



ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS E ENSINO

Luciana Richter¹, Mônica da Silva Gallon², Fabiana Pauletti³

¹ Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul/Faculdade de Física/Programa de Pós-Graduação em Educação em Ciências e Matemática, lurichter@gmail.com

² Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul/Faculdade de Física/Programa de Pós-Graduação em Educação em Ciências e Matemática, monica.gallon@gmail.com

³ Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul/Faculdade de Física/Programa de Pós-Graduação em Educação em Ciências e Matemática, fpaulet1@ucs.br

Resumo – O estudo apresenta a utilização da mídia como forma de problematizar temas emergentes. Metodologicamente, serão expostas possibilidades de utilização de anúncios publicitários para o ensino de ciências. O objetivo geral é ampliar discussões sobre o uso de publicidade no contexto educativo, demonstrando como podem ser inseridas na prática docente.

Palavras-chave: Anúncios publicitários, Ensino, Prática pedagógica.

1. Introdução:

A presença de imagens em nosso cotidiano nos provoca a necessidade de refletir sobre qual o papel das mesmas na construção de significações, na constituição e no reflexo de nossa cultura, bem como conceber as imagens, particularmente as publicitárias, como uma possibilidade para o ensino de ciências.

Entretanto, quando pensamos no potencial educativo das imagens, parece que adentramos em “terrenos incertos”. O fato de estarmos em contato com uma grande variedade e quantidade de imagens, por si só, não nos capacita sobre como aprender e ensinar com elas.

2. Dos Fatos

De acordo com Bizzo (2010), as pessoas se surpreendem com muitas pesquisas realizadas para compreender os insucessos e procurar alternativas eficazes para o ensino de ciências. Apesar disso, ainda existem muitas dificuldades oriundas da *práxis* pedagógica, pois não basta conhecer os conteúdos e as metodologias, é



necessário analisar o contexto em que se dará o ensino, avaliar a aprendizagem no ambiente escolar e, através disso, rever a atuação profissional do professor e seu papel como formador.

Especificamente, considerando o ensino convencional de ciências naturais, Delizoicov, Angotti e Pernambuco (2009) afirmam que o mesmo conserva uma visão acabada e estática da ciência, que denominam “senso comum pedagógico”, caracterizado pela transmissão mecânica de informações. Nesse sentido, Chassot (2016) ressalta que os estudantes concluem a Educação Básica com um escasso conhecimento sobre a ciência, pois aproveitam pouco do que é ensinado.

Portanto, torna-se importante propiciar uma educação crítica para que o estudante possa refletir sobre seu contexto e, inclusive, melhorar uma dada situação, o que colabora para torná-lo um cidadão mais consciente e ativo.

Então, apresentam-se duas sugestões para utilização de imagens publicitárias no contexto educativo:

1. Leitura exploratória seguida de contextualização

Chamamos de *leitura exploratória* a que é realizada para mapear o que os estudantes descrevem da imagem, e de *contextualização* a fase em que o professor procura fazer com que os estudantes relacionem os conteúdos de ciências e de outras disciplinas para interpretar a imagem, de modo a responder: qual a relação dessa imagem com os conteúdos de ciências? De quais saberes necessito para interpretar tal imagem?

A princípio, o professor expõe a imagem publicitária para os estudantes e realiza questionamentos, primeiramente para uma leitura exploratória: o que vocês podem descrever dessa imagem? O que mais chama atenção? Quais são as mensagens que essa imagem comunica? Que conteúdos de ciências podem ser observados nessa imagem?

Já para fase de contextualização, o professor relaciona os saberes expostos pelos estudantes realizando perguntas sobre eles, procurando fazer com que eles mobilizem outros saberes para interpretar a imagem.



2. Busca por imagens “significantes”

Nomeamos como *significantes* imagens publicitárias nas quais os estudantes atribuem significação e vinculação com determinado conteúdo/assunto, situação em que conseguem relacionar o conteúdo sugerido pela imagem ao visto em sala de aula.

O professor pode realizar uma breve introdução sobre o conteúdo que será trabalhado e pedir aos estudantes que tragam imagens publicitárias relacionadas ao assunto. A ideia é conhecer os saberes prévios do grupo e, a partir da diversidade de imagens, desenvolver os conteúdos.

A diferença básica entre essa proposição e a anterior é que aqui parte-se de imagens que *a priori* têm significação para os estudantes e, no primeiro caso, o professor é quem vai conduzir os mesmos para a leitura de conteúdo constituinte da imagem de forma dialogada e de modo a considerar leituras alternativas como enriquecedoras para o grupo.

3. Conclusão

As imagens, em especial as publicitárias, por refletirem em grande parte a cultura ao público a que se destinam, são ricas ferramentas para o ensino por possibilitar aos indivíduos a articulação de saberes prévios a novos saberes através da leitura das mesmas. Essa leitura possibilita ao professor compreender a significação e quais saberes/conceitos os estudantes envolvem para interpretar determinada imagem, bem como perceber como esses estão se apropriando e utilizando dos conteúdos escolares para a construção de saberes mais amplos.

Nesse sentido, torna-se necessário para um ensino significativo, que o estudante tenha participação ativa em sala de aula, que o professor propicie espaços para que o mesmo possa falar e/ou expor sua leitura de determinada imagem e que, por meio das interações professor-estudante e estudante-estudante seja construído o conhecimento, demonstrando ao estudante que ele é membro ativo dos processos de ensino e aprendizagem.



O espaço educativo, como um lugar de aprendizado e construção do conhecimento por excelência, muitas vezes, também reproduz o *status quo* e alguns estereótipos sociais (ALVES, 2001). No entanto, ainda é um ambiente que permite momentos de diálogos críticos, de reflexão sobre nossa cultura e a construção de olhares diferenciados sobre assuntos polêmicos e do cotidiano. O uso de imagens na educação possibilita trazer para o espaço da sala de aula novas formas de olhar um mesmo objeto de estudo ou temas emergentes na sociedade, sendo uma maneira distinta de aprender e compreender.

4. Referências Bibliográficas

ALVES, M. A. **Filmes na escola:** uma abordagem sobre o uso de audiovisuais (vídeo, cinema e programas de TV) nas aulas de Sociologia do Ensino Médio. Dissertação. Campinas, SP: Unicamp, 2001.

BIZZO, N. **Ciências:** fácil ou difícil? 1. ed. São Paulo: Biruta, 2010.

CHASSOT, A. **Alfabetização científica:** questões e desafios para a educação. 7. ed. Ijuí: Unijuí, 2016.

DELIZOICOV, D.; ANGOTTI, J. A.; PERNAMBUCO, M. M. **Ensino de ciências:** fundamentos e métodos. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2009.