



CRIANDO CRITICAMENTE: A ARTE EDUCAÇÃO COMO PRODUTO DE EXPERIMENTAÇÃO

CREATING CRITICALLY: ART EDUCATION AS A PRODUCT OF EXPERIMENTATION

¹ BORGES, Brigitte de Aguiar.

Resumo: Este trabalho relata uma experiência pedagógica realizada no âmbito do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação à Docência (PIBID) – subprojeto Artes Visuais da Universidade Federal do Rio Grande (FURG), com alunos do 8º ano da EMEF Admar Corrêa, em Rio Grande (RS). A proposta teve como foco a análise crítica da comercialização da imagem na sociedade contemporânea, integrando metodologias ativas, a pedagogia da cultura visual e os princípios da arte contemporânea. Utilizando de autores como Fernando Hernández, Paulo Freire e Susana Rangel, para a realização de uma prática contextual, por meio da criação de produtos fictícios e campanhas publicitárias. O projeto promoveu o protagonismo dos alunos e a experimentação artística, explorando conceitos como identidade, consumo e visualidade. As atividades foram desenvolvidas em três encontros e resultaram em produções autorais que evidenciam a articulação entre vivência pessoal, saberes escolares e práticas sociais, apontando caminhos para uma arte/educação sensível, crítica e contextualizada.

Palavras-chave: Arte/Educação; PIBID; Pensamento crítico; Produtos de consumo; Criação.

Abstract: This paper reports on a pedagogical experience conducted within the scope of the Institutional Program of Teaching Initiation Grants (PIBID) – Visual Arts subproject of the Federal University of Rio Grande (FURG), with 8th-grade students from EMEF Admar Corrêa, in Rio Grande, RS. The proposal focused on a critical analysis of the commercialization of images in contemporary society, integrating active methodologies, the pedagogy of visual culture, and the principles of contemporary art. The project utilized authors such as Fernando Hernández, Paulo Freire, and Susane Rangel to carry out a contextual practice through the creation of fictional products and advertising campaigns. The project promoted student empowerment and artistic experimentation, exploring concepts such as identity, consumption, and visuality. The activities were developed over three sessions and resulted in original productions that highlight the connection between personal experience, academic knowledge, and social practices, pointing the way toward a sensitive, critical, and contextualized art/education.

Keywords: Art/Education; PIBID; Critical thinking; Consumer products; Creation.

¹ Brigitte Borges, Universidade Federal do Rio Grande – FURG, Rio Grande – RS – Graduada de Artes Visuais Licenciatura – Bolsista do Programa Institucional PIBID – Subprojeto Artes Visuais. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3372093745008313>.



1. INTRODUZINDO O EXPERIMENTAR

À partir do estudo de metodologias ativas, procuramos elaborar uma prática construtiva, amparada pelas teorias de Fernando Hernández descritas em “Transgressão e mudança na educação: os projetos de trabalho” (1998). Diante disto, buscamos abordar a autonomia do aluno dentro do espaço e evidenciar seu protagonismo no processo de ensino aprendizagem, desconstruindo a noção do professor como único detentor de conhecimento. Construindo de forma conjunta projetos de pesquisa, dialogados entre discentes e docentes, ampliando os saberes e valorizando os conhecimentos vivenciados pelos estudantes. Desta forma realizamos uma pesquisa prática em cima dos “artefatos visuais e culturais” (Alvarenga, 2024), analisando criticamente as questões imagéticas da sociedade contemporânea, observando a construção de sentido das imagens e sua subjetividade.

A prática, aqui relatada, foi desenvolvida no contexto do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação à Docência (PIBID), pelos bolsistas do subprojeto Artes Visuais da Universidade Federal do Rio Grande (FURG), em parceria com o docente supervisor. Teve como objetivo central problematizar o consumo e a comercialização da imagem na atualidade. Centralizado em uma proposição prática “provocativa” (Rangel, 2017), buscando gerar uma análise crítica e subjetiva do âmbito social mediante experimentação, questionando a visualidade contemporânea dentro dos processos de marketing através de produções próprias e campanhas publicitárias originais.

Foi realizado em uma turma de alunos do 8º ano, com idades entre 13 e 14 anos, na Escola Municipal de Ensino Fundamental Fundamental Admar Corrêa, localizada no bairro Santa Tereza, na cidade de Rio Grande no Rio Grande do Sul. O plano em questão buscou focar essencialmente no aluno enquanto protagonista, por meio do que propõe Freire (2011) quando nos convoca a experienciar também o que os estudantes carregam consigo de fora da escola, questionando a razão pela qual deixa-se de estabelecer um vínculo entre o conteúdo teorizado e a prática extracurricular. Ao proporcionar um ambiente dialético entre os conhecimentos internos e externos ao ambiente escolar, apreciando os saberes constituídos nas



vivências cotidianas dos alunos, adquirimos uma prática consciente e contextualizada. Evocando um potencial criador, sensível e crítico, trabalhando a partir de conhecimentos comuns e problematizando-os, como é o caso do marketing e das relações de consumo, nossos objetos de pesquisa, podendo ser amplamente vistos nas mídias sociais.

Deste modo, Ana Albano (2007, p.1 *apud* Martins, 2018) contribui para a nossa reflexão como iniciantes na docência quando diz: “Cada movimento gesto, decisão está intrinsecamente conectada à estética de cada pessoa, que, como impressão digital, deixa sua marca única em tudo que toca” . Com isso, ela nos afirma algo simples, porém, potente. Um dos principais pilares do fazer artístico é entender o caráter humano presente nas obras, e na escola isso não é diferente. Assim, quando um aluno exprime parte de si em um trabalho realizado em sala de aula, nos revela também seu repertório estético.

Outro fator fundamental para o desenvolvimento das atividades foi a discussão prévia com alunos sobre o que é marketing e criação de imagem visual dentro do logotipo, que vinha sendo abordado pelo professor regente responsável pelo componente curricular de Arte. Já haviam sido trabalhados os conceitos principais do design e da confecção de logotipo, organizando as etapas de formação, constituindo noção imagética e autoral através de propostas de produtos comerciais. Noções essas que apararam a prática nos momentos de construção material dos projetos, dando continuidade ao explorado pelo professor dentro da síntese de conteúdos, como: diagramação, tipografia, lettering, paleta de cores, criação de imagem e propaganda.

2. DESENVOLVENDO

2.1 CONSTRUÇÃO DE SABERES COLETIVOS

Os bolsistas estiveram presentes desde os primeiros momentos teóricos, no qual os estudantes idealizaram seus produtos, elaborando logotipos, selecionando paletas de cores, tipografias, público-alvo, entre outros, até a materialização desses objetos. Nessa segunda parte, através dos processos de criação, pretendeu-se enunciar os



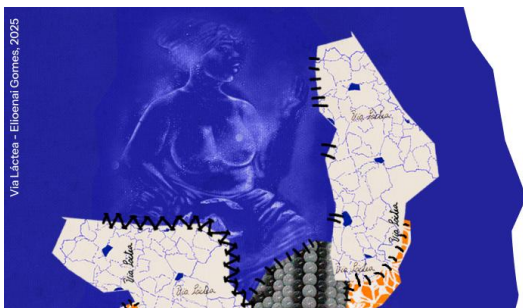
conceitos materiais que, até então, estavam no campo das ideias, proporcionando uma prática conceituada.

A prática se dividiu entre três dias, ocupando carga horária diária de uma hora e meia por data, utilizando materiais recicláveis e reutilizáveis para as confecções, como embalagens de descarte, retalhos de tecido e papelão, sendo estes insumos base para muitos dos projetos. Durante o primeiro dia, buscou-se integrar os alunos aos materiais, estendendo-os sobre a mesa à disposição dos estudantes, direcionando-os a recolher aqueles que apresentassem afinidade com suas propostas e esboçar a forma como pretendiam usar, iniciando em seguida, com auxílio dos bolsistas a produção. Pois, era parte do princípio da confecção dos produtos dois entendimentos: é necessário planejamento, seja no quesito artístico-poético ou produtivo, e para evitar desperdício de material, esta etapa se faz importante na realização da proposta.

Dando continuidade a prática durante o segundo dia, foram exploradas as noções de imagem visual anteriormente desenvolvidas pelo professor regente na personalização dos produtos, realizando moldes, pinturas e colagens, a fim de caracterizar os objetos com a personalidade individual de cada carga estética que os estudantes possuem. Mas, abordando também aspectos em relação à dualidade produto e consumidor, compreendendo que o processo de venda perpassa o sistema da arte até a distribuição em prateleiras. Ao final do terceiro dia, pretendeu-se finalizar os produtos, fotografando-os com máquina presente no material disponibilizado pela escola em um fundo infinito improvisado feito com cadeira e cartolinas. Deste modo, foram registradas as produções para que pudessem dar continuidade, onde posteriormente os alunos vieram a elaborar campanhas de publicidade e vídeo propagandas, de modo a explorar a criatividade, inspirados nas mídias sociais e televisivas.

2.2 O ALUNO CRIADOR

“A dimensão criativa, transformativa, é o que nos diferencia das outras espécies, porém isso não quer dizer que todos tenham a possibilidade de desenvolvê-la ‘espontaneamente’. As ações pedagógicas precisam ser revisitadas na perspectiva da arte contemporânea em termos dos processos



de criação dos artistas, não para copiá-los com ‘releituras’, mas para entender como eles buscaram soluções, explorando materiais, como os ressignificam e como os apresentaram para os apreciadores dessas obras” (Rangel, 2017, pg. 16).

Realizar uma prática artística contemporânea requer compreensão de que a arte não é apenas um fazer expressivo e emocional, mas contextual. O processo de criação do artista é carregado de uma curiosidade investigativa que indaga o objeto como instrumento e explora suas contingências por meio de ações experimentais.

Durante a confecção dos produtos, os alunos puderam experienciar a materialização de suas ideias articuladas ao contexto de produção artística contemporânea, produzindo um produto crítico e sensível, repleto de subjetividade, ancorado na sua realidade, possibilitando uma conexão real com o fazer, por meio da pesquisa e produção conjunta que parte do “problema” (Hernández, 1998) e constitui a solução na materialização de seus produtos.

Deparando-se com um dilema entre a ideia e a criatividade, a análise apresentada por Bruno Munari em "Das coisas nascem coisas" (1981), uma interpretação rasa assemelha conceitos diferentes por saírem de um mesmo lugar, o problema. Porém, a ideia é uma efervescência do imaginário, do artístico-romântico, estruturada de forma ilimitada para propor uma solução, enquanto a criatividade se baseia na realidade e na viabilidade da resolução do problema. Assim, observamos este dilema presente no decorrer das atividades, por exemplo, na produção de smartphones e notebooks, objetos de alto valor que foram elaborados com eletrônicos descartados, papelão e chapas de raio-x, numa resolução prática e orientada por meio de conversas entre nós, bolsistas, e eles. Estes e outros produtos passaram pelo processo técnico intuitivamente, de idealizar e criar, experimentado a partir do fazer. Estivemos próximos em todas as etapas e vimos o quanto os estudantes se empenharam em experimentar, testar, materializar aquilo que existia apenas em seus imaginários. Ainda que haja frustração no caminho entre o projeto e a execução, este sentimento é transformado na busca de aprimoramento do fazer.

Certamente, a provocação advinda das próprias ideias, também se encontra em um ânimo de origem mais íntima, onde se veem desafiados a se sentirem realizados. Visto que, é relatado por alguns alunos aspectos pessoais em relação a



produção durante entrevistas individuais realizadas com o professor regente feitas em sala, com o objetivo de compreender as motivações que os levaram a fabricar determinado produto. Destacam-se entre os relatos três estudantes, que chamaremos de Roxo, Azul e Amarelo. Roxo que contextualiza, em sua conversa, como os produtos para cabelo a ajudaram na sua autoestima, elaborando então a marca “Gelatyane”, aglutinação das palavras gelatina e seu respectivo nome: “Eu, fazendo essa marca, sinto que tô ajudando as pessoas a cuidarem do cabelo delas” (Silva, 2025). Aqui, a estudante pontua o quanto este produto, elaborado por ela mesma, é parte sensível de sua trajetória, uma vez que a motivação surgiu através de uma experiência pessoal de autoestima, procurando transmitir carinho e autocuidado por meio de sua criação.

Seguindo a mesma linha, temos Azul, que desenvolveu um notebook gamer chamado “Notegg”, que, como descrito por ele, teria a capacidade de fritar ovos além de jogar, deixando transparecer o desejo de possuir um eletrônico potente e acessível a todos, além da aspiração criativa por inovação. Já Amarelo tem o traço familiar em sua elaboração, criando a marca “Petit Chocoby”. Produzido junto de sua mãe, a estudante conta que a linha gastronômica feita a base de chocolate já é uma vontade para um futuro empreendimento, que foi explorado na disciplina. Além disso, esta proposta gerou momentos de afeto entre mãe e filha durante a produção dos alimentos, que foi revertido em mais carinho dentro da escola, pois ela distribuiu entre colegas e professores algumas unidades dos doces artesanais.

Figura 1 – Notegg



Fonte: Manoel dos Santos

Figura 2 – Gelatiane



Fonte: Manoel dos Santos

Figura 3 – Petit Chocoby



Fonte: Manoel dos Santos

“Aproximar-se da realidade dos alunos e favorecer a construção da subjetividade, longe de um prisma paternalista, gerencial ou psicologista, o que implica considerar que a função da Escola NÃO É apenas ensinar conteúdos, nem vincular a instrução com a aprendizagem” (Hernández, 1998, p. 61) .

Um projeto de trabalho busca desenvolver as capacidades globais e individuais dos alunos e não instruí-los ao conhecimento de maneira a apresentar um esquema prescrito. Acontece de forma conjunta e orientado por um tema/problema, procurando construir soluções enquanto se constitui o aprendizado, adquirindo caráter subjetivo no processo. É possível observar que os produtos dos alunos se direcionaram para algo além do material, houve também a apropriação de objetos comuns e a contextualização com as realidades, desenvolvendo aspectos afetivos entre si e seus produtos. Ao longo do processo, o ato de pensar, idealizar e produzir um material comercial, reforça o conhecimento de que uma marca transmite ideais, assim como eles buscaram expressar determinadas qualidades em suas produções. Evidenciando



conceitos trazidos na abordagem pedagógica da “Cultura Visual” (Alvarenga, 2024), como: a produção de sentido e o caráter sociocultural, agentes fomentadores da interpretação crítica e social das questões imagéticas.

Logo, isso é a concretização de que é imprescindível o papel do arte-educador em apresentar uma nova possibilidade a partir da demanda de dentro da sala de aula, aprimorando a ingenuidade do explorar através do ato de conhecer, como diz Freire (2011, p. 39) “o pensar certo que supera o ingênuo tem que ser reproduzido pelo próprio aprendiz em comunhão com o professor formador”. O conhecimento se constrói juntamente da prática, o aluno materializa o objeto em conjunto do professor sem perder sua autonomia. Fazendo de nós professores também um “aprendiz” (Hernández, 1998) no processo de ensino, buscando entender a multiplicidade do espaço escolar e a capacidade de aprimorar o imaginário que os alunos possuem, aptos a construir as mais diversas soluções para um mesmo problema.

3. REFLEXÕES SOBRE A CAMINHADA

Encerrar esta experiência foi, ao mesmo tempo, concluir um ciclo e abrir espaço para novas possibilidades dentro da sala de aula. O envolvimento dos alunos com seus projetos mostrou como o ensino de arte pode ultrapassar os limites do conteúdo técnico, alcançando dimensões afetivas, sociais e criativas. Cada escolha — de cor, forma, nome ou material — carregava uma intenção e uma história, revelando que criar também é uma forma de se expressar, se afirmar e se conectar com o outro. Mais do que ensinar sobre design ou logotipos, o plano de aula possibilitou vivências significativas.

“O que importa, na formação docente, não é a repetição mecânica do gesto, este ou aquele, mas a compreensão do valor dos sentimentos, das emoções, do desejo, da insegurança a ser superada pela segurança, do medo que, ao ser ‘educado’, vai gerando a coragem” (Freire, 2011, p. 45).

Como dito acima, o espaço escolar deve ser um lugar aberto à descoberta, valorizando as particularidades individuais e fomentando a curiosidade ingênua, que absorve caráter crítico por intermédio da educação de forma a proporcionar



explorações entre o eu e o outro, o singular e o global, consolidando indivíduos conscientes e capazes de compreender e criticar suas realidades.

Os estudantes dentro da prática se reconheceram como autores e criadores, encararam desafios, adaptaram ideias e, principalmente, se permitiram experimentar. Este espaço de criação e troca reforça a importância de propostas pedagógicas que estejam contextualizadas com seu tempo, ressaltando o trazido por Susana Rangel em “Uma arte do nosso tempo para as crianças de hoje” (2017), valorizando o processo, o pensamento crítico e a escuta sensível. Ao final, ficou evidente que, quando a escola e o professor se abrem para a expressão e a escuta, o ambiente de aprendizagem se torna um lugar mais potente para ensinar e se desenvolver enquanto indivíduo.

REFERÊNCIAS

CUNHA, Susana Rangel Vieira da. Uma arte de nosso tempo para as crianças de hoje. Arte contemporânea e educação infantil. Porto Alegre: Mediação, p. 9-26, 2017.

DA SILVA, Cleison Rafael Goulart. Entrevista à turma de 8º ano da EMEF Admar Corrêa em 13 de junho de 2025. Rio Grande, RS. Registro de áudio. Sala de aula.

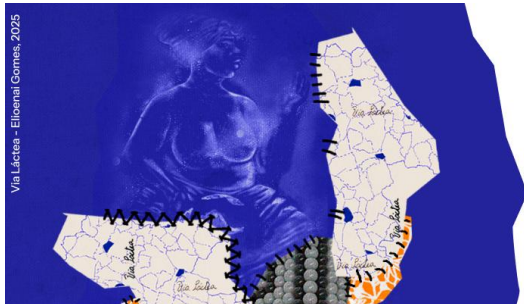
DE ALVARENGA, Valeria Metroski et al. TENDÊNCIAS PEDAGÓGICAS NO ENSINO DE ARTE: DA TRADICIONAL ÀS CONTEMPORÂNEAS. SciELO Preprints, 2024. Disponível em:
 <<https://preprints.scielo.org/index.php/scielo/preprint/view/9581>>. Acesso em: 8 jul. 2025.

FREIRE, Paulo. Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa. Edição 43ª. Editora Paz e terra, 2011.

HERNÁNDEZ, Fernando. Os projetos de trabalho e a necessidade de mudança na educação e na função da escola. Transgressão e mudança na educação: os projetos de trabalho. Artmed Editora, p. 61-89, 1998.

MARTINS, Mirian. Celeste. Nutrição estética: por uma didática poética na formação do professor. Anais XXVIII Congresso Nacional da Federação de Arte/Educadores do Brasil. VI Congresso Internacional da Federação de Arte/Educadores. Brasília, 2018.

MUNARI, Bruno; COISAS, Das Coisas Nascem. São Paulo. 1981.



XXXIV
CONFAEB
2025

Congresso Nacional da Federação de Arte/Educadores do Brasil
Congresso Internacional de Arte/Educadores