

A HERMENÊUTICA DA PROFUNDIDADE COMO METODOLOGIA DE ANÁLISE DOS PRODUTOS IDEOLÓGICOS NA PUBLICIDADE & PROPAGANDA - UM ESTUDO DE CASO

Sandra Jacqueline Fantin; Cláudia Cristina Batistela; Luciana Mila
- Cesumar - Centro Universitário de Maringá, Maringá - Paraná

Cibele Abdo (Orientador)
- Cesumar - Centro Universitário de Maringá, Maringá - Paraná

No final de 2001, o governo do Estado do Paraná veiculou na mídia do Estado, duas propagandas que ressaltavam as vantagens das privatizações realizadas pelo Governo, como as das telecomunicações e as instalações dos pedágios nas principais estradas do Paraná. São propagandas que apelam por apresentarem imagens fortes, sons disfônicos, e esteriótipos largamente utilizados pela direita, mas que se remetem ao comunismo. As propagandas causaram impacto e discussões dentre as pessoas. Por sua vez, estes produtos são de riqueza enorme quanto aos recursos de produção e discursos simbólicos para a análise ideológica. Esse trabalho de iniciação científica visa a elaboração de uma análise detalhada, com a decupagem dos diálogos e observação visual quadro de todos os recursos de edição utilizados, do processo de construção do discurso ideológico mediático. Analisar o conteúdo ideológico das propagandas do Governo do Estado do Paraná; Esclarecer os recursos discursivos e imagéticos para a construção da ideologia; Demonstrar a aplicabilidade da metodologia da Hermenêutica da Profundidade para produtos com conteúdo ideológico; Definir os critérios entre produtos ideológicos e não ideológicos; Capacitar os discentes para a análise dos conteúdos das mídias. A análise do conteúdo ideológico das propagandas levará ao esclarecimento sobre as técnicas de convencimento utilizadas pelo Governo para tentar justificar a necessidade de privatização. O projeto buscará enfocar, principalmente, o discurso subliminar exposto através de esteriótipos e a inversão da realidade como instrumento de justificação das idéias preconizadas pelo Governo. Todo trabalho estará baseado na definição de Thompson sobre ideologia. Através da análise descrita do produto mediático veiculado pelo Governo do Estado será possível concluir se as propagandas possuem conteúdo ideológico ou não, e de que forma foi realizada a construção do discurso para justificar a mensagem difundida pelo Governo do Estado. Entrar no campo de análise da ideologia é se arriscar em campo minado - errar a análise não é algo impossível, acertar, depende da argúcia e do preparo metodológico do pesquisador. Ideologia está inserido no campo simbólico, o que determina o esforço de significação e resignação dos discursos. Um trabalho que busca trilhar um caminho mais seguro procurando ficar livres de armadilhas conceituais que possam impedir a análise do produto neste projeto de iniciação científica, nos apoiaremos na metodologia da Hermenêutica da Profundidade de Thompson. Concluímos que esse trabalho está sendo de muita importância para a nossa formação acadêmica, pois nos proporcionou um maior aprofundamento no estudo da propaganda ideológica.

sandrafantin@hotmail.com; cibeleabdo@aol.com