

## TRABALHANDO LINGUAGEM E TEMAS TRANSVERSAIS EM SALA DE AULA: A OFICINA “TRABALHO E CONSUMO” NO PIBID LETRAS

EUGÊNIA ADAMY BASSO<sup>1</sup>; BRENDA DA SILVA RODRIGUES<sup>2</sup>; KARINA GIACOMELLI<sup>3</sup>

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – eugenia.adamybasso@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – brendasrodrigues@gmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – karina.giacomelli@gmail.com*

### 1. INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como objetivo relatar as experiências vivenciadas durante a oficina “Trabalho e Consumo” preparada pelas bolsistas do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação à Docência (PIBID), subprojeto Letras, da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL). O público alvo da oficina estabelecido inicialmente foram os alunos dos anos finais do ensino fundamental, porém, na aplicação, houve a participação de alunos dos anos iniciais do ensino médio, pois foi aplicada como atividade extra-curricular durante a greve do magistério.

A oficina foi elaborada com base nos Parâmetros Curriculares Nacionais do Terceiro e Quarto Ciclos do Ensino Fundamental e nos Temas Transversais - Trabalho e Consumo. No ensino fundamental, o trabalho com gêneros textuais deve ser o objeto de ensino, sendo o foco principal o texto. Na oficina em questão, os alunos trabalharam com o gênero propaganda, fazendo atividades orais e escritas. Para Machado (2006, p. 27):

A propaganda é algo ligado a uma campanha que tenta influenciar comportamentos no seio de uma coletividade ou de um grupo social; ela não visa especificamente vender ou fazer conhecer um determinado produto de uma determinada marca, como é o caso da publicidade; a propaganda visa alertar, chamar a atenção para uma ação a ser empreendida no âmbito social.

Na escola, o sujeito deve ser capaz de “utilizar a língua de modo variado, para produzir diferentes efeitos de sentido e adequar o texto a diferentes situações de interlocução oral e escrita” (BRASIL, 1998, p. 23). Como temática da oficina, o tema Trabalho e Consumo, previsto no currículo do ensino fundamental, foi abordado:

(...) é papel da escola discutir como poderá atuar na educação das crianças e dos jovens na perspectiva da participação em relações sociais, políticas e culturais cada vez mais amplas, condições estas fundamentais para o exercício da cidadania na construção de uma sociedade democrática e não excludente (BRASIL, 1997, p. 343)

O trabalho com os PCN na escola é importante, pois permite que haja uma ligação do conteúdo escolar com as reais demandas sociais.

A educação é um grande desafio, tanto no âmbito das políticas e programas nacionais, quanto no âmbito restrito de uma sala de aula. Diante deste desafio, o governo brasileiro tem adotado diversas estratégias que visam a melhorar e

a universalizar o ensino, em função de objetivos específicos relacionados às demandas da sociedade de cada tempo e às posições ideológicas de cada governo. A proposta em voga, hoje, é a dos *Parâmetros Curriculares Nacionais*, os PCN. (FARIA, 2006, p. 1)

Com um estudo baseado na literatura apresentada, foi realizada, então, a oficina “Trabalho e Consumo”, do PIBID Letras, na Escola Estadual de Ensino Médio Adolfo Fetter.

## 2. METODOLOGIA

A oficina foi dividida em quatro momentos. O primeiro momento foi destinado ao debate sobre trabalho, emprego, consumo e consumismo. Foi perguntado aos alunos qual era a diferença de trabalho e emprego, e o que eles entendiam por consumo e consumismo. Em seguida, foi aplicado um vídeo sem diálogos, apenas com linguagem visual, que mostrava o impacto gerado pelo consumismo do ser humano e seu individualismo; após a visualização do vídeo, iniciou-se uma discussão sobre exemplos reais de casos como o do vídeo, os seus objetivos com o interlocutor e as suas principais críticas. O terceiro momento foi destinado à explicação do papel do gênero textual propaganda no consumismo do dia-a-dia. Então, foi explicada a estrutura da propaganda e quais seus artifícios para atingir ao público. Foram levadas imagens em slides de exemplos de propagandas famosas de produtos vendidos no Brasil. Em seguida, no último momento da oficina, foi pedido que os alunos se dividissem em grupos para que criassem um produto e fizessem uma propaganda criativa sobre ele, para que depois apresentassem para os colegas. Para isso, foram distribuídos alguns materiais, como canetões, pincéis, cola, lápis de cor, giz de cera, revistas, etc. As revistas também serviram de modelos para propagandas que eles poderiam criar.

## 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

No primeiro momento da oficina, ao serem questionados sobre a diferença entre trabalho e emprego, não souberam explicar. Mencionaram que trabalho era algo remunerado, como trabalhar com carteira assinada. Com relação ao consumo e consumismo, os alunos colocaram que o consumo era algo necessário para vida do ser humano, ao contrário do consumismo, que é quando as pessoas estão compulsivas e compram apenas por luxo e para estar na moda. Eles mesmo se rotularam como consumistas, afirmando que é difícil fugir dos padrões da sociedade. Entre os itens mais consumidos por eles, estão: roupas e celulares. Durante a discussão do vídeo, os alunos mencionaram que a personagem principal do vídeo estava sozinha no mundo, e que o consumismo levava a isso; também afirmaram que o impacto ambiental ocorria devido ao grande descarte de materiais que vêm junto com os produtos que as pessoas adquirem desenfreadamente. No terceiro momento, quando foi explicado o gênero propaganda, os alunos haviam recebido revistas para analisarem durante as explicações, então, conforme o gênero era explicado, eles iam separando algumas propagandas e mostrando para a turma, para perguntar se

realmente era aquilo que eles estavam imaginando. Na última parte da oficina, quando foi pedido que construíssem um produto criativo, houve apenas dois grupos, pois havia oito alunos na sala de aula. Então cada grupo contou com quatro pessoas. O primeiro grupo construiu uma propaganda sobre filtro dos sonhos, contando com texto argumentativo, cores chamativas, ilustrações, amostras do produto e endereço de contato. Não havia logotipo e nem slogan, contando apenas com uma frase chamativa. O segundo grupo não conseguiu alcançar o objetivo de criação de um produto criativo e sua propaganda: o produto já existia e foi tirado de uma revista, juntamente com os elementos visuais. Não havia slogan, apenas um texto curto chamativo.

#### 4. CONCLUSÕES

Após o término da oficina, analisando os resultados, foi possível perceber que, mesmo que o gênero textual propaganda esteja presente no cotidiano dos alunos, ainda assim foi difícil realizar uma produção textual com ele, havendo dificuldade de entender sua estrutura, pois nenhum dos trabalhos apresentou todos os elementos exigidos. Além disso, concluiu-se que os alunos presentes na oficina tinham bastante senso crítico acerca do tema transversal trabalho e consumo, fazendo-se presentes e participativos em todas as discussões. As questões ambientais também foram abordadas, e os alunos souberam fazer uma boa conexão acerca dos impactos ambientais com o consumismo, o que pode ser uma pequena amostra de que as gerações atuais estão cientes das reações que suas ações provocam no meio em que vivem. Este conhecimento sobre trabalho e consumo é importante para construir as noções de cidadania do aluno, para que ele tenha capacidade de debater e construir opiniões acerca do seu papel de trabalhador e consumidor na sociedade.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Ministério da Educação. Secretaria de Educação Fundamental. *Parâmetros Curriculares Nacionais: Língua Portuguesa*. (3º e 4º ciclos do ensino fundamental). Brasília: MEC, 1998.

BRASIL. Ministério da Educação. Secretaria de Educação Fundamental. *Parâmetros Curriculares Nacionais: temas transversais, trabalho e consumo*. Brasília: MEC, 1997.

FARIA, P. P. F. Os PCN e a aula de Português. **UNICAMP**, Campinas, 2006. Disponível em: <<http://www.unicamp.br/iel/site/alunos/publicacoes/>>. Acesso em 20 jul 2016.

MACHADO, I. L. Análise do discurso & texto paródico: um encontro marcado. In: LARA, Glaucia M. P. (org.). **Língua(gem), texto, discurso: entre a reflexão e a prática**. Belo Horizonte/ Rio de Janeiro: FALE/Lucerna, 2006. p. 71-85.