justifique sua resposta.
- Você ficou com vontade de adquirir o produto ou serviço? Por quê?
- Será que todas as pessoas têm condições financeiras de adquirir o produto?

As perguntas serão exploradas oralmente, visando que os alunos realizem uma análise do vídeo e apresentem sua opinião. O objetivo da discussão em grupo é

desenvolver a oralidade, o senso crítico no alunos, além da troca de opiniões e informações.

No terceiro momento, os alunos assistirão ao resumo do documentário “Muito além do peso” como pode ser visto na Imagem 6 e anotar o que mais chamou sua atenção.

Imagem 6: Documentário “Muito além do peso”.



Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xxWDb-0o3Xk&t=904s>.

Após o documentário os alunos apresentarão suas anotações e que entenderam sobre “Obesidade infantil” e quais seus principais problemas.

No quarto momento, os alunos montarão um cartaz (conforme o exemplo da imagem 7) com os alimentos citados no documentário e usar sachê para representar a quantidade de açúcar presente em cada alimento. O cartaz será apresentado para comunidade escolar em algum evento da escola.

Imagem 7: Cartaz com a quantidade de açúcar presente nos alimentos.



Disponível em: <https://www.pinterest.jp/pin/560276009888056206/>.

Tempo estimado: 6 aulas (50 minutos cada).

Avaliação: Será realizada mediante observação e levará em consideração o interesse dos alunos pelo assunto trabalhado, o envolvimento nas diferentes situações propostas; a interação e a compreensão da temática por meio da expressão de ideias, observações e conclusões.

APÊNDICE D – Plano de aula 4:
PROPAGANDA QUATRO PATINHAS APRESENTAM: ANIMAIS VALIOSOS

Público alvo: Alunos do 3º ano do Ensino Fundamental 1.

Disciplinas: Língua Portuguesa.

Conteúdos: Gênero discursivo propaganda; leitura e compreensão; oralidade; análise de vídeo; cuidados com os animais de estimação; confecção de cartazes.

Objetivos:

- a) Compreender o objetivo da propaganda;
- b) Desenvolver o pensamento crítico por meio da propaganda;
- c) Desenvolver a leitura e compreensão do contexto exposto na propaganda;
- d) Produzir um cartaz informativo para comunidade escolar.

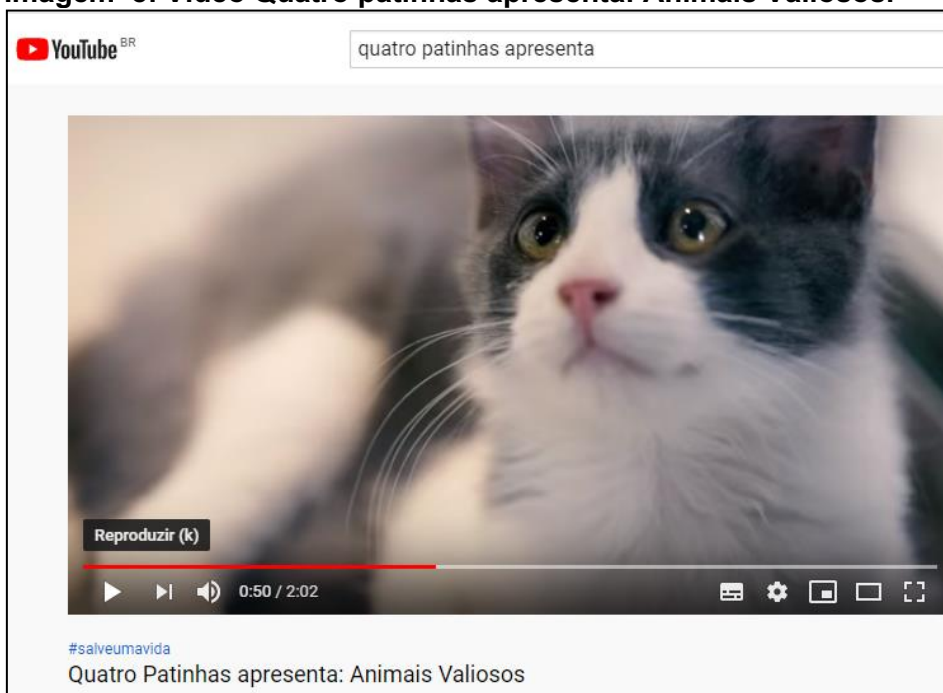
Desenvolvimento:

No primeiro momento o(a) professor(a) realizará uma roda de conversa com as seguintes problematizações:

- No seu bairro tem bastante animais na rua? Por que eles vivem na rua?
- Qual sua opinião sobre pessoas que abandonam animais?
- Por que alguns animais são vendidos enquanto outros estão em busca de um lar?
- O que podemos fazer para ajudar os animais de rua?

No segundo momento, após a problematização com os alunos a(o) professor(a) irá passar a propaganda “Quatro patinhas apresenta: Animais Valiosos”.

Imagem 8: Vídeo Quatro patinhas apresenta: Animais Valiosos.



Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=n-OnbXKIXQ>.

Os alunos terão um tempo para assistir e fazer anotações das informações que acharam relevantes. Em seguida, a(o) professor(a) propõe as seguintes questões para serem analisadas e debatidas:

- Qual o gênero discursivo que está sendo utilizado no vídeo?
- Qual o assunto abordado na propaganda?
- Você concorda com o assunto abordado na propaganda? Justifique sua resposta.
- O que podemos fazer para ajudar os animais?
- Em que lugar vive os animais que são abandonados? Você sabe o que é uma ONG e o que fazem?
- Recursos visuais utilizados e o que representam?
- Com quem a propaganda se comunica?
- A propaganda atingiu o objetivo? Justifique sua resposta.
- Por que será que as pessoas buscam comprar animais ao invés de adotar?

As perguntas serão exploradas oralmente, visando que os alunos realizem uma análise do vídeo e apresentem sua opinião. O objetivo da discussão em grupo é desenvolver a oralidade, o senso crítico nos alunos, além da troca de opiniões e informações.

No quarto momento, os alunos analisarão a imagem e escrever uma frase sobre a importância de cuidar dos animais e não os abandonar.

Imagem 9: Propaganda contra o abandono de animais.



Disponível em: <https://ratoderedacao.wordpress.com/2016/04/17/adote-um-amigo/>.

No quinto momento, o(a) professor(a) proporá que os alunos confeccionem cartazes sobre a temática abordada. Os cartazes serão expostos na escola e em alguns estabelecimentos da região. Uma atividade interessante seria uma campanha para arrecadação de ração, sendo o alimento doado para instituições que cuidam de animais abandonados.

Tempo estimado: 8 aulas (50 minutos cada).

Avaliação: Será realizada mediante observação e levará em consideração o interesse dos alunos pelo assunto trabalhado, o envolvimento nas diferentes situações propostas; a interação e a compreensão da temática por meio da expressão de ideias, observações e conclusões.

APÊNDICE E – Plano de aula 5
PROPAGANDA DE NATAL “O BOTICÁRIO®”.

Público alvo: Alunos do 3º ano do Ensino Fundamental 1.

Disciplinas: Língua Portuguesa.

Conteúdos: Gênero discursivo propaganda; leitura e compreensão; oralidade; uso de dicionário; análise de imagens; inclusão na sociedade; Libras.

Objetivos:

- a) Compreender o objetivo da propaganda;
- b) Desenvolver o pensamento crítico por meio de propaganda;
- c) Desenvolver a escrita e oralidade;
- d) Trabalhar o uso de dicionário.

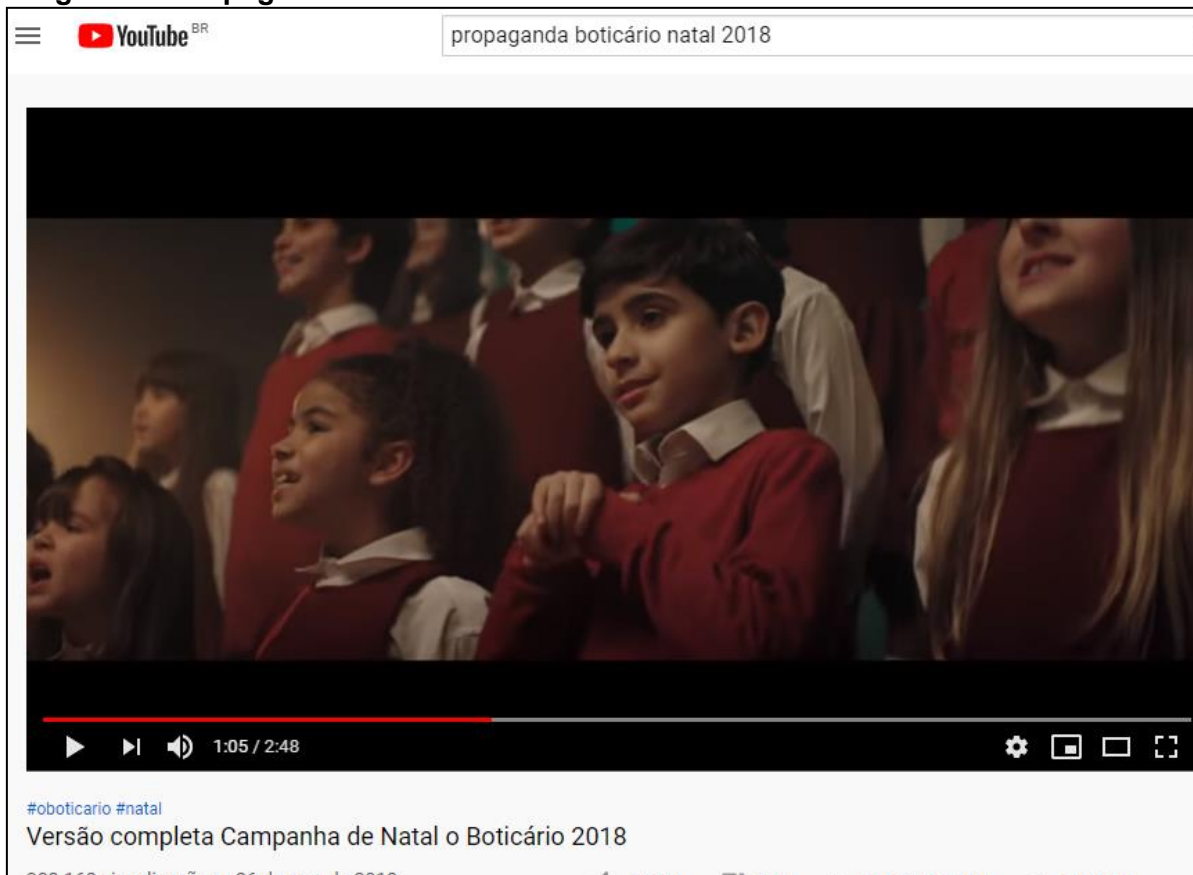
Desenvolvimento:

No primeiro momento o(a) professor(a) realizará uma roda de conversa com as seguintes problematizações:

- Será que todas as pessoas são iguais?
- Você sabe o que significa inclusão?
- O que podemos fazer para que todas as pessoas sejam tratadas com respeito?
- Você sabe o que é a Língua Brasileira de Sinais (LIBRAS)?

No segundo momento, após a problematização com os alunos a(o) professor(a) apresentará duas propagandas para os alunos que podem ser vistas nas Imagens 10 e 11.

Imagem 10: Propaganda de Natal O Boticário®.

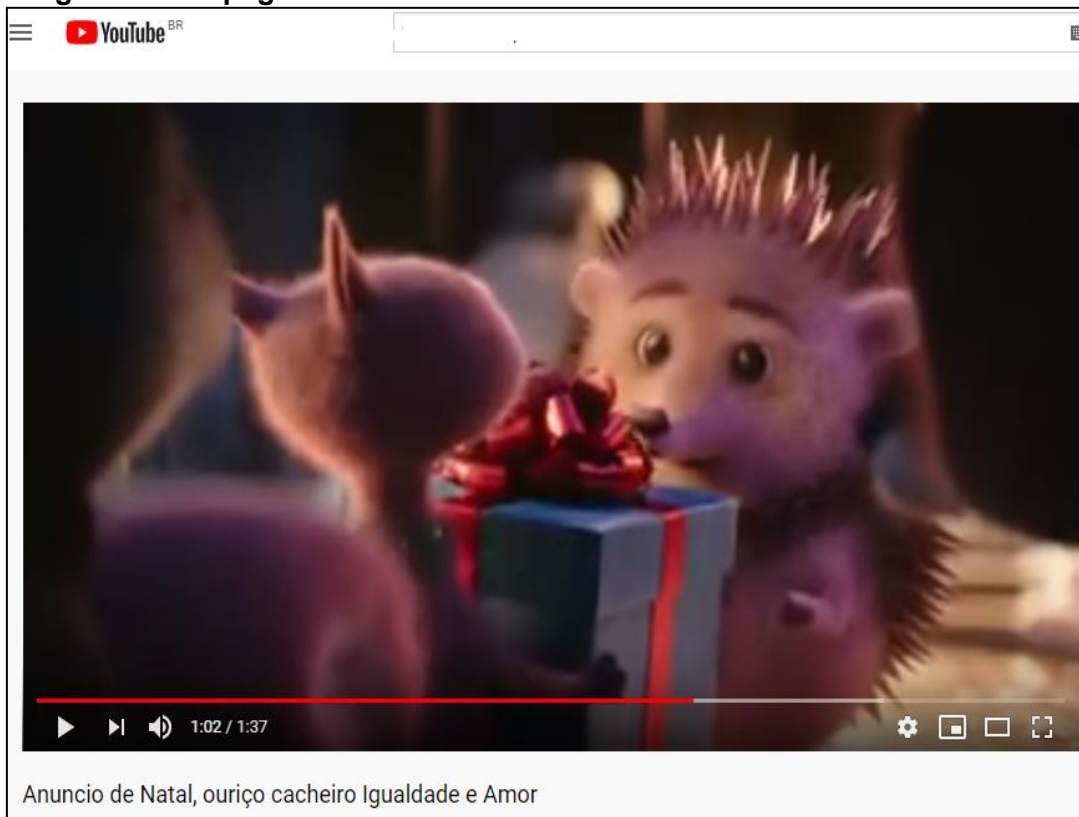


Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=LRL4MTRLcIk>.

Os alunos assistirão os vídeos e depois terão um tempo para anotar o que mais gostaram das propagandas. Em seguida, a(o) professor(a) propõe as seguintes questões para serem analisadas e debatidas:

- Qual é o produto que está sendo anunciado? Qual é a marca?
- Ambas as propagandas estão vendendo um produto? Justifique sua resposta.
- Recursos visuais utilizados e o que representam?
- Com quem a propaganda se comunica?
- Gostaria de deixar um comentário para quem elaborou a propaganda?
- A propaganda atingiu o objetivo? Justifique sua resposta.
- O que as duas propagandas têm em comum?
- Será que a sociedade busca a inclusão das pessoas com necessidades especiais? Justifique sua resposta.

Imagem 11: Propaganda de Natal.



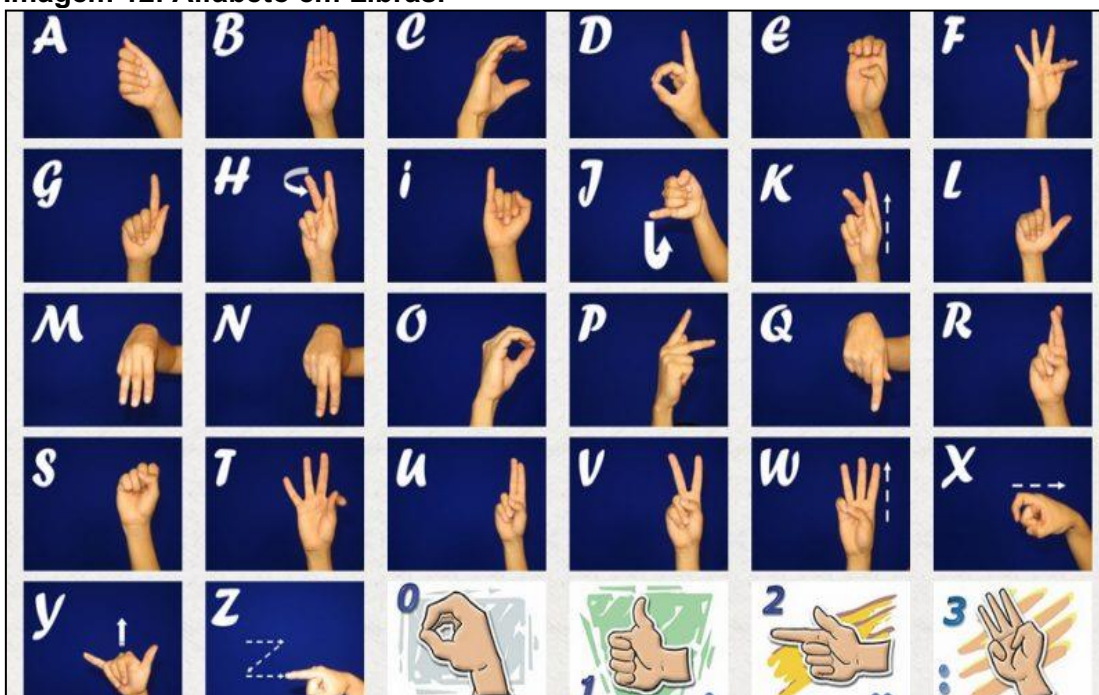
Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=rHTEZNhQJP8>.

As perguntas serão exploradas oralmente, visando que os alunos realizem uma análise da imagem e apresentem sua opinião. O objetivo da discussão em grupo é desenvolver a oralidade, o senso crítico no alunos, além da troca de opiniões e informações.

Após a discussão os alunos procurarão no dicionário o significado das palavras **Inclusão** e **LIBRAS** e escrever no caderno. Em seguida, o(a) professor(a) explicará que a Libras é a segunda língua oficial do Brasil, sendo a primeira o português e a segunda a Libras.

No terceiro momento, o(a) professor(a) entregará um alfabeto em Libras para aluno para eles conhecerem conforme pode ser visto na Imagem 12.

Imagem 12: Alfabeto em Libras.



Disponível em <https://blog.psyqueasy.com.br/wp-content/uploads/2019/05/alfabeto-em-libras-simbolos-e1558098955309-800x445.jpg>.

Em seguida, será solicitação que cada aluno escreva seu nome em Libras e apresente aos colegas.

No quarto momento, o(a) professor(a) apresentará o aplicativo *Handtalk* (Imagem 13) que ensina e traduz para o método de Libras. Os alunos poderão sugerir frases e representá-las.

Imagem 13: Detalhe de entrada ao aplicativo *Handtalk*®.



Disponível em https://lh3.googleusercontent.com/cs8HXpjLCOorJqqaYAnMB2MTNn9I077RngbsvbotzVP718sCF_1NSkEXCYuXsJj9pMtu6.

Para concluir, os alunos farão desenhos e frases que representem a importância das pessoas com necessidades especiais serem incluídas com respeito e dignidade na sociedade, principalmente no ambiente escolar, como pode ser visto na Imagem 14.

Imagem 14: Representação da inclusão no ambiente escolar.



Disponível em: <https://professoresherois.com.br/wp-content/uploads/2018/03/inclus%C3%A3o-escolar-pontos-e-contrapontos.jpg>.

Tempo estimado: 6 aulas (50 minutos cada).

Avaliação: Será realizada mediante observação e levará em consideração o interesse dos alunos pelo assunto trabalhado, o envolvimento nas diferentes situações propostas; a interação e a compreensão da temática por meio da expressão de ideias, observações e conclusões.