

PUBLICIDADE SOLIDÁRIA

Laudiene Maria de Lacerda
Bacharel Licenciada em Letras (Inglês/Português)
Aluna do Curso Pós-Graduação: Leitura e Prod. de
texto do UNI-BH
Professora do Curso Fund. I do Colégio Efigênia Vidigal

RESUMO

Alunos do Colégio Efigênia Vidigal, no bairro Buritis, em Belo Horizonte, decidiram trabalhar para tornar o mundo um lugar melhor. Tudo começou com a proposta da escola de desenvolver, ao longo de 2005, um projeto institucional sobre o programa da Organização das Nações Unidas (ONU) denominado “Oito objetivos de desenvolvimento do milênio”. Em sala de aula, os estudantes foram apresentados ao relatório do órgão internacional e criaram, do seu jeito e com base no que têm visto acontecer, um cartaz que sugere as oito maneiras de você ajudar a mudar o mundo.

O foco do nosso trabalho foi o desenvolvimento por meio da comunicação e a utilização da linguagem publicitária e de outros tipos de textos para possibilitar aos alunos uma reflexão sobre a inclusão social, o reconhecimento e estímulo para ações solidárias e, consequentemente, contribuir para a formação de leitores cidadãos. Utilizando a linguagem publicitária para sensibilizar e produzir as mudanças sociais pretendidas.

PUBLICIDADE SOLIDÁRIA

Laudiene Maria de Lacerda - bacharel licenciada em Letras (Inglês/Português) e professora de Ensino Fundamental do Colégio Efigênia Vidigal; **Luciane Nascimento Chiadreti** - pedagoga e pós-graduada em Educação Ambiental pelo Cepemg/Newton Paiva (Belo Horizonte – MG).

I. Introdução

A maior reunião de chefes de Estado e governos, que aconteceu na sede das Nações Unidas (ONU) em 2000, resultou na aprovação da Declaração do Milênio, um documento que reúne as várias metas estabelecidas nas conferências mundiais ocorridas ao longo da década de 90. Esta declaração deu origem aos “8 Objetivos de Desenvolvimento do Milênio”(ODM). Todos os países que participaram, inclusive o Brasil, comprometeram-se em cumpri-los

O Colégio Efigênia Vidigal, inteirando sua condição de escola cidadã, lança como tema institucional de 2005 a campanha da ONU para o novo milênio: 8 Jeitos de Mudar o Mundo. Pois:

O CEV acredita que a construção da cidadania está diretamente relacionada à capacidade do indivíduo de entender o mundo em que vive e atuar dentro dele, posicionando-se criticamente diante do que acontece ao seu redor. Entende-se, essencialmente, como um espaço de relações grupais. Compreende cada aluno como um indivíduo que possui historicidade, sentimentos, emoções, desejos, comportamentos, escala de valores, projetos, lógicas e hábitos próprios. (Manual do CEV, 2005)

Este trabalho propõe a articulação entre as diversas aprendizagens que o aluno em processo de alfabetização precisa empreender, tendo como foco os conhecimentos sobre as convenções da escrita e os vários textos presentes no cotidiano.

Na sociedade de consumo, a publicidade ocupa lugar de destaque, pois é uma linguagem elaborada para influenciar as pessoas à compra de produtos e idéias. Para isto, este tipo de texto se organiza, basicamente, no texto escrito, no slogan e na ilustração.

Os meios de comunicação orientam padrões de comportamento e influenciam a maneira de uma comunidade pensar. Por isso, é preciso agir com responsabilidade ao se transmitir uma mensagem. “É através da comunicação que se divulga, se faz conhecer, se sensibiliza. Comunicar-se é interagir com pessoas, é trocar informações e conhecimentos”. (Pereira et al, 2001)

Portanto, o foco do nosso trabalho foi abordar a temática do desenvolvimento por meio da comunicação. Utilizar a linguagem publicitária e de demais textos para possibilitar aos alunos uma reflexão sobre a inclusão social, o reconhecimento e estímulo para ações solidárias e, consequentemente, contribuir para a formação de leitores cidadãos.

O objetivo esteve centrado em uma leitura formadora que propicia ao indivíduo melhor conhecer a si e ao mundo que o cerca, a inferir, criar, representar e propor sentidos. Desenvolver habilidades de leitura e escrita que instrumentalizem a competência para exercer o seu poder de cidadania.

Os anúncios publicitários, textos jornalísticos e instrucionais que fazem parte do currículo escolar e foram ganhando novas dimensões no trabalho em sala de aula, agregando à leitura e à escrita um significado social, a partir das discussões e reflexões promovidas por meio dos diversos materiais que circularam no decorrer do projeto.

Foram produzidos textos educacionais que divulgasse os cuidados com o meio ambiente (reciclagem, atenção ao desperdício de alimentos, de água, material escolar, produtos em geral), foi elaborada uma carta aberta aos moradores do bairro, conscientizando sobre os cuidados com as ruas, os jardins e o uso adequado das lixeiras. Foram realizadas, também, produções que alertassem sobre a impulsividade do consumo e para uma alimentação saudável. Além da comunidade escolar, todos esses trabalhos estenderam-se para a comunidade que freqüenta o CAC Havaí (entidade mantida pela AVEC: Associação Efigênia Vidigal de Educação e Cultura) e também para as empresas das famílias da comunidade escolar e comércio locais, a fim de divulgar o projeto instituído pela Organização das Nações Unidas.

Conhecer o projeto instituído pela ONU, aderido pelo CEV, traçar uma linha comum que permeasse os conteúdos ao longo do ano letivo, pesquisar, discutir e estabelecer um conceito de comunicação, elaborar e registrar textos explorando a pluralidade de portadores e disciplinas, divulgar os textos produzidos resignificando a escrita, a interação entre a 1^a e 2^a Série e promover um trabalho social a partir deste projeto, foram os objetivos e as metas propostos por este projeto.

II. Fundamentação Teórica

Linguagem é todo sistema de sinais convencionais que nos permite realizar atos de comunicação. Existem inúmeras linguagens: das libras (língua brasileira de sinais), das bandeiras em corridas de automóveis, dos sinais de trânsito, o código de escrita, entre tantas outras. Toda comunicação tem por objetivo a transmissão de uma mensagem.

A publicidade tem uma linguagem que envolve a persuasão, desejo de consumo e ilusão de satisfação. Os textos publicitários buscam produzir o desejo de comprar, de seguir supostos modelos de comportamento, fala e pensamento.

Sabe-se, que a leitura de textos publicitários está no cotidiano da humanidade desde o início do comércio. Atualmente, na chamada sociedade digital, vivemos a cada dia mais expostos a eles. Desta forma, saber ler e compreender é essencial, devido ao apelo publicitário a que estamos submetidos, para que esses textos possam ser percebidos, tanto no que se refere ao conteúdo explícito, quanto ao que está embutido em suas estratégias, a fim de modificar as relações de consumo, garantindo outra postura em relação às pessoas e ao meio ambiente. Salientamos que o consumismo se movimenta pela publicidade, desencadeando maior produção, maior degradação ambiental e maior segregação social.

Os textos publicitários estão estreitamente relacionados com as expectativas e preocupações da comunidade, são indicadores típicos da sociedade de consumo, criando no leitor uma “necessidade” de compra, em adquirir mais bens de consumo; sua linguagem retórica dirige-se às emoções, sentimentos e fantasias culturais do público; portanto, discutir sobre as questões que permeiam os textos publicitários é uma tarefa de responsabilidade pedagógica.

Estes textos são construídos em torno da função apelativa da linguagem, pois buscam como efeito modificar comportamentos, portanto, manipulam a linguagem em virtude do que se propõem obter do leitor; utilizando tanto da transparência, quanto da

opacidade, dirigindo-se às emoções, sentimentos e fantasias culturais de diversos grupos sociais.

Apesar dos textos publicitários ocuparem lugar de destaque nesta proposta de trabalho, outros textos permearam este projeto. Segundo Sargentim (2001), os bilhetes, cartas, telegramas, cartões, convites, postais, cartazes, avisos, documentos, receitas e panfletos fazem parte do cenário de textos ligados à comunicação.

Dessa forma, como proposta didática, o trabalho propicia que a criança amplie seus conhecimentos sobre a escrita e suas convenções e que conheça mais e melhor o mundo em que vive. Afinal, conhecer a linguagem é um processo dinâmico que vai além da compreensão racional de como ela funciona. Conhecer a linguagem publicitária é saber usá-la. De que nos adiantaria conhecê-la se não pudéssemos usá-la, explorá-la, dentro e fora da sala de aula?

Assim, um projeto educativo comprometido com a democratização social e cultural atribui à escola a função e a responsabilidade de garantir a todos os seus alunos o acesso aos saberes lingüísticos necessários para o exercício da cidadania, direito inalienável de todos. Responsabilidade maior de acordo com o grau de letramento das comunidades em que vivem os aprendizes. Considerando os diferentes níveis de conhecimento prévio, cabe à escola promover a sua ampliação de forma que, progressivamente, cada aluno se torne capaz de interpretar diferentes textos que circulam socialmente, de assumir a palavra e, como cidadão, de produzir textos eficazes nas mais variadas situações.

As experiências com o evento de leitura e escrita desempenham um papel importante para a formação do cidadão, concedendo o direito de ler e escrever aquilo que julgarem importante. Sabe-se que o letramento possibilita “ser mais”, ir além das letras, das palavras, das frases; possibilita reinterpretar o mundo analisar, comparar, elaborar e reelaborar incluindo-se num universo cultural.

III. Desenvolvimento

Como trabalhamos com a 1^a. a 2^a. séries, no início do ano letivo, apresentamos às crianças o tema institucional: “8 jeitos de mudar o mundo”. Com as atividades e intervenções que foram ocorrendo no decorrer das aulas, obtivemos diferentes respostas dos alunos e suscitamos curiosidade sobre o tema. A idéia de formar uma parceria entre as duas séries manifestou-se durante uma conversa informal das professoras, quando destacaram que, em ambos os grupos, ocorreram questionamentos e propostas em comum.

A oportunidade e interação urgiu com o primeiro contato entre as turmas, durante a exposição dos trabalhos iniciais: o cartaz “8 maneiras de você ajudar o mundo”, da 1^a. série e as propagandas educativas da 2^a. série. Daí resultou uma parceria de respeito e afinidades.

Conhecer o projeto, a instituição que o elaborou, perceber a comunicação como um elo capaz de divulgar e sensibilizar as pessoas acerca de maneiras de tornar o mundo mais agradável para todos foi o início do trabalho.

Ao apresentar às turmas o projeto dos 8 Jeitos de Mudar o Mundo, alguns questionamentos surgiram:

- o que é a ONU?
- por que a ONU propôs os 8 Jeitos de Mudar o Mundo?
- quais são os “jeitos” mais importantes?
- como fazer para auxiliar o trabalho da ONU?

Este encontro proporcionou aos grupos repensarem sobre algumas possíveis interferências, acerca do trabalho de cada turma. Foi proposto, então, incluir na rotina das turmas um momento de interação, intitulado Oficina de Percurso. Este nome foi escolhido porque representa a proposta atividade: permitir que os alunos administrem seu percurso criador, percebendo no decorrer do projeto que uma produção surge a partir das experiências de produção anteriores, e se enriquece através das contribuições do olhar do outro.

A confecção dos cartazes da 1^a. Série possibilitou aos alunos explorarem a linguagem visual a fim de informar e comunicar por meio da criação das imagens criadas pela turma, assim como poder relacionar o que tinham desenhado com o texto produzido por eles, isto é, conjugando elementos verbais e visuais.

Nestas oficinas ocorreram diversas e simultâneas questões enriquecedoras. Os alunos trouxeram cartazes de diferentes tipos de propagandas, recortes de revistas e jornais, assistiram a vídeos de propagandas e discutiram sobre modelos e produções realizadas. Muito dos materiais utilizados foram contribuições familiares, que também se sensibilizaram pelo projeto, a partir do envolvimento das crianças.

Durante as oficinas, o foco das intervenções foi estimular a pesquisa e a investigação das várias linguagens e imagens expressas nas propagandas e demais textos, sempre respeitando as escolhas dos alunos e a diferença entre as produções, favorecendo a troca de informações entre os colegas sobre as experiências com leitura e produção de texto.

A partir das atividades relacionadas ao projeto de Educação para Paz e do envolvimento das crianças durante Oficina de Percurso foi possível perceber um vínculo de trabalho agradável que permitia costurar as atividades realizadas em sala, resignificando conteúdos e produções.

A confecção de narrativas, bilhetes e cartas foram tomando outra dimensão à medida que as crianças se apropriavam da estrutura e descobriam que através destes textos era possível divulgar idéias.

Após esta divulgação a escrita e a capacidade de comunicação tomou outras proporções, os alunos começaram a perceber a importância do que estava sendo desenvolvido a partir do momento que o texto que estavam produzindo havia um significado mais abrangente, o texto sairia do didático e passaria a uma dimensão maior, extrapolando as fronteiras da escola; tendo como objetivo alcançar leitores proficientes, ou não, sobre a importância de fortalecer a prática de voluntariado no Brasil, promovendo a participação cidadã e a inclusão social.

Na tarefa de divulgar idéias, as duas turmas foram em busca de estratégias que sensibilizassem as pessoas a pensar em ações solidárias, contribuindo para um mundo mais agradável para todos.

O cartaz produzido pela 1^a série foi enviado a empresas ligadas à comunidade escolar e comércio local, acompanhado por uma carta que foi redigida coletivamente. Novamente, surgiu a oportunidade de ampliar o conhecimento das crianças sobre este gênero textual, ligado às práticas sociais, utilizando mais um importante meio de comunicação, intensificando a prática da escrita e da leitura, indo ao encontro da proposta educativa do CEV. As crianças da 2^a série auxiliaram na estrutura da carta, já que esta seria destinada às instituições e não às pessoas.

A 2^a serie, ao observar advertências do Ministério da Saúde sobre o cigarro, criou advertências que segundo a turma deveriam ser registradas em pacotes de salgadinhos, refrigerantes, na borda o monitor do computador, nos interruptores, nos cartuchos e CDs de games, alertando para a mudança de comportamento da população. Destacando o caráter interdisciplinar da tarefa, fazendo menção a

atividades realizadas durante a caminhada escolar, destacando a importância da leitura, alimentação saudável, prática de esportes, economia.

Além de todos os trabalhos descritos, os alunos participaram junto, com turmas do Ensino Infantil, no movimento de “preservar o verde” em nosso bairro. Dispuseram de uma tarde para divulgar as placas confeccionadas pelas crianças do Ensino Infantil e fixá-las nos jardins da avenida principal do bairro: Professor Mario Werneck.

Através de *e-mail* foi possível divulgar o projeto em andamento para o “Faça Parte”, uma organização social responsável por reconhecer e estimular ações solidárias em todas as regiões brasileiras, principalmente aquelas desenvolvidas nas escolas e por jovens.

A arte esteve ativamente presente durante a realização das atividades, entre as duas turmas. Acreditando que a conquista da autonomia de criação se dá com o trabalho conjunto, onde as crianças se apropriam de conhecimentos proporcionados pelas reflexões que surgem a partir da observação e apreciação de imagens, que já produziram e sobre aquelas feitas por outras crianças.

Através da arte, os alunos são capazes de comunicar e expressar de maneira pessoal. Utilizando a linguagem visual, a criança alarga seu olhar estético, apropriando-se do patrimônio cultural que contribui para a formação humana.

As duas turmas confeccionaram quadros que representavam o não: o não pela violência social, o não pela corrupção, tão divulgado pela imprensa, o não pela fome, o não pela falta de escola, enfim, por tudo aquilo que contradiz os 8 jeitos de mudar o mundo.

IV – Reflexão Final

O projeto desenvolvido foi uma releitura dos 8 Jeitos de Mudar o Mundo, com o objetivo de interferir positivamente na realidade e, logo, na vida das pessoas que estão à nossa volta.

Através de todos os recursos utilizados: diversidade textual, vídeos, pesquisas e produções, procurou-se possibilitar o desenvolvimento das potencialidades dos alunos dentro de um olhar culturalmente sensível e consciente, para que compreendam, relacionem, ordenem, signifiquem e resignifiquem o mundo através de seu potencial criador.

As ações desenvolvidas por alunos, pais, professores e demais membros da comunidade escolar colaboraram para imprimir mudanças necessárias no contexto educacional de cada aluno, ao perceberem que através da comunicação é possível realizar atitudes concretas.

O educador ambiental Cláudio Guerra afirma que só cuidamos daquilo que conhecemos. Para conhecer é preciso divulgar. A comunicação permite conhecer e através do conhecimento se sensibiliza. Sensibilizando, nos sentimos co-responsáveis e modificamos nossas atitudes com o objetivo de sermos co-autores da história.

Ao resignificar as produções dos textos escolares, os mesmos apareceram carregados de intenção social, apresentando uma linguagem simples e natural: a linguagem do compromisso e do respeito. As crianças engancharam em entender a língua da arte, da beleza, percebendo a energia da imaginação, da ousadia e da coragem.

“A linguagem humana é um processo complexo. Utilizamos a língua e a linguagem sem nos darmos conta dessa complexidade, porque julgamos que falar é um processo tão natural para nós como voar é para os pássaros.” (Pereira et al, 2001)

A cada momento pôde-se perceber o envolvimento das crianças com o projeto e com o grupo, favorecendo a construção de cidadãos dignos, leais, audaciosos, munidos de intencionalidade. O crescimento dos registros das produções demonstraram avanços significativos em relação à estrutura textual e ortografia, destacando a função social das mesmas.

Formar para cidadania requer esta visão dinâmica de educação que renega a cultura do imutável.

É possível mudar o mundo: comunique-se!

V – Referências Bibliográficas

CARVALHO, Nelly de. **Publicidade**: a linguagem da sedução. São Paulo: Ática, 1996.

COLÉGIO EFIGÊNIA VIDIGAL. **Manual do Educador do CEV**. Belo Horizonte, 2005.

HERNÁNDEZ, Fernando. **Transgressão e mudança na educação**, os projetos de trabalho. Trad. Jussara Haubert Rodrigues. Porto Alegre: Artmed, 1998.

JOLIBERT, Josette. **Formando crianças produtoras de texto**. Volume II. Porto Alegre: Artes Médicas, 1994.

KAUFMAN, Ana Maria; RODRIGUES, Maria Helena. **Escola, leitura e produção de textos**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1995.

KLEIMAN, A. Texto e Leitor: **Aspectos Cognitivos da Leitura**. Campinas: Pontes, 1995.

KOCH, Ingedore Villaça. **O Texto e a Construção dos Sentidos**. São Paulo: Contexto, 2001.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. Gêneros textuais emergentes no contexto da tecnologia digital In: **Hipertexto e Gêneros Digitais**. Rio de Janeiro : Editora Lucerna, 2004.

MARCUSCHI, I. A. **Leitura como processo inferencial num universo cultural-cognitivo** In: Estado de Leitura.1 ed.Campinas : ALB/ Mercado de Letras, 1999.

PEREIRA, Gleison, at al. **Linguagem publicitária aplicada ao ensino de Português**. 2001. Dissertação — Centro universitario UniBH.

VESTERGAARD, Torben e SCHRODER, Kim. **A linguagem da propaganda**. São Paulo: Martins Fontes, 1994.

SARGENTIM, Hermínio. **Montagem e desmontagem de textos**. São Paulo: IBEP, 2001.

Texto e Leitor: **Aspectos Cognitivos da Leitura**. 4 ed. Campinas, São Paulo: Pontes, 1995.