

Propagandas de Divulgação dos Programas da EJA:

representações sobre educação permanente
ao longo da vida e para todos

Lilian Pacchioni Pereira de Sousa

Como citar: SOUSA, L. P. P. Propagandas de Divulgação dos Programas da EJA: representações sobre educação permanente ao longo da vida e para todos. *In:* MIGUEL, J. C. **Educação de jovens e adultos: diversidade, inclusão e conscientização.** Marília: Oficina Universitária; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2021. p. 123-148.
DOI: <https://doi.org/10.36311/2021.978-65-5954-134-8.p123-148>



All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 (CC BY-NC-ND 4.0).

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença Creative Commons Atribuição-NãoComercial-SemDerivações 4.0 (CC BY-NC-ND 4.0).

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia Creative Commons Reconocimiento-No comercial-Sin derivados 4.0 (CC BY-NC-ND 4.0).

Propagandas de Divulgação dos Programas da EJA: representações sobre educação permanente ao longo da vida e para todos

*Lilian Pacchioni Pereira de Sousa*¹¹

Introdução

Há muitos aspectos abordados em pesquisas, nas mais variadas áreas do conhecimento, quanto ao papel exercido pelos meios de comunicação social no cotidiano. Nesse campo, especialmente os estudos da mídia, que dizem respeito às representações da realidade social construídas por parte dos indivíduos, compõem um rico acervo de pesquisas sobre a influência das representações sociais no comportamento da sociedade no âmbito cultural, político, social, religioso e econômico, com especial atenção às condicionantes e determinantes sociais que orientam a interpretação do conteúdo midiático por parte da audiência. Sabe-se que os meios de comunicação têm influência na determinação de comportamentos dos indivíduos.

Os estudos sobre a mídia globalizada possibilitam considerar que os meios de comunicação têm importante papel no mundo da cultura e

¹¹ Publicitária e Professora Universitária. Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em educação, Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, Unesp, Câmpus de Marília-SP. Docente do Centro Universitário de Adamantina – UNIFAI – Adamantina-SP; e Unisaesiano – Araçatuba-SP.

E-mail: lipacchioni@gmail.com

<https://doi.org/10.36311/2021.978-65-5954-134-8.p123-148>

das representações (IANNI, 2000). Já entre os mais recentes e no contexto da América Latina, Martín-Barbero (2003) nos apresenta reflexões sobre os estudos da recepção do conteúdo da mídia e a midiaticização da vida social, apontando que a comunicação deve ser concebida como uma prática social, considerando o importante papel da cultura no processo de mediações e no modo pelo qual os produtos midiáticos são entendidos pelos sujeitos que recebem as mensagens, as assimilam e as incorporam à vida cotidiana.

Tão complexa quanto a influência que exerce sobre as pessoas é a constituição fundante do aparato de comunicação, o que envolve aportes teóricos de matizes diversos e visões de mundo e de sociedade. Nesse sentido, podemos destacar no campo da Epistemologia Genética a maneira como os sujeitos constroem o conhecimento a partir das transmissões sociais por parte da mídia, sendo que a perspectiva construtivista de Piaget (1971) nos direciona a um olhar para a ação do próprio sujeito à tomada de consciência de comportamentos, condutas e noções dos fenômenos que envolvem suas relações sociais a partir da mensagem transmitida e compartilhada pela mídia.

Sobre as possibilidades e limites da mídia na área da educação, parece estabelecido que a utilização das Tecnologias da Informação e Comunicação na Educação, segundo o matemático Papert (1994), proporcionam um ambiente de aprendizagem no qual os alunos interagem com seus objetos de pesquisa em projetos, atribuindo ao computador o papel central nesta dinâmica. Seu constructo sobre a Teoria Construcionista e a ideia de espiral de aprendizagem foi influenciado inicialmente pelas pesquisas de Piaget as quais versam que os sujeitos constroem seus conhecimentos a partir da interação com o meio físico e social, tendo como base aquilo que já conhece. Os limites apontados nesta perspectiva referem-se à redução do saber científico ao senso comum; por

outro lado, os sujeitos reflexivos saberão lidar com tal desafio, tendo as mídias como protagonistas neste contexto, por meio de seus aparatos tecnológicos, sobretudo digitais, ganhando espaço e trazendo um novo olhar para as culturas escolares resistentes às mudanças. Martín-Barbero (2014), sobre a influência da mídia na educação, nos revela que a reflexão maior não deve centrar-se no papel dos meios de comunicação, mas na postura adotada pelo sistema educacional para formar pessoas capazes de filtrar as informações importantes dentro deste complexo processo comunicativo.

Consideramos ser de grande relevância as discussões sobre o cuidado especial com a recepção do conteúdo midiático que está sendo veiculado, sobretudo porque os meios de comunicação social são importantes instituições envolvidas no processo de transmissão de conhecimentos. Vários são os estudos sobre recepção e mediação por parte da mídia em vários aspectos, desde como o discurso ideológico, divulgado pelos veículos de comunicação, sobretudo o do noticiário, atendem apenas aos interesses de classes hegemônicas e dominantes, como o aparato midiático pode contribuir enquanto estratégias pedagógicas, até a forte influência, na sociedade capitalista, da publicidade comercial que, utilizando-se de estratégias de sedução, estimula a adesão de novos comportamentos e a elevados níveis de consumo de produtos e serviços.

Até aqui, os múltiplos olhares sobre os estudos da influência dos meios de comunicação social na sociedade, nos leva a considerar que o processo comunicacional vai além do esquema emissor, receptor e mensagem, e vai muito mais além do que apenas considerarmos a evolução tecnológica no aperfeiçoamento dos aparatos tecnológicos dos meios, principalmente a passagem do modelo analógico para o digital, como limites para problematizarmos sobre os aspectos envolvidos nos estudos midiáticos. Tais abordagens se fortalecem e inspiram novas investigações,

porém, neste estudo não pretendemos nos aprofundar em uma ou outra abordagem a respeito da recepção das transmissões sociais por parte da mídia, nem tampouco desconsiderar os estudos já produzidos no campo da recepção da mídia, mas nos concentraremos efetivamente na mensagem.

Considerando a comunicação como sendo instrumento de transmissão de mensagens, percebe-se que a comunicação de massa tem função educativa uma vez que grande parte dos conhecimentos indispensáveis à vida, como as informações sobre saúde, política, economia e cultura chegam às pessoas de forma mediada. Contudo, pela relevância que tem no cotidiano da sociedade, a análise do conteúdo da mídia se torna um fator importante, uma vez que a mídia está presente em muitos aspectos da vida cotidiana, por isso a importância em compreendermos como ela atua, produz significados e como estes são produzidos e compartilhados.

Desse modo, o presente estudo dedica-se a analisar as mensagens divulgadas pela mídia sobre o programa de Educação para Jovens e Adultos (EJA) propondo o seguinte questionamento: em que medida os elementos que configuram as ideias presentes nos anúncios são realmente representações do verdadeiro papel e função da EJA enquanto Educação Popular, com função permanente na sociedade e para todos?

Segundo as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação de Jovens e Adultos, Resolução CNE/CEB nº 1/2000 (BRASIL, 2000), a EJA é uma modalidade de educação básica que assume a concepção reparadora, envolvendo ideias de reparação de um direito negado, de equidade, alteridade, diferença, qualificação, portanto, e, principalmente, instituída constitucionalmente para, nestes parâmetros, a Educação ser concebida como direito social, humano, público e subjetivo. Avançamos para o século XXI, imersos em um contexto de vida em sociedade totalmente

permeado pela tecnologia, porém, ainda constatamos marca superior a 11 milhões de analfabetos (BRASIL, 2020); pessoas de 15 anos ou mais que não sabem ler nem escrever, pelo critério do IBGE, e ainda assim os dados escancaram e acentuam as desigualdades no país, sobretudo, porque o analfabetismo tem cor, isto é, a maioria dos indivíduos analfabetos é de cor preta ou parda (8,9%); recrudescer também entre os mais pobres; e localização, ou seja, a maioria se concentra na região Nordeste (13,9%). A respeito das imagens dos estudantes utilizadas nas propagandas dos programas da EJA observamos que em nada representam este perfil demográfico apresentado nesta última pesquisa do IBGE.

Por certo, a real função do programa de EJA deveria envolver a noção de formação geral e ampla, na concepção de omnilateralidade, de modo a estar relacionada ao pressuposto segundo o qual, por meio da EJA, no contexto amplo de um processo histórico de conquista da igualdade entre os seres humanos, se torne possível a ressignificação dos processos de ensino e de aprendizagem por meio dos quais os sujeitos se produzem e se humanizam, ao longo de toda a vida. É urgente a necessidade de se repensar o modelo de educação e sua postura ante ao sistema capitalista. Daí, “Pode-se dizer que, desde Aristóteles, a educação tem sido entendida como permanente, integral, e que se dá ao longo de toda a vida. Este é um princípio básico da pedagogia e existe praticamente em todas as culturas” (GADOTTI, 2016, p. 50). No entanto, o direito à educação não é plenamente reconhecido, consolidando um quadro de exclusão cuja base de sustentação é a miséria absoluta e a negação do acesso aos bens culturais fundamentais para a superação do estado de alienação cultural de grande contingente da população.

Vivemos em uma sociedade capitalista, periférica e dependente na qual prevalece o valor prático do código escrito, produzindo para muitos uma visão binária de *saber ler e escrever* versus *não saber ler e escrever* ou

saber fazer contas versus não saber fazer contas. Desta maneira, para os cidadãos que não tiveram a oportunidade de frequentar a escola, a apropriação ou não deste código compreende a única forma de obter a cidadania por meio da educação; porém, ainda recorrem à escola apenas como uma oportunidade de melhorarem de vida, na concepção econômica e capitalista. É irrefutável que conceber a ideia de escola apenas como uma oportunidade para inserção no mercado de trabalho, visão esta assumida nas ideologias neoliberais, cremos ser uma concepção demasiadamente simplista e rasa sobre o verdadeiro sentido do que seja educação.

Nas palavras de Lima (2016), é predominante a concepção de educação subordinada à ideia de economia no capitalismo especialmente à empregabilidade, empreendedorismo e competitividade. Paradoxalmente, vivemos em uma sociedade na qual 14 milhões de cidadãos não conseguem emprego fixo, estando a maioria deles situada no segmento de pouco ou nada escolarizados, atuando na economia informal e dependendo de políticas sociais emergenciais para sobrevivência. Por certo, não se resolve o problema do analfabetismo e da baixa escolarização apenas colocando os sujeitos na escola. A solução do problema exige o desenvolvimento de reformas multiestruturais na organização da sociedade brasileira, atrelado à políticas públicas que pensam a educação escolar, sobretudo, para jovens e adultos, não no sentido apenas de escolarização, mas como uma formação emancipadora, cultural e socialmente referenciada em todas as suas dimensões.

De forma geral, os programas de EJA são dirigidos a instituições de ensino que organizam estes cursos de maneira presencial ou semipresencial com o objetivo de fornecimento de certificados de conclusão de etapas da educação básica. Necessita ser uma proposta de educação a fim de oportunizar o desenvolvimento sustentável da sociedade; o programa pode e deve contribuir nesta direção, e não apenas

ser identificado na perspectiva da educação formal que precise se adequar aos moldes do mundo do trabalho no sistema capitalista. É fato que, “Contudo, dentro de seus limites, a educação escolar possibilita um espaço democrático de conhecimento e de postura tendente a assinalar um projeto de sociedade menos desigual” (BRASIL, 2000, p. 7).

Por isso, o estudo percorreu pontos de relevância sempre buscando parâmetros no objeto principal a ser problematizado referindo-se ao conteúdo das mensagens divulgadas nas campanhas sobre o programa de Educação para Jovens e Adultos e a representação de “Educação Para Todos ao Longo da Vida” e “Educação para o Mercado de Trabalho” neste discurso.

A abordagem da pesquisa foi de natureza qualitativa, tendo como procedimento investigativo a análise temática do conteúdo da mídia proposta por Laurence Bardin (2000). O *corpus* de pesquisa foi constituído pelas publicações na internet para divulgar o Programa da EJA, compreendendo, em particular, a análise do conteúdo das postagens divulgadas entre 2017-2020.

As imagens foram adaptadas para preservar a identidade dos anunciantes. Utilizamos a regra de pertinência na qual consideramos que os documentos avaliados são adequados enquanto fontes de informação, correspondendo aos objetivos da pesquisa. Foi escolhida uma amostra de materiais por conveniência e disponibilidade sendo todos pesquisados por meio de sistemas de busca Google e Google Acadêmico.

A Educação e todas as suas dimensões

Tendo em vista que, ao analisar as informações publicadas nos meios de comunicação sobre os programas da de EJA, em comparação com as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação de Jovens e Adultos na qual contam três funções principais do programa: Função Reparadora, Função Equalizadora e Função Permanente, o que mais se observa nos anúncios das instituições que oferecem o programa, é um discurso pautado na visão mercantilista da educação, na qual a instrumentalização intelectual dos seres humanos responderia apenas às exigências do mundo capitalista promovendo novas inserções no mercado de trabalho, indo mais ao encontro da premissa de que os programas de EJA respondem a uma Função Compensatória do Estado para aqueles que, por algum motivo, não frequentaram a escola.

Fundamentando-se nos princípios de igualdade, liberdade e cidadania, o Conselho Nacional de Educação institui que a EJA passe a adquirir uma *Função de Reparação*. As estatísticas oficiais mostravam dados relacionados à extrema desigualdade com relação ao acesso à educação, resultante de raízes de ordem histórico-social onde apenas alguns segmentos sociais da população, elites dirigentes, financeiramente privilegiadas e brancas tinham acesso à educação formal, à leitura e escrita. Enquanto *Função Equalizadora*, a EJA passa a abranger mais segmentos como trabalhadores de serviços gerais, donas de casa, imigrantes, aposentados e encarcerados, proporcionando igualdade de oportunidades a estes cidadãos que não conseguiram permanecer na escola. A *Função Permanente*, consideramos ser a mais significativa de todas as funções, tendo em vista o caráter da universalidade do direito à educação em qualquer fase da vida, crianças, jovens, adultos, e idosos, têm o direito de frequentar a escola e a se desenvolverem plenamente.

O oferecimento dessas oportunidades no âmbito das obrigatoriedades legais propicia condições de incluir todos os cidadãos brasileiros na escolaridade e, acima de tudo, importa salientar a necessidade de se repensar práticas pedagógicas que estejam em consonância com as necessidades e demandas dos alunos da EJA.

Instituições tanto públicas quanto privadas que oferecem os programas de EJA necessitam comunicar aos interessados o oferecimento de vagas para os cursos e este processo de divulgação pode se dar por diferentes meios de comunicação. Sabe-se que as organizações se utilizam de diferentes estratégias midiáticas para se comunicarem com seus públicos de interesse.

O processo comunicacional pode se dar mediante uma multiplicidade de meios: jornais, publicidade em TV, boca a boca e internet, esta última bastante utilizada pelas empresas, em especial o uso de redes sociais, porque possui, entre outras características, as informações em tempo real, e a interatividade entre emissor e destinatário.

No presente estudo, nos apropriaremos do termo “mídia de massa”, a partir da ideia de que esta se constitui como instrumentos de reprodução do Estado, assim como a escola, fazendo uma correlação com os estudos amparados por teorias crítico-reprodutivistas que consideram as instituições educativas como lugar de reprodução da força de trabalho, ou seja, aparelhos ideológicos de estado (SAVIANI, 2006).

Prosseguindo nesta perspectiva a mídia de massa se configura como transmissora de ideologias dominantes nas entrelinhas de seus conteúdos, através dos quais, circulam formas de pensamentos hegemônicos. Para Bordieu (2000) as ideologias presentes no conteúdo da mídia se expressam por meio de sistemas simbólicos que constroem a realidade que moldam os sentidos do público receptor por parte daqueles que a controlam.

Baseando-se nesta ideia, Figueiredo (2007) nos traz que “Tais ideologias da classe dominante acabam por formar uma rede de representações, regras, valores e imagens que sustentam aquilo que compreendemos como realidade” (FIGUEIREDO, 2007, p. 13).

Consideramos ser necessária uma reflexão a respeito da relação de poder e meios de comunicação de massa para assim compreendermos como as classes dominantes do Estado utilizam-se da mídia para transmitir conteúdos simbólicos específicos. Embora o contexto de análise seja a mídia internet, na qual se é possível haver a possibilidade de interação um pouco mais democrática entre produtor e receptor e na qual o sujeito se coloca como produtor de conteúdo, ainda não há total autonomia dos sujeitos por completo no processo comunicacional, uma vez que dependem de aparatos tecnológicos de acesso que demandam custos e ainda que os sistemas de informação para alguns acessos são controlados por agências reguladoras assim como na televisão aberta, rádios e jornais impressos.

O *corpus* deste estudo foi constituído pelas postagens divulgadas nas redes sociais da campanha, o que permitiu a contribuição para uma investigação acerca das estratégias de comunicação utilizadas pelas instituições escolares para divulgação dos programas de EJA. O recorte temporal 2017-2020 se justifica pelo fato de nos orientarmos pelo material encontrado nas pesquisas em sites de busca. Pressupomos, a partir da análise das propagandas de divulgação do programa de EJA, haver uma preponderância de ideias equivocadas sobre o perfil do estudante, e sobre o que realmente venha a ser a função da Educação de Jovens e Adultos.

As propagandas quase em sua totalidade não são inclusivas, as imagens são de pessoas brancas, em sua maioria, jovens. Ademais, as ideias apresentadas nos discursos estão, em sua maioria, associadas apenas à conquista da possibilidade de acesso a uma educação única e

exclusivamente formal que possa possibilitar a de inserção dos indivíduos no mercado de trabalho. Não considerando a educação informal como forma de “Educação para todos ao longo da vida”.

A análise do conteúdo das divulgações dos programas de EJA

A análise de conteúdo se refere a um método das ciências humanas e sociais destinado à investigação de fenômenos por meio de um conjunto de técnicas que a constituem e, neste artigo, utilizou-se a técnica da categorização, cujo método se consolidou nos Estados Unidos na primeira metade do século XX, se opondo à antiga técnica de análise de texto considerada subjetiva e sem sistematização. A maioria dos estudos investigava o conteúdo e a frequência dos temas abordados nos meios de comunicação de massa. É possível, por meio de inferências, extrair diversos aspectos das mensagens nos processos comunicacionais.

O material jornalístico foi fortemente utilizado para a exploração do método de análise de conteúdo, sendo que podemos defini-lo como um método de pesquisa de observação para avaliar sistematicamente, por meio de um conjunto de técnicas, o conteúdo simbólico de muitas formas de comunicação imagens ou palavras levando em conta as condições de produção e recepção do conteúdo das mensagens.

O delineamento metodológico deste estudo se deu primeiramente por meio da seleção do material empírico e, em seguida, realizou-se uma análise qualitativa sob o paradigma da interpretação e procuramos desconstruir “*verdades*” sobre o verdadeiro papel do EJA.

A Categoria 1 foi relacionada à temática sobre os conceitos de “*Educação Formal e Informal*”; Categoria 2, representação da ideia de

“Educação para o mercado de trabalho”, e por fim, a Categoria 3, relaciona-se à análise do “Perfil do Estudante”, retratado nas propagandas. Iniciemos algumas considerações analíticas sobre imagens presentes nos materiais de divulgação dos programas da EJA, com uma visão crítica a estas representações. Seleccionamos as imagens a partir de pesquisas em sites de busca e apresentamos alguns exemplos em cada categoria.

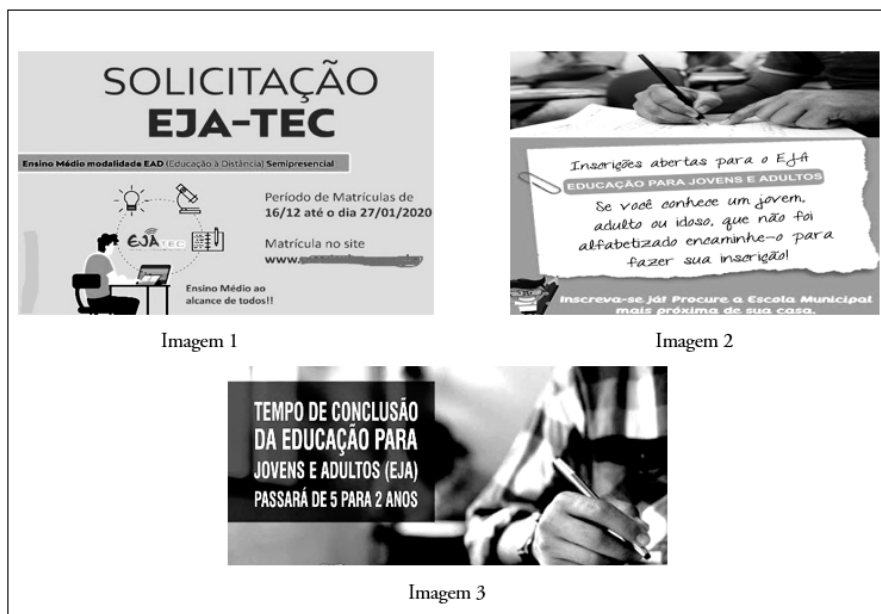
Categoria 1

A educação formal, informal e processos escolarizáveis

Há na imagem1 (Figura 1) a presença de um estudante em frente a uma tela de um computador e, circulando ao redor da cabeça do estudante e do computador (modelo notebook), contém símbolos representando diferentes conteúdos escolares, como exemplo, a matéria de química – representada pelo microscópio. Há também outros ícones representando o ato da escrita (caderno e lápis). Além disso, notamos uma incoerência em relação aos materiais escolares os quais nem sempre é de acesso aos alunos, a exemplo dos do notebook para uso em salas de aula ou nas residências.

Nas imagens 2 e 3, tem destaque a presença do movimento da ação de escrever, representada pelo caderno e lápis e de uma estética da educação formal, representada por alunos sentados sem carteiras em salas de aula. Nas três imagens observamos a mesma ideia, traduzida em um modelo de educação que se reduz a saber escrever, característico da educação formal.

Figura 1: Educação Formal e Educação Informal



Fonte Imagem 1: Site Secretaria de Estado da Educação – Goiás¹².

Fonte Imagem 2: Site Prefeitura de Peruíbe¹³.

Fonte Imagem 3: Site Agência de Notícias do Paraná¹⁴

Destacamos na figura 1 (imagens 1, 2 e 3) aspectos da educação formal, representadas nas imagens de conteúdos escolares, matérias, disciplinas (imagem 1) e na ação do escrever (imagens 2 e 3). Sobre a concepção de educação não formal, Gohn (2016) nos apresenta que “a educação não formal é uma área que o senso comum e a mídia não tratam como educação porque não são processos escolarizáveis” (Gohn, 2016, p. 60), tampouco “alfabetizáveis”, como observado no texto da imagem 2:

¹² Disponível em: <https://site.educacao.go.gov.br/>. Acesso em: 05 ago. 2020

¹³ Disponível em: <http://www.peruipe3.sp.gov.br/cidade-de-peruipe/>. Acesso em: 05 ago. 2020.

¹⁴ Disponível em:

<http://www.aen.pr.gov.br/modules/noticias/article.php?storyid=104610&tit=Tempo-de-conclusao-da-EJA-passara-de-cinco-para-dois-anos>. Acesso em: 05 ago. 2020.

“Se você conhece um jovem, adulto ou idoso, que não foi alfabetizado, encaminhe-o para fazer sua inscrição”.

Podemos observar que as múltiplas dimensões de educação bem como as práticas pedagógicas concebidas a partir de movimentos e organizações sociais contextualizadas no cotidiano dos indivíduos, enquanto cidadãos, e baseadas na aprendizagem e autoaprendizagem de temas como diversidades étnico-raciais, cidadania, direitos humanos, etc., normalmente não são considerados, na concepção do senso comum, como educação, havendo total desprezo à concepção de uma cultura de escolarização baseada na oralidade, literatura de cordel, teatro popular, ou na música, por exemplo.

Não ignoramos a importância da alfabetização formal, por meio da aprendizagem formal da leitura e da escrita, mas apenas destacamos a predominância do código escrito. Nesse sentido, interessante é notar a materialização dessa contradição, quando vemos divulgação escrita de matrículas para analfabetos, em algumas escolas públicas, ao fazê-la apenas com uma faixa colocada na frente das instituições. É muito importante que os produtores dos conteúdos divulgados, por meio da mídia, sobre o programa, atentem-se para o fato de que esses indivíduos já sofrem muito preconceito em razão de não serem alfabetizados, gerando nestes o sentimento de inferioridade, perante os escolarizados.

Categoria 2

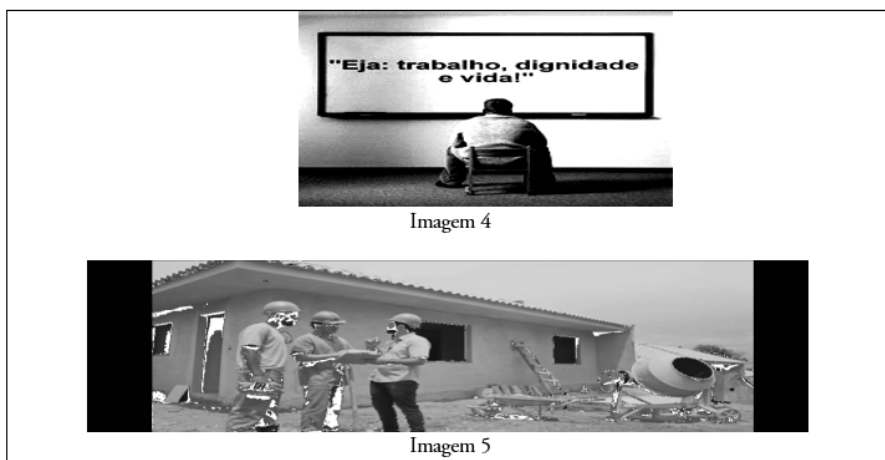
Educação para o mercado de trabalho

Na figura 2 selecionamos imagens (4 e 5) as quais podemos associar a educação como uma oportunidade para o ingresso no mercado de trabalho. Na imagem 4 tem destaque o conteúdo editorial, especialmente

porque há a palavra “trabalho”, e um indivíduo sentado observando e fazendo a leitura deste conteúdo. A imagem 5 é um recorte de um trecho de um vídeo produzido pelo Ministério da Educação, em 2016 intitulado “Coração de Estudante”, no qual, em seu roteiro, há duas crianças cujo pai é analfabeto e trabalha como mestre de obras. A partir do momento em que passa a frequentar a escola, este pai começa a participar mais ativamente da vida escolar dos filhos e conquista ascensão em sua carreira profissional, na área da construção civil. O conteúdo na íntegra do vídeo pode ser encontrado na página virtual do canal *Youtube*. Não foi possível obter informações a respeito de direitos de uso de imagens quando estas foram divulgadas, portanto houve descaracterização dos rostos (imagens 5), sem interferir na análise.

A partir desses elementos construímos dois gestos de interpretação: no primeiro consideramos totalmente simplista a ideia de que a educação apenas promova oportunidades de trabalho. Consideramos ser fundamental e nos parece bastante compreensível essa ideia de melhoria de vida e de oportunidade de trabalho, conquistada por meio da ida à escola, mas não é somente este o objetivo da educação. Em segundo lugar, na figura 4 não podemos deixar de destacar a total falta de coerência na imagem de um indivíduo lendo um texto, lembrando que os indivíduos procuram a EJA por não serem alfabetizados e não saberem ler nem escrever.

Figura 2: Educação do adulto para o mercado de trabalho



Fonte Imagem 4: Freitas (2020).

Fonte Imagem 5: Recorte do trecho do vídeo “Coração de Estudante”, elaborado pelo Ministério da Educação em 2016¹⁵.

Nessas figuras 4 e 5, verificamos a representação de uma educação para adultos que satisfaça as necessidades de inserção no mercado de trabalho. Esta concepção de educação contraria a vertente teórica da sociologia política da educação, na perspectiva de análise crítica do sistema de poder, reduzindo a educação a uma visão simplista, e não considerando todas as outras dimensões como a de educação popular, educação não formal, sobretudo, educação concebida como permanente ao longo da vida, na escola e fora dela. O conceito de educação foi reduzido à categoria de qualificação, “competências e habilidades, economicamente valorizáveis” (LIMA, 2016, p. 17). Não desconsideramos a importância para o indivíduo de buscar terminar os estudos para obter um emprego

¹⁵ Disponível em: <https://youtu.be/0ALwqZW-TXg> e em: <http://www.portaldapropaganda.com.br/noticias/4122/coracao-de-estudante-e-tema-da-nova-campanha-da-escala-para-o-mec/>. Acesso em: 05 set. 2020.

melhor e conseqüentemente uma vida digna, no entanto, não podemos caminhar exclusivamente rumo à formação tecnicista da educação e que, seguindo o que Freire (2001) pontua, treinando os sujeitos para ser Força de Trabalho e não Humanos Livres que constroem seus conhecimentos também pela cultura. O verdadeiro sentido da EJA é a Educação Continuada, permanente e para todos, ao longo da vida.

Ainda sobre a questão da concepção de educação reduzida à categoria de “competências”, esta é muito presente nas reformas curriculares haja vista o discurso presente no documento que contém a Base Nacional Comum Curricular- BNCC (BRASIL, 2017) par o Ensino Médio, especialmente em relação aos fundamentos pedagógicos, como vemos no trecho a seguir:

[...] as decisões pedagógicas devem estar orientadas para o desenvolvimento de competências. Por meio da indicação clara do que os alunos devem “saber” (considerando a constituição de conhecimentos, habilidades, atitudes e valores) e, sobretudo, do que devem “saber fazer” (considerando a mobilização desses conhecimentos, habilidades, atitudes e valores para resolver demandas complexas da vida cotidiana, do pleno exercício da cidadania e do mundo do trabalho), a explicitação das competências oferece referências para o fortalecimento de ações que assegurem as aprendizagens essenciais definidas na BNCC (BRASIL, 2017, p.13).

A partir da contribuição cognitivista, em especial, a piagetiana, a tendência das reformas se encaminhava para uma perspectiva de letramento, contradizendo o discurso excessivamente pautado pela Pedagogia das Competências. O discurso pedagógico se refere muito mais a competências e habilidades do que ao uso social da linguagem escrita ou falada.

Categoria 3

A representação dos jovens nas propagandas

A propaganda objetiva seduzir as pessoas, apropriando-se de imagens e símbolos persuasivos adequados à estética vigente em uma sociedade, em determinada época. A mensagem veiculada possui imensa abrangência enquanto elemento dentro de processo de comunicação tendo em vista que busca atingir os indivíduos ao construir percepções de valores que refletem sonhos e fantasias. Porém, vale ressaltar que o uso de imagens deve estar de acordo com a realidade do receptor da mensagem. Não foi possível obter informações a respeito de direitos de uso de imagens quando estas foram divulgadas, portanto houve descaracterização de alguns rostos (imagens 6,7, 8 e 9), sem interferência em nossa análise.

Nesse momento da discussão, considerando os aspectos visuais das propagandas analisadas, propomos a reflexão sobre o imaginário que se pretendeu construir sobre os jovens, representados nas imagens presentes nas propagandas de divulgação, elemento de pesquisa escolhido para análise neste trabalho, do programa de EJA, nas quais foram desconsideradas toda a subjetividade singular existente no perfil desse público.

Há algumas possíveis representações desse público que rompem, de certa maneira, com ideia associada aos jovens estudantes do EJA e que, segundo o IBGE possuem algumas características já mencionadas neste estudo e que nada condiz com o que observamos nas imagens analisadas (imagens 6, 7, 8 e 9). Vale lembrar, que priorizamos a análise do perfil dos jovens, mas é importante pontuar que, ao pesquisar os anúncios do programa EJA, na internet nos sites de busca, não identificamos nenhuma

que tivesse pessoas com deficiência, idosos ou travestis, além do número bem reduzido de propagandas com pessoas negras.

Essa mistificação ideológica, produzida por diversos meios e procedimentos, entre os quais o apelo midiático, não é casual e teve como consequência “a falta de unidade, de solidariedade e de tomada de uma consciência coletiva” (MUNANGA, 2019, p. 446). É legítimo acreditar que algum negro ou indígena não procure a escola por não se identificar com ela.

O objetivo dos anúncios apresentados era o de informar sobre as matrículas que serão abertas para o programa EJA.

Figura 3 – Imagens do perfil dos jovens



Imagem 6

Imagem 7

Imagem 8

Imagem 9

Fonte Imagem 6: Site da Prefeitura de Pompéia/SP¹⁶

Fonte Imagem 7: Site da Prefeitura de Penedo/SP¹⁷.

Fonte Imagem 8: Site da Prefeitura de Nilópolis (jul. 2017)¹⁸.

Fonte Imagem 9: Site da Prefeitura de Jataí (jul. 2017)¹⁹.

¹⁶ Disponível em: <https://www.portalnc.com.br/>. Acesso em: 05 ago. 2020.

¹⁷ Disponível em: <https://penedo.al.gov.br/2020/01/27/matriculas-para-eja-estao-abertas-na-sem-med-penedo/>. Acesso em: 05 set. 2020.

¹⁸ Disponível em: <http://nilopolis.rj.gov.br/site/prefeitura-de-nilopolis-abre-inscricoes-para-a-educacao-de-jovens-e-adultos/>. Acesso em: 05 set. 2020.

¹⁹ Disponível em: <https://www.jatai.go.gov.br/>. Acesso em: 06 set. 2020.

Constituir a identidade da clientela da EJA exige atribuir muitas especificidades, principalmente a etária. O perfil é constituído por jovens, adultos e pessoas idosas, quilombolas e indígenas, em geral assalariados que encontram-se no mercado informal (MOURA; SILVA, 2018). Desde os anos 90 vem ocorrendo fenômeno denominado como juvenilização nos programas de EJA, devido ao alto índice de evasão e repetência na educação básica. A procura pelo programa se deve à oportunidade destes jovens de acelerarem o tempo de escolarização para inserção no mercado de trabalho. Podemos notar nas figuras selecionadas que as imagens parecem não condizer com o perfil apresentado nos últimos levantamentos do IBGE.

A maioria dos jovens é de cor branca, além de não termos encontrado nenhuma figura, nenhum anúncio publicitário em que houvesse indivíduos com deficiência física. Consta-se que também não considera pessoas idosas, contingente significativo do perfil identitário de estudantes da EJA, haja vista a sua atual perspectiva de tempo livre, outrora determinado, pela necessidade de inserção no mercado de trabalho, a sua exclusão do processo educacional.

Vê-se, então, que a propaganda oficial é relativamente distante das histórias de vida e da identidade cultural dos sujeitos da EJA. Alguns estereótipos são construídos pelo sujeito ou socialmente que acabam estigmatizando certos perfis, no entanto, é possível identificar nas figuras imagens que não representam o perfil destes jovens, segundo pesquisa do IBGE.

Algumas considerações sobre a análise

Diante da análise de conteúdo das imagens foi possível observar que os ideais presentes na Educação para jovens e adultos não são retratados nas imagens analisadas de divulgação dos programas. Acreditamos que não são realmente representações do verdadeiro papel da EJA como Educação Popular com função permanente na sociedade e nem o real perfil dos estudantes, considerando os aspectos demográficos, sociais e estéticos.

Considerando a hipótese de que essas mensagens são importantes fontes de informação para atrair o interesse do público, identificamos, em uma breve análise das imagens, que as campanhas são pautadas por conceitos estéticos, pelo menos no que diz respeito às imagens e fotografias dos estudantes, além da representação limitada da educação, considerando apenas seus aspectos formais e voltada para a profissionalização dos indivíduos. Observou-se no conteúdo das mensagens uma banalização dos ideais de humanização, educação permanente ao longo da vida e para todos.

Percebendo a realidade peculiar da Educação de Jovens e Adultos no Brasil e considerando as imagens que ilustram as propagandas da EJA as quais comunicam, por meio das imagens, uma concepção mercantilista reducionista do que seja educação com ênfase na força das relações capitalistas que envolvem a apropriação do conhecimento e tampouco revelam o real perfil demográfico dos estudantes, não podemos caminhar para a finalização deste estudo sem mencionar dois fatores fundamentais que complementam nossa análise: primeiramente destacamos as implicações do ingresso ou retorno à escola do ponto de vista da satisfação pessoal, da socialização dos sujeitos e da necessidade de acolhimento que

deve marcar esse retorno, ao não se sentirem representados nas propagandas podem não se interessar pelo programa e, um segundo ponto não menos importante é com relação ao papel do professor para efetivação da excelência em todo o processo de ensino e aprendizagem, pois, sob este aspecto, temos que a idealização dos sujeitos da EJA na propaganda oficial sendo, de partida, um elemento de descaracterização da clientela, haverá implicações teórico-metodológicas para a atuação do professor.

A ação docente é demasiadamente complexa, exigindo dos professores capacidade de motivar os alunos e dar atenção às suas demandas, seja no campo da aprendizagem, seja de natureza afetiva, esta considerada um importante elemento para a aprendizagem cognitiva, considerando que deve haver afetividade e solidariedade entre alunos e professores. Segundo Tognetta e Assis (2006), as relações afetivas e principalmente cooperativas e solidárias auxiliam os alunos a superarem as dificuldades escolares, devendo haver por parte dos professores, uma escuta ativa, respeitando as diferenças e reconhecendo a imensa diversidade cultural, etária e socioeconômica dos alunos, principalmente da EJA.

Por fim, considerando-se que progressivamente a educação de jovens e adultos vem se consolidando como campo de reflexões sistematizadas, espera-se que o trabalho possa contribuir para a discussão de propostas e para outras análises objetivando o incentivo à produção de mais pesquisas sobre um universo que se apresenta como multidimensional sobre a educação para jovens e adultos.

Referências

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Editora UFPR, 2000.
BORDIEU, P. **O poder simbólico**. 3 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.

BRASIL. República Federativa. Ministério da Educação. **Parecer CNE/CEB n. 11/2000**. Brasília, MEC, 2000. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/pceb011_00.pdf. Acesso: em 07 mar. 2020.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **IBGE Educa**. Brasília, 2020. Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens.html>. Acesso em: 11 set. 2020.

BRASIL. República Federativa. Ministério da Educação. **Base Nacional Comum Curricular – BNCC**. Brasília, MEC, 2017. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/pceb011_00.pdf. Acesso: em 07 mar. 2020

FIGUEIREDO, C. D. de. Poder e comunicação: um breve debate sobre a questão do poder nos meios de comunicação de massa. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – ECO-PÓS**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 2, p. 233-247, jul./dez. 2007. Disponível em: <file:///C:/Users/Lilian/Desktop/1029-1861-1-PB.pdf>. Acesso em: 21 set. 2020.

FREIRE, P. **Educação como prática da liberdade**. 25 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2001.

FREITAS, G. M. de. A EJA e o preparo para o trabalho. **Brasil Escola**, set. 2020. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/educacao/a-eja-preparo-para-trabalho.htm>. Acesso em: 05 set. 2020.

GADOTTI, M. Educação Popular e Educação ao Longo da Vida. *In*: BRASIL. Ministério da Educação. Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização, Diversidade e Inclusão. **Coletânea de textos (CONFITEA Brasil +6)**. Brasília: MEC, 2016.

GOHN, M. G. Educação não formal nas instituições Sociais. **Revista Pedagógica**, Chapecó-SC, v. 18, n. 39, p. 59-75, set./dez. 2016.
Disponível em: <http://dx.doi.org/10.22196/rp.v18i39.3615>. Acesso em: 10 out. 2020.

IANNI, O. **Teorias da globalização**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

LIMA, L. C. A EJA no contexto de uma educação permanente ou ao longo da vida: mais humanos e livres, ou apenas mais competitivos e úteis?. *In*: BRASIL. Ministério da Educação. Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização, Diversidade e Inclusão. **Coletânea de textos (CONFETEA Brasil +6)**. Brasília: MEC, 2016.

MARTÌN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

MARTIN-BARBERO, J. **A comunicação na educação**. São Paulo: Contexto, 2014.

MOURA, C. B.; SILVA, M. P. Sujeitos da EJA. *In*: GARCIA, R. M.; SILVA, M. P. (Org.). **EJA, diversidade e inclusão**: reflexões impertinentes. João Pessoa: Editora UFPB, 2018.

MUNANGA, K. Mestiçagem como símbolo da identidade brasileira. *In*: SANTOS, B. de S.; MENEZES, M. P. (Orgs.). **Epistemologias do Sul**. 5 Reimpressão. São Paulo: Cortez, 2019. p. 444-454.

PAPERT, S. **A máquina das crianças**: repensando a escola na era da informática. Porto Alegre: Artes Médicas, 1994.

PIAGET, J. **A formação do Símbolo na criança**. 3 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1971.

_____. **O nascimento da inteligência na criança**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1971.

SAVIANI, D. **Escola e democracia**: teorias da educação, curvatura da vara, onze teses sobre a educação política. 38 ed. Campinas, SP: Autores Associados, 2006.

SILVERSTONE, R. **Por que estudar a mídia?**. São Paulo: Loyola, 2002.

TOGNETTA, L. R. P.; ASSIS, O. Z. M. A construção da solidariedade na escola: as virtudes, a razão e a afetividade. **Educação e Pesquisa**, São Pulo, v. 32, n. 1, p. 49-66, jan./abr, 2006.