



### Eixo Temático: Políticas e Gestão Educacional

## PROPAGANDA GOVERNAMENTAL: A ARTE DO CONVENCIMENTO PARA A IMPLEMENTAÇÃO DE POLÍTICAS EDUCACIONAIS CONTROVERSAS

Aparecida Luzia Alzira Zuin<sup>1</sup>  
Eliane Bastos<sup>2</sup>

### RESUMO

O artigo trata do uso das publicidades governamentais como instrumento de convencimento e conformidade de opiniões acerca de políticas educacionais polêmicas e controversas. O trabalho em questão faz uma análise dos recursos utilizados pelo Ministério da Educação nos últimos 10 anos e compara os gastos entre os anos de 2015 a 2017, período de discussão e intensas críticas com relação à aprovação da Base Nacional Comum Curricular. A pesquisa de metodologia bibliográfica, quantitativa, teve como aporte teórico as concepções elaboradas pelo sociólogo, cientista político e teórico da comunicação Harold Lasswell. Buscou-se averiguar os objetivos com as mudanças no currículo das escolas de todo o Brasil, através do modelo comunicacional de Lasswell: Quem, diz o que, através de que canal, para quem, com quais efeitos? Como resultado evidenciamos que o Governo Federal atingiu nos últimos dois anos o recorde em aumento de gastos com publicidade governamental, tendo o Ministério da Educação duplicado os gastos com propaganda entre os anos de 2015 e 2016. Com base no estudo realizado concluiu-se que o aumento dos gastos com publicidade aconteceu exatamente em períodos de aprovação de políticas polêmicas, como o caso da BNCC, visando convencer a população de que as alterações no currículo irão melhorar a qualidade da educação, no entanto, ocultando a necessidade de debates mais amplos e os reais objetivos por trás da implementação dessas mudanças.

**Palavras-chave:** Publicidade Governamental; BNCC; Políticas Educacionais; Currículo.

## PROPAGANDE GOUVERNEMENTALE: L'ART DE CONVAINCRE POUR L'IMPLÉMENTATION DES POLITIQUES ÉDUCATIVES CONTROVERSESES

### RÉSUMÉ

L'article s'agit de l'utilisation de la publicité gouvernementale en tant qu'instrument d'opinion convaincante et conformité d'opinions en matière des politiques éducatives polémiques et controversées. Cet article analyse les ressources utilisées par le ministère de l'Éducation au cours des 10 dernières années et compare les dépenses entre 2015 et 2017, une période de

<sup>1</sup> Profa. Dra. Aparecida Luzia Alzira Zuin. Docente dos Programas de Pós-graduação Mestrado Acadêmico em Educação e Mestrado Profissional Interdisciplinar em Direitos Humanos e Desenvolvimento da Justiça. Universidade Federal de Rondônia. Rondônia – Brasil. Email: profalazuin@unir.br, alazuin@gmail.com.

<sup>2</sup> Especialista Eliane Bastos. Mestranda em Educação pela Universidade Federal de Rondônia. Rondônia – Brasil. Email: liabastos@unir.br, liabastosunir@gmail.com.



discussion et des critiques intenses concernant à l'approbation de la base national commune curriculaire. La recherche de méthodologie bibliographique quantitative a eu comme contribution théorique les conceptions élaborées par le sociologue, politologue et théoricien de la communication Harold Lasswell. On a cherché à savoir les objectifs avec les changements dans les programmes des écoles à travers le Brésil, à travers le modèle communicationnel de Lasswell: Qui dit quoi, par quel canal, à qui, avec quels effets? En conséquence, nous avons montré qu'au cours des deux dernières années, le gouvernement fédéral a réalisé une augmentation record des dépenses publicitaires du gouvernement, le ministère de l'Éducation ayant doublé les dépenses publicitaires entre 2015 et 2016. Sur la base de l'étude menée, on a conclu que l'augmentation des dépenses de publicité s'est produite précisément pendant les périodes d'approbation des politiques controversées telles que le BNCC, afin de convaincre la population que des changements dans le programme amélioreront la qualité de l'éducation, en cachant le besoin de débats plus larges et les véritables objectifs derrière l'implémentation de ces changements.

**MOTS CLÉS:** Publicité Gouvernementale. BNCC. Politiques Éducatives. Curriculum.

## 1 INTRODUÇÃO

Todos os anos o Governo Federal gasta bilhões de reais com publicidade governamental. Este é um gasto que envolve a produção e veiculação de propagandas do governo nos mais diversos meios de comunicação existentes. Essas propagandas são realizadas com vários fins, tais como: as propagandas de cunho educativo; as produções de intuito informativo (ambas dentro do perfil de utilidade pública e social); aquelas de caráter explicativo ou de prestação de contas; as propagandas destinadas a demonstrar os atos e ações do governo e aquelas que destacamos de cunho obscuro, oculto e intencional, com metas e objetivos específicos.

Nos últimos dois anos os gastos do Governo Federal com publicidade bateram o recorde de aumento, se comparado aos últimos 10 anos. Sendo o ano de 2016 o ano com maior gasto em publicidade. Se comparar o mês de dezembro de 2015 com o mês de dezembro de 2016, houve um aumento de 106%, uma diferença histórica no campo das publicidades. Essa elevação dos gastos em publicidade coincide justamente com o mesmo período de aprovação de políticas polêmicas como a da Terceirização, a Reforma Trabalhista, a Reforma da Previdência e a da aprovação da Base Nacional



Comum Curricular, sendo esta, nosso ponto de pesquisa e estudo neste trabalho.

Este é um trabalho cuja metodologia de pesquisa foi realizada primeiramente no campo bibliográfico. Como abordagem específica, realizamos a pesquisa quantitativa analisando os gastos do Ministério da Educação com publicidade, traçando um comparativo entre os anos de 2006 a 2017. Dentro de um rol mais fechado elaboramos uma tabela de comparação dos meses de outubro, novembro e dezembro dos anos de 2015 a 2017.

Este trabalho tem como objetivo demonstrar que o aumento dos gastos em publicidade pelo Ministério da Educação no mesmo período da discussão e aprovação da Base Nacional Comum Curricular não é apenas uma mera coincidência, mas sim, todo um trabalho de convencimento e uniformização de ideias, no intuito de implementar políticas educacionais polêmicas e controversas, sem uma ampla discussão e análise dos efeitos dessa mudança no currículo das escolas em todo o Brasil.

Dentro deste contexto nos respaldamos na teoria de Harold Lasswell e seus estudos sobre as propagandas governamentais, suas causas e efeitos para responder as seguintes premissas: para quem, de que forma e com qual objetivo a nova Base Nacional Comum Curricular está sendo implementada?

## **2 O CURRÍCULO DEMOCRÁTICO E A NOVA BASE NACIONAL CURRICULAR COMUM**

A educação brasileira a partir de 2019 irá passar pela maior transformação curricular da história do Brasil. Pela primeira vez, desde que a educação foi pensada e inserida em uma legislação, passará a ter uma base nacional curricular comum. A partir da aprovação da medida os Estados e Municípios



terão dois anos para se alinharem as novas diretrizes curriculares.

Enfim o que muda com a Base Nacional Curricular Comum – BNCC? Simplificadamente, poderíamos dizer que os currículos escolares do país passariam a ter currículos com conteúdos alinhados em todo o Brasil, com uma indicação única dos objetivos de aprendizagem de cada área de conhecimento. No entanto, a BNCC é introduzida sobre muitos protestos, críticas, falhas e contradições. Para muitos educadores certo retrocesso ao engessar os currículos. De acordo com Limaverde (2015, p. 89) “A homogeneização acaba por pasteurizar o currículo, tornando-o sem vida, descontextualizado e amorfo”. Para o autor esse currículo uniformizado passa a valorizar apenas os conhecimentos científicos em detrimento dos outros saberes que também são importantes. Canen (2002, p. 192) questiona: “Como promover um currículo que valorize a diversidade cultural e, ao mesmo tempo, respeite diretrizes determinadas por políticas curriculares homogeneizadoras e centralizadora?”.

Quando analisamos o viés do currículo democrático não podemos esquecer que o currículo verdadeiramente democrático é aquele estabelecido por seus cidadãos para o pleno exercício da cidadania. Moreira (2007, p.19) defende que “o currículo é, em outras palavras, o coração da escola, o espaço central em que todos atuamos, o que nos torna diferentes níveis do processo educacional, responsáveis por sua elaboração”. Democracia e autonomia, essas deveriam ser premissas inamovíveis na formação e organização curricular, pois, como bem afirma Veiga (2001, p.27), “o currículo não pode ser separado do contexto social, uma vez que ele é historicamente situado e culturalmente determinado”.

Educação é algo que precisa ser exaustivamente pensado, planejado e organizado, antes de ser executado. O currículo não é apenas uma base dos objetivos da aprendizagem e conhecimento. O currículo é o reflexo daquilo que a sociedade espera com a educação. O currículo, a



diversidade cultural e o multiculturalismo, são aspectos que permeiam a escola e não podem, nem devem ser colocados de lado, ou como secundários. Avaliar a escolha de um currículo, ou, a imposição deste, implica em buscar compreender a relação proposta e principalmente o que está por trás destas escolhas, aquilo que está alvidrado nos currículos ocultos. Peter McLaren (1997) destaca que o currículo é muito mais, que apenas um programa de estudos, para o autor o currículo não pode trabalhar somente com o conhecimento, mas também, com os diferentes aspectos da cultura. Como bem aborda Paulo Freire (1982, p.17), a prática educativa não se dá no ar, ela acontece em um determinado contexto concreto, social, cultural, econômico, político e histórico. Paulo Freire nunca chegou a formular uma teoria sobre o currículo, mas deixou claro como este precisa ser e para que tipo de formação, “[...] permitir ao homem chegar a ser sujeito, construir-se como pessoa, transformar o mundo, estabelecer com os outros homens as relações de reciprocidade, fazer a cultura e a história” (FREIRE, 1980, p. 39).

Ao longo da história da educação brasileira o que tem sido pensado para a educação, por quem e para quem? E o mais importante, com qual objetivo? Essas questões nos remetem a uma reflexão: com previsão legal desde a promulgação da Constituição de 1988, por que somente agora, 20 anos depois, em plena crise estrutural do capitalismo se realiza um esforço extraordinário para criação e aprovação da Base Nacional Curricular Comum.

### **3 O USO DAS MÍDIAS NO PROCESSO DE CONVENCIMENTO E ACEITAÇÃO DA BASE NACIONAL CURRICULAR COMUM**

A BNCC e seu processo de elaboração integram 04 das 20 metas do Plano Nacional de Educação – PNE 2014 a 2024. Inicialmente elaborado em 2015, ganhou no ano de 2017 sua versão final. No ano de



2016, visando ganhar um aspecto democrático, foram realizadas várias discussões sobre a BNCC. No total foram realizados vinte e sete seminários, entre os meses de junho e agosto. Os seminários foram organizados pelo Conselho Nacional de Secretários de Educação (CONSED) e pela União Nacional dos Dirigentes Nacionais de Educação (UNDIME). Impressionantemente o Conselho conseguiu em apenas três meses realizar todos os seminários necessários para um assunto tão importante e complexo. Ainda sobre os arautos de um processo proeminentemente “democrático”, um pouco mais de 9 mil <sup>3</sup> pessoas participaram de uma consulta pública, em um universo de mais de 207 milhões de brasileiros. Se considerarmos apenas os brasileiros aptos a votar teremos então 144 milhões de pessoas. Desta forma, os 9 mil participantes correspondem a 0,00625% das pessoas aptas a votar no Brasil. Em um processo que irá afetar diretamente toda a população brasileira a maioria absoluta nem mesmo é ouvida.

Essa maioria absoluta agora precisa ser convencida que esta é uma mudança importante e que vai trazer transformações significantes que irão melhorar a qualidade da educação brasileira. Vários serão os mecanismos utilizados para que haja uma aceitação dessas mudanças, no entanto, os instrumentos mais importantes e poderosos são com certeza as mídias e seus mais diversos meios de comunicação. Prova da influência e do poder exercido pela *Mass Communication* é o valor gasto anualmente pelo governo brasileiro. Os gastos realizados são para divulgar as ações administrativas, publicidades de cunho educativo social, mas, também propagandas que visam conseguir aceitação popular para as políticas públicas implementadas, principalmente, aquelas impopulares e que afetam diretamente a grande maioria da população.

---

<sup>3</sup> Informação disponível em: <http://appprova.com.br/bncc-base-nacional-comum-curricular/>  
Acesso em: 20 dez. 2016.



Entre as mais polêmicas podemos citar: em 2016 a Lei da Terceirização; em 2016 e 2017 a Reforma Trabalhista e a aprovação da Base Nacional Comum Curricular, vinculada às questões de educação; e no ano de 2017 a Reforma da Previdência ligada ao Ministério do Trabalho e Previdência social.

Apenas, no ano de 2016 os gastos do Governo Federal em publicidade ficaram em torno de 1bilhão e 500 milhões de reais<sup>4</sup>, os dados são da própria Secretaria Especial de Comunicação Social – SECOM. Em comparação com o mês de dezembro de 2015, o mês de dezembro de 2016 teve um aumento de mais de 106% com gastos em propaganda do governo. Harold Lasswell (1938), sociólogo, cientista político e teórico da comunicação aponta que a propaganda como uma sugestão direta é capaz de manipular as crenças, influenciando as ações e atitudes do receptor. O teórico expõe que os meios de comunicação de massa são instrumentos utilizados para unificar a forma de pensar das pessoas. É Lasswell que justamente apresenta uma das primeiras definições de propaganda: “se refere unicamente ao controle da opinião pública por símbolos significativos, ou, para falar mais concretamente, por histórias, boatos, relatórios, retratos e outras formas de comunicação social” (LASSWELL, 1938, p. 8-9). Seus estudos sobre o impacto da publicidade e o controle da opinião pública analisavam os efeitos políticos, sociológicos e psicológicos causados nas pessoas. Essa relação indivíduo, sociedade, meios de comunicação de massa e política é o ponto principal da análise de Lasswell, em seu modelo comunicacional o teórico avalia: Quem? Diz o que? Através de qual canal? Para quem? Com quais efeitos? Bulegon (2009, p. 04) explica:

A pergunta Quem? compreenderia a análise do controle sobre o que é difundido, enquanto Diz o quê? seria a parte que trata sobre a análise do conteúdo, Em que veículo? trataria da análise dos meios da

---

<sup>4</sup> Informação: <http://www.secom.gov.br/aceso-a-informacao/institucional/quem-e-quem>



Revista Práxis Pedagógica - Mestrado Acadêmico em Educação



comunicação, e, enfim, Com que efeito? é responsável pelos outros setores: análise da audiência e dos efeitos.

Harold Lasswell (1938, p. 03), em seus estudos e pesquisas sobre a propaganda e seus efeitos, destaca que “a propaganda é um problema muito mais sério do que se pensa”. Em suas obras Lasswell adverte que o poder da mídia de massa não pode ser subestimado. A Teoria da Persuasão ou Teoria Empírico-Experimental, desenvolvida pelo psicólogo político Harold Lasswell, traçou uma linha de modelo de persuasão dos destinatários das mensagens, analisando a relação mecanicista e imediata entre estímulo e resposta. Com esta teoria Lasswell comprovou que é possível persuadir o destinatário quando a mensagem se molda aos fatores individuais que são ativados automaticamente pelo destinatário ao receber e interpretar a mensagem.

Dentro do campo da psicologia, Lasswell como fundador da psicologia política, avaliou como as propagandas políticas influenciavam a opinião pública, manipulando as informações. Arguia que, dentro dos interesses de uma sociedade individualista, “existirão programas de fundo “psicológico”, devotados a explicação e a manipulação da natureza humana” (LASSWELL, 1948, p. 246).

#### **4 POLÍTICAS EDUCACIONAIS POLÊMICAS E A PROPAGANDA**

A Base Nacional Comum Curricular é a política educacional mais polêmica dos últimos 10 anos. Ela determina que 60% do currículo das escolas sejam fixos em todos os Municípios e Estados. Sob a argumentação de, assim, o Brasil melhorar e fortalecer o aprendizado dos alunos. É preciso levar em consideração os reais objetivos por traz de toda essa mudança no currículo educacional, conforme Herkenhoff (1987, p.8), "educação não é um tema isolado, mas decorre de decisões políticas fundamentais. Isto é, a educação é uma questão visceralmente política".

ISSN impresso: 1518-9341

ISSN on-line: 2237-5406

**Vol. 1. Nº 4, out/dez, 2018**

DOI [10.69568/2237-5406.2018v1n4e3852](https://doi.org/10.69568/2237-5406.2018v1n4e3852)



Essa política descrita por Herkenhoff não é apenas uma política nacional, mas uma política inserida no contexto global, comandada por políticas externas de países ricos que fazem de nosso território o canteiro para suas fortunas. Como destaca Ranieri (2000, p. 37) “a natureza pública da educação se afirma em função dos interesses do estado e do modelo econômico, como também por constituir eficiente mecanismo de ação política”.

A educação como pauta das políticas internacionais, agora com aprovação da BNCC passa ao currículo das escolas brasileiras o perfil, o molde de educação a ser realizada. Paulo Freire não nos deixa esquecer que o projeto pedagógico é político, e, portanto, está embebido da ideologia que no momento detém o poder. Freire alerta, “tem que ver com que conteúdos ensinar, a quem, a favor de quê, de quem, contra quê, contra quem, como ensinar” (FREIRE, 1991, p.44).

A partir de 2019 a BNCC deverá estar obrigatoriamente sendo base de todos os currículos das escolas brasileiras. As mudanças, segundo o MEC, visam fortalecer principalmente as competências direcionadas ao aprendizado da Língua Portuguesa e da Matemática. Os estados e municípios perdem a liberdade de escolha da língua estrangeira a ser ensinada, como era previsto no artigo 26 § 5º LDB/96, que estabelecia: “Na parte diversificada do currículo será incluído, obrigatoriamente, a partir da 5ª série, o ensino de pelo menos uma língua estrangeira moderna, **cuja escolha ficará a cargo da comunidade escolar**, dentro das possibilidades da instituição”. (grifo nosso)

Com a nova redação dada pela Lei nº 13.415 de 2017, a comunidade escolar perdeu a autonomia de escolha da língua estrangeira moderna, sendo agora obrigatório o ensino da língua inglesa: “No currículo do ensino fundamental, a partir do sexto ano, será ofertada a língua inglesa”. Uma mudança drástica e impositiva, que abre muitos questionamentos quanto à obrigatoriedade da língua inglesa e os motivos que levou o



governo federal a essa mudança na estrutura da educação brasileira. Stuart Hall (1997, p.40) destaca que falar uma língua “significa também ativar a imensa gama de significados que já estão embutidos em nossa língua e em nossos sistemas culturais”. Tavares (2006) aborda que a linguagem e cultura, estão inseridos em uma relação histórica, identitária e ideológica; para a autora, ensinar língua e cultura é uma forma de política cultural e um reflexo da língua como força simbólica.

A escolha de uma de terminada língua estrangeira para compor a base nacional comum curricular, nos leva de volta a questão dos currículos ocultos e as verdadeiras intenções imbuídas por trás do aparente currículo educacional. As representações sociais, políticas e principalmente econômicas fazem parte integrante dos currículos, para Peter McLaren é através justamente dos currículos ocultos que as ideologias dominantes são enxertadas, “[...] forças combinadas pelas quais os estudantes são induzidos a consentir com as ideologias dominantes e práticas sociais relacionadas à autoridade, ao comportamento e à moralidade. (MCLAREN,1997, p. 216)

McLaren toca no ponto mais delicado, as escolhas na formulação dos currículos, ou seja, aquilo que é colocado, ou retirado do currículo, ou aquilo que se almeja com determinado currículo, mas não está exteriorizado, são as partes implícitas, que demonstram a realidade por trás das máscaras na educação.

Essas mudanças da educação não precisam ser aceitas pela população, porém é preciso que a população não se manifeste contra elas. Harold Lasswell (1938, p.89) afirma que, “A propaganda é preocupada com a administração das opiniões e atitudes pela manipulação direta das sugestões sociais mais do que a alteração de outras condições de ambiente ou do organismo”.

A tabela abaixo traz os gastos do Ministério da educação com Publicidade nos últimos 12 anos, sendo o maior valor já gasto o do ano de 2016, 31 milhões 354 mil 685 reais e 18 centavos. Curioso que o maior gasto

ISSN impresso: 1979-3571

ISSN on-line: 2237-5406

Vol. 1. Nº 4, out/dez, 2018

DOI [10.69568/2237-5406.2018v1n4e3852](https://doi.org/10.69568/2237-5406.2018v1n4e3852)



nos últimos anos com publicidade pelo Ministério da Educação tenha sido justamente no período de discussão para aprovação da Base Nacional Comum Curricular.

ANO	GASTOS
2006	R\$ 9.588.976,68
2007	R\$ 7.979.175,90
2008	R\$ 17.570.226,01
2009	R\$ 28.677.806,58
2010	R\$ 21.462.200,33
2011	R\$ 26.337.428,69
2012	R\$ 30.179.039,16
2013	R\$ 16.174.910,52
2014	R\$ 28.946.484,27
2015	R\$ 17.456.144,36
2016	R\$ 31.354.685,18
2017	R\$ 23.713.928,73

Fonte: Produção própria com dados obtidos do MEC.

Em 2017 faltaram os valores gastos nos meses de novembro e dezembro, pois esses ainda não haviam sido divulgados. Os números apresentados na tabela deixam claro que, na contramão, dos inúmeros cortes em pesquisa, tecnologia, infraestrutura; os gastos com publicidade aumentaram. Como exemplo de cortes na educação, podemos citar a aplicação de recursos nas Universidades Federais no ano de 2017, ao invés de investimentos, houve um corte que pode chegar a 15% nos gastos com funcionamento e 40% em obras, além dos cortes em pesquisas voltadas à saúde, ciências e tecnologias.

Os gastos com a publicidade da BNCC podem ser justificados, uma vez que a intenção do Governo Federal é exatamente multiplicar o número de



peças favoráveis às mudanças educacionais. Lasswell (1927, p.630) salienta que, “o problema da propaganda é multiplicar todas as sugestões favoráveis para as atitudes que ela deseja produzir e fortalecer, e restringir todas as sugestões que sejam desfavoráveis a essas atitudes”.

O gráfico abaixo deixa mais visível a discrepância dos gastos com publicidade entre os anos de 2015, 2016 e 2017.



Fonte: Produção própria com dados obtidos do MEC.

Importante ressaltar que os gastos de 2017, ano em que se deu a aprovação da BNCC os gastos com publicidade pelo Ministério da Educação já eram altos, mesmo, sem computarmos os meses de novembro e dezembro. Estes dados que ainda não foram divulgados podem fazer com que os gastos de 2017 fiquem próximos aos do ano de 2016, ou mesmo que superem este.

Para ganhar apoio para a aprovação da Base Nacional Comum Curricular o Ministério da Educação remanejou 295 mil reais para bancar vídeos em seis canais do YouTube, entre eles os canais: Rafael Moreira, Malena, Você Sabia?,



Pyong Lee, T3ddy e Rato Borrachudo.<sup>5</sup> As informações são do portal G1 de Notícias do dia 17 de fevereiro de 2017 e também, da Folha de São Paulo da mesma data. De acordo com matéria do G1, “No caso dos youtubers, assinantes dos canais chegaram a apontar que as informações foram veiculadas sem o aviso de que se tratava de *posts* patrocinados que não revelavam, necessariamente, a opinião dos influenciadores digitais”.<sup>6</sup>

Na tabela abaixo realizamos um comparativo entre os meses de setembro, outubro, novembro e dezembro dos anos de 2015, 2016 e 2017.

Mês	Ano 2015	Ano 2016	Ano 2017
Setembro	R\$ 377.822,70	R\$ 1.161.617,13	R\$ 4.929.600,77
Outubro	R\$ 2.613.021,12	R\$ 1.576.414,21	R\$ 2.543.618,66
Novembro	R\$ 772.530,46	R\$ 2.197.048,78	Não divulgado
Dezembro	R\$ 2.735.344,90	R\$ 7.266.218,02	Não divulgado
TOTAL	R\$ 6.498.719,18	R\$ 12.201.298,14	R\$ 7.473.219,43

Fonte: Produção própria com dados obtidos do MEC.

O mês de setembro de 2015, em comparação com o mesmo mês de 2017, nos mostra uma diferença de gastos de 4 milhões 551 mil 778 reais e 07 centavos. Ao compararmos novembro de 2016 com novembro de 2017, verificamos um gasto do Ministério da Educação de 4 milhões 530 mil 873 reais e 12 centavos a mais que o mesmo período em 2015. Os números ficam bem equiparados nos meses de outubro dos três anos, no entanto, ao somarmos os gastos desses três meses e compararmos com os três anos, percebemos uma

<sup>5</sup> Informação disponível em: <https://g1.globo.com/educacao/noticia/mec-desloca-r-295-mil-para-propaganda-de-youtubers-sobre-a-reforma-do-ensino-medio.ghtml> Acesso em: 03 jan. 2018.

<sup>6</sup> Idem



significativa diferença. No total avaliando os três meses, 2016 teve o maior gasto com publicidade chegando a uma diferença em comparação com 2015 de 5 milhões 702 mil 578 reais e 18 centavos. Convencer a população de que as novas políticas educacionais são realmente boas para o povo, está custando bem caro, principalmente nos dois últimos anos.

A publicidade governamental faz parte das ações de qualquer governo, sejam essas publicidades de cunho informativo ou educador; sejam as de prestação de contas; as de exposição dos trabalhos realizados, executados; ou ainda, aquelas de caráter oculto, com objetivos específicos. Segundo Lasswell (1938, p. 14-15) a verdade “é que todos os governos estão engajados em algum tipo de propaganda como uma de suas funções comuns nos tempos de paz. Eles empregam a propaganda em nome de seus amigos diplomáticos ou contra seus antagonistas, e isso é inevitável”. Lasswell falava das propagandas empregadas durante as grandes guerras mundiais e do pós-guerra, no entanto, hoje ao analisarmos as publicidades governamentais, percebemos que os governos ainda se utilizam das mesmas táticas. Em se tratando da educação podemos comparar os “amigos diplomáticos” citados por Lasswell com os amigos diplomáticos do governo brasileiro, mais especificamente o Banco Mundial que ao mesmo tempo em que faz largos empréstimos no processo educacional, dita às regras, os critérios, metas e políticas para a educação brasileira. É o Banco Mundial que diz onde, em que, quando e quanto o país deve investir em educação.

As linhas de investimento do Banco Mundial em países como o Brasil, não nascem no caráter humanitário de redução de desigualdades e da pobreza, mas sim, na expansão do neoliberalismo em escala mundial. Cruz destaca que na década de 70 o acelerado mecanismo de globalização econômica das teorias monetaristas neoliberais fez com que o Banco Mundial e o FMI passassem “a



oferecer aparato ideológico e político para a expansão do neoliberalismo em escala mundial” (CRUZ, 2003, p. 58).

A política neoliberal é bem eficiente em países como o Brasil em que os baixos investimentos em educação, proporcionam de forma rápida e barata mão-de-obra qualificada. Afinal, é assim que os países ricos mantêm seus canteiros de produção. Saber ler, escrever, um pouco de matemática e claro falar inglês, de outra forma como as pessoas irão trabalhar nas montadoras internacionais. Ao mesmo tempo desarticula as formações acadêmicas de qualidade, transformando as universidades públicas em privadas, minando os campos de pesquisa, deixando de investir em conhecimento científico e tecnologias. E finalmente o golpe de misericórdia, tira das escolas a obrigatoriedade do ensino de disciplinas como a filosofia, sociologia e torna obrigatória a oferta da disciplina de ensino religioso em todas as escolas do Brasil. É importante ressaltar que a geração de novos conhecimentos de forma crítica, transformadora e libertadora não faz parte dos objetivos estabelecidos para a educação brasileira.

## CONCLUSÃO

Com base em tudo que foi apresentado até o momento concluímos que não seja coincidência ou mero acaso o acentuado aumento dos gastos em publicidade do Governo Federal nos últimos dois anos. Ao analisarmos os gastos neste período e as políticas polêmicas que foram discutidas e aprovadas percebemos uma elevação de mais de 100%.

Em específico analisamos os gastos do Ministério da Educação entre 2015 a 2017, período este de muitas críticas e discussões em torno da criação da Base Nacional Comum Curricular. Essa base que trouxe muitas mudanças no currículo das escolas, entre elas fixou um currículo comum, retirou a obrigatoriedade de disciplinas importantes e fundamentais



como filosofia e sociologia, retirou a autonomia da escolha da língua estrangeira pela comunidade escolar, tornando a língua inglesa disciplina obrigatória e também tornou obrigatória a oferta da disciplina de religião.

Os gastos com a publicidade da BNCC têm uma lógica objetiva, uma vez que a intenção do Governo Federal é exatamente multiplicar o número de pessoas favoráveis às mudanças educacionais.

A publicidade governamental faz parte das ações de qualquer governo, sejam essas publicidades de cunho informativo ou educador; sejam as de prestação de contas; as de exposição dos trabalhos realizados, executados; ou ainda, aquelas de caráter oculto, com objetivos específicos, como é o caso bem evidente da Base Nacional Comum Curricular. É preciso levar em consideração os reais objetivos por traz de toda essa mudança no currículo educacional, uma vez que, essas são as típicas características do modelo capitalista de sociedade em que vivemos, onde a educação é elaborada de forma a manter e fortalecer esse sistema seletivo e excludente por natureza.

## REFERÊNCIAS

BOBBIO, Norberto. **A era dos direitos**. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.

\_\_\_\_\_. Lei 9394, de 20 de dezembro de 1996. Publicada no Diário Oficial da União em 23 de dezembro de 1996.

\_\_\_\_\_. Lei nº 13.415 de 16 de fevereiro de 2017. Publicada no Diário Oficial da União em 17 de fevereiro de 2017.

\_\_\_\_\_. Ministério da Educação (MEC). **Gastos com Publicidade**. Brasília/DF, 2010. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/gastos-com-publicidade>> Acesso em 20 nov. 2017.



\_\_\_\_\_. Ministério do Planejamento Desenvolvimento e Gestão. **Orçamento Anual de 2016**. Brasília/DF, 2015. Disponível em: <<http://www.planejamento.gov.br/assuntos/planeja/orcamento-federal/orcamentos-anuais/orcamento-anual-de-2016-1/orcamento-anual-de-2016>> Acesso em 02 set. 2017.

BULEGON, Bruna Martins.; MORTARI, Elisangela Carlosso Machado. **A Contribuição do Mass Communication Research para as Teorias das Relações Públicas**. Trabalho apresentado no XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba/PR, 04 a 07 de setembro de 2009. Disponível em: <https://azslide.com/bruna-martins-bulegon-2-elisangela-carlosso-machado-mortari-3-universidade-feder-59d137141723dd98c7b8fb84.html> Acesso em 31 dez. 2017.

CANEN, Ana. **Sentidos e dilemas do multiculturalismo: desafios curriculares para o novo milênio**. In: LOPES, Alice Casimiro; MACEDO, Elizabeth. (Orgs.). Currículo: debates contemporâneos. São Paulo: Cortez, 2002.

CRUZ, Rosana Evangelista. **Banco Mundial e política educacional: cooperação ou expansão dos interesses do capital internacional?** Educar em Revista, núm. 22, 2003, p. 51 - 75, Universidade Federal do Paraná Brasil.

DEMO, Pedro. **A nova LDB: ranços e avanços**. Campinas: Papyrus, 2002.

FERREIRA JR, Amarildo; BITTAR, Marisa. **Educação e ideologia tecnocrática na ditadura militar**. Cadernos Cedes, vol. 28, n. 76, p. 333-355, Set./Dez., 2008. Disponível em: <<http://www.cedes.unicamp.br>> Acesso em: 28 dez. 2017.

FREIRE, Paulo. **Sobre Educação: diálogos**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

FREITAG, Barbara. **Estado, Escola & Sociedade**. São Paulo: Centauro, 2005.

HALL, Stuart. **"The work of representation"**. In: HALL, Stuart (org.) **Representation. Cultural representation and cultural signifying practices**. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage/Open University, 1997.

HERKENHOFF, J. B. **Constituinte e Educação**. In: RAPOSO, G. de R. A educação na Constituição Federal de 1988. Jus Navigandi, Teresina, n. 641, 2005.

LASSWELL, Harold. "The Propaganda Technique of the Pamphlet on Continental Security" in: Psychiatry 1. 1938.



LASSWELL, Harold. "The Theory of Political Propaganda" in American Political Science Review, vol 21. Chicago: University of Chicago Press, 1927.

LIMAVERDE, Patrícia. **Base nacional comum: desconstrução de discursos hegemônicos sobre currículo mínimo.** Revista do Instituto de Estudos Sócio-ambientais - UFG, v.5, n.1, Jan./Jun., p. 78-97, 2015. Disponível em: <<https://www.revistas.ufg.br/teri/article/download/36348/18704>> Acesso em: 20 nov. 2017.

MACHADO, L. Zannoto. **Estado, Escola e Ideologia.** São Paulo: Editora Brasiliense, 1987.

McLAREN, Peter. **A vida nas escolas: uma introdução à Pedagogia crítica nos fundamentos da Educação.** Porto Alegre: Artes Médicas, 1997.

MONTALVÃO, Luciano Alvarenga. **Do PIPMO ao PRONATEC: história e atualidade das políticas nacionais de formação da classe trabalhadora.** Observatório em Debate, n.2, dez., p. 2-26, 2015.

MOREIRA, Antônio Flávio Barbosa; CANDAU, Vera Maria. **Indagações sobre currículo: currículo, conhecimento e cultura.** Brasília: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Básica, 2008.

OLIVEIRA, Romualdo Portela de. **O Direito à Educação na Constituição Federal de 1988 e seu restabelecimento pelo sistema de Justiça.** Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, Trabalho apresentado na XXI Reunião Anual da ANPEd, Caxambu, setembro de 1998. Disponível em: <<http://egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/30315-31270-1-PB.pdf>> Acesso em: 03 jun. 2017.

PIANA, Maria Cristina. **As políticas educacionais: dos princípios de organização à proposta da democratização.** Scielo Books, São Paulo: Editora UNESP, 2009. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/vwc8g/pdf/piana-9788579830389-03.pdf>> Acesso em: 20 nov. 2017.

SANTOS, M. I.; RODRIGUES, R. O. **Relações entre o público e o privado na educação profissional e tecnológica: alguns elementos para a análise do Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (Pronatec).** Revista de Educação, Ciência e Tecnologia, v. 1, p. 1-15, 2012. Disponível em: <<http://seer.canoas.ifrs.edu.br/seer/index.php/tear/article/view/65/41>> Acesso em: 31 dez. 2017.



Revista Práxis Pedagógica - Mestrado Acadêmico em Educação



SANTOS, Thayene da Costa Campos. **Educação profissional em cena: uma análise do programa nacional de acesso ao ensino técnico e emprego (pronatec) e suas implicações para a formação humana.** Mestrado em Educação - Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2014.

TAVARES, Roseanne Rocha (Org.). **Língua, cultura e ensino.** Maceió: EDUFAL, 2006.

VEIGA, Ilma Passos Alencastro (org.). **Projeto político-pedagógico da escola: uma construção possível.** Campinas: Papyrus, 2001.