



PROPOSTA DE PRODUÇÃO TEXTUAL EMBASADA EM PUBLICIDADE: O USO DE MÁSCARAS DURANTE A PANDEMIA DO COVID-19

Gabriel Pedro Lopes ¹
Giovanna Souza de Andrade ²
Gustavo Henrique de Morais Batista ³
Laureane Fernanda da Silva Andrade ⁴
Profa. Dra. Maria Sílvia Rodrigues Alves ⁵

INTRODUÇÃO

Diante do cenário no qual o mundo inteiro foi abrupta e subitamente interrompido, todas as formas de interação, desde os encontros religiosos às reuniões de alunos dentro de uma sala de aula foram paradas sem uma volta prévia: um cenário isolado da tão-conhecida realidade. Home office foi estabelecido, o mundo virtual tomou forma, as aulas foram distanciadas no módulo on-line e a vida limitou-se às telas. O uso de máscaras foi rapidamente aliado às medidas sanitárias de prevenção, e todo o contato humano fechou-se nas máscaras usadas juntamente com a distância dos afetos.

O novo coronavírus trouxe à humanidade, enquanto consequência, uma nova forma de estrutura da sociedade, baseada em cuidados emergentes, de modo que o próprio método humano prosseguisse, mesmo com a pandemia no seu ponto máximo.

O jornal Folha de Mate (2020), diante da dita realidade que ecoa e submerge em eras hodiernas, publicou no dia 18 de abril de 2020, uma matéria especial referente ao novo coronavírus, relatando a confirmação de casos em Venâncio Aires, enaltecendo o uso de máscaras além de alertar sobre sua obrigatoriedade diante dessa nova realidade; em adicional,

1 Graduando do curso de Letras Uni-Facef, bolsista do programa residência pedagógica Uni-FACEF-CAPES, gabrielpedrogp51@gmail.com

2 Graduanda do curso de Letras Uni-Facef, bolsista do programa residência pedagógica Uni-FACEF-CAPES, giovannasandrade345@gmail.com

3 Graduando do curso de Letras Uni-Facef, bolsista do programa residência pedagógica Uni-FACEF-CAPES, gustavohenriquemorais123@gmail.com

4 Graduando do curso de Letras Uni-Facef, bolsista do programa residência pedagógica Uni-FACEF-CAPES, laureaneandrade@gmail.com

5 Doutora em Linguística e Língua Portuguesa do curso de Letras do Uni-FACEF, Coordenadora Institucional do Programa de Residência Pedagógica, masilrodriguesalves@gmail.com



foi posto em pauta o alerta para com as medidas de distanciamento baseados nas máscaras, álcool em gel.

A imagem ilustrativa contemplada no jornal referenciado coloca em pauta a urgência do uso de máscaras a partir da figura de uma mão segurando um aparelho celular com a imagem de uma figura humana do sexo feminino portando uma máscara cirúrgica, em um fundo retratando o que se trata de imagens ilustrativas do vírus, contendo, ao lado da ilustração, os seguintes dizeres: "tá na cara quem se cuida".

O objetivo e ponto nevrálgico deste trabalho a partir do uso da propaganda referenciada enquanto *corpus* e potencial componente metodológico em sala de aula cingem a reverberação do plano verbal, sintagmático com o relevo não-verbal, visual dentro das construções de sentido no âmbito discursivo, em ênfase pelo contexto pandêmico, respostas sociais e políticas às medidas de distanciamento sem contar com o notório negacionismo, carimbo deste instante atípico pelo qual passa a humanidade. Em linhas gerais, com a propaganda, o estudante, de modo multimodal, irá contemplar as funções da linguagem, funcionamento do discurso e, principalmente, suas implicações de sentido.

Nessa continuidade, o que chama a atenção na publicidade é o conjunto dos elementos verbais e não verbais. Com base nessa premissa e pensando tipos de linguagem que se tem por convenção, que chegamos ao objetivo do nosso trabalho: refletir sobre a linguagem verbal e não verbal presentes na ação publicitária do jornal Folha de Mate para propor uma produção de texto para estudantes do segundo ano do Ensino Médio.

Para refletirmos sobre essa relação entre linguagem verbal e não verbal atreladas a ação publicitária que vamos analisar, tomamos como referencial teórico Almeida (2011), Fuzer e Cabral (2014), Kress (2006) e sobre a interdisciplinaridade Morin (2000).

METODOLOGIA

A linguagem é um conjunto de códigos usados para se estabelecer a comunicação entre um emissor e um receptor. É um sistema de signos e símbolos que são utilizados para se transmitir uma informação. Dentro dessa perspectiva temos a diferenciação entre linguagem verbal e não verbal. A linguagem verbal se utiliza de palavras para transmitir a mensagem do emissor ao receptor. Já a linguagem não verbal não se utiliza de palavras para emitir a mensagem do emissor ao receptor, mas sim imagens, gestos, sinais, cores, etc. Tendo em vista o que é dado por convenção partimos para a análise da imagem:



A propaganda utilizou-se do contexto do uso de máscaras enquanto proteção eficaz contra o coronavírus para formular sua mensagem. As máscaras, naturalmente, encontram-se na face de quem a usa – ou, ao menos, deveria –, sendo assim o slogan “tá na cara quem se cuida” refere-se, em um primeiro momento, a quem de fato se protege contra a pandemia além de seu teor ambíguo: pode-se entender, em continuidade, que o próprio jornal também auxilia o papel social da proteção contra a pandemia, de modo que esse “tá na cara” demonstra um “está óbvio”.

O texto não verbal solapa nos olhos a figura de uma mulher usando corretamente a máscara; vê-se, ainda, uma imagem computadorizada do vírus e à direita uma máscara, confirmando a ideia de que o corona está por aí e que o cuidado deve ser reforçado. A figura da mulher no celular indica uma potencial videochamada, o que mantém o distanciamento social tão reforçado em pesquisas científicas na área. Além disso, a mulher no celular pode representar as postagens em redes sociais, pois durante a pandemia as redes sociais foram a única forma de comunicação e quem estava saindo, ou “furando a quarentena” postava e quem estava se protegendo e ficando em casa, também postava.

As redes sociais já exerciam um papel importante na vida das pessoas, e aumentou ainda mais durante esse período. Por fim, comentando sobre as cores utilizadas na publicidade o azul e verde remetem a calma, segurança, cuidado e por isso é muito usado em slogans de hospitais.

KRESS, por exemplo, defende que, “o texto verbal prolonga o significado da imagem, ou vice-versa” (KRESS; VAN LEEUWEN, [1996] 2006, p. 18, tradução nossa). Nesse sentido, ao se observar a imagem em questão, o texto “tá na cara quem se cuida!” prolonga o significado da imagem da figura feminina portanto uma máscara em seu rosto. Assim como também a figura também prolonga o significado do texto, ilustrando seu significado. Sendo assim, a produção textual atrelada a produção imagética se faz necessário. Já que, de acordo com ALMEIDA, “grande parte da informação que recebemos nos vêm através das imagens” Almeida (2011, p. 44).

Na publicidade em questão não seria diferente, ela é ilustrada por imagens no novo coronavírus ao fundo, justamente para localizar o leitor sobre do que se trata aquela figura. Partindo agora de uma visão sobre a língua Fuzer e Cabral vai dizer que, “a língua é variável, um potencial de significados à disposição dos falantes, que dela fazem uso para estabelecer relações, representar o mundo e, com isso, satisfazer determinadas necessidades



em contextos sociais específicos”. Fuzer e Cabral (2014, p. 13), dentro dessa perspectiva o contexto social em questão é a pandemia, nesse sentido a publicidade em questão represente o que está acontecendo no mundo, a pandemia do covid-19. Além disso, satisfaz a necessidade de informar sobre a importância do uso de máscaras.

Os critérios, partindo para o fim desta seção, abarcam a análise verbal aliada à construção não-verbal para a construção do discurso e suas intenções comunicativas, partindo do pressuposto de seu gênero textual – propaganda – respaldar de modo explícito a função conativa/apelativa da linguagem, dentro dos estudos de Jakobson; a produção, por sua vez, valer-se-á de referências na área do discurso verbal e não-verbal para justamente se alcançar o objetivo aqui proposto.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Enquanto prática metodológica para a adesão da matéria aplicada, haverá debates acerca do tema proposto em sala de aula, a fim de se aplicar uma redação dissertativo-argumentativa com o tema “O uso de máscaras durante a pandemia do Covid-19”, para que, de fato, seja concluída a reflexão acerca dos discursos e seus efeitos dentro do *corpus*; naturalmente, na proposta, levar-se-á em consideração o teor político por trás do uso de máscaras, o negacionismo, a influência das redes sociais e os impactos da língua oral e escrita na atividade. Espera-se criticidade e críticas fortificadas ao negacionismo, ampliando os ecos discursivos retratados a partir do texto publicitário.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista a vertente multimodal e interdisciplinar da propaganda aqui referenciada e aplicada em análise, os estudantes, por meio da potencial aula acerca do *corpus*, irão adentrar na esfera discursiva, nas funções da linguagem, na sociologia e história com o contexto político-social sem contar na biologia com a evolução da pandemia.

O centro ao qual aqui se visa é justamente a criticidade aliada ao ensino concreto, baseado não apenas na teoria, por exemplo gramatical e afins, mas, sim, na concretude do plano real, a partir do meandro dos acontecimentos para aproximar o estudante com sua vida, de modo que os estudos estejam mais visíveis em seu entorno.

Palavras-chave: Pandemia; Texto; Linguagem; Multimodalidade; Língua.



REFERÊNCIAS

ALMEIDA, D. B. L. Pelos caminhos do letramento visual: por uma proposta multimodal de leitura crítica de imagens. *Linguagem em foco*, Ceará, v. 3, n. 5, p. 43-63, 2011.

FUZER, C.; CABRAL, S. R. S. *Introdução à gramática sistêmico-funcional em língua portuguesa*. Campinas: Mercado de Letras, 2014.

KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. *Reading images: The Grammar of Visual Design*. Londres: Routledge, [1996] 2006.

MORIN, Edgar. *Os sete saberes necessários à educação do futuro*. São Paulo: Cortez; Brasília: UNESCO, 2000.

<https://folhadomate.com/opiniao/colunistas/mateando/ta-na-cara-quem-se-cuida/> Acesso em: 20 set. 2021.