

O uso da fotografia publicitária como instrumento ideológico: o Ensino Médio Integrado na rede SEEDUC-RJ

Flávia Gonçalves da Silva
Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, Brasil
Endereço eletrônico: flaviagsmendes@gmail.com

Maria Ciavatta
Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, Brasil
Endereço eletrônico: maria.ciavatta@gmail.com

1284

Palavras-chave: Fotografia Publicitária. Ensino Médio Integral e Integrado. Ideologia

INTRODUÇÃO

A Secretaria de Estado de Educação do Rio de Janeiro vem desenvolvendo o Ensino Médio Integral e Integrado à Educação Profissional em algumas de suas escolas em associação com o empresariado. A Educação Profissional no Brasil, em tempos históricos diferentes, vem sendo utilizado no campo do discurso político como a solução para o desemprego e base para o desenvolvimento econômico, o que sabemos ser uma enganação, visto que o problema da desigualdade social brasileira é fruto de sua inserção no capitalismo de forma dependente dos grandes centros do capital internacional. (Fernandes, 2009).

A pesquisa realizada no Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal Fluminense teve como campo empírico três escolas que desenvolvem essas “parcerias” com o empresariado e, desde o início da pesquisa, foi possível perceber a força ideológica das propostas implementadas na rede e a intencionalidade de estender esse modelo de escola para toda a rede e para o Brasil. Um dos aspectos desvelados durante a pesquisa foi a descoberta de que o empresariado se encontra presente nas escolas através de suas organizações sociais, as OSCIP’S (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público).

No decorrer da pesquisa nos deparamos com a necessidade de utilização das fotografias públicas, que, muitas vezes, estavam disponibilizadas em forma de publicidade,

Realização:



Apoio:



retiradas de sites na internet ou publicações das OSCIPS que atuam nas escolas, visto que o uso da fotografia *in loco* não havia sido incluído no escopo da pesquisa ao ser submetida ao comitê de ética.

O estudo, ora apresentado, é um recorte da pesquisa maior que analisou a concepção de educação e de ensino médio Integrado à Educação Profissional na rede SEEDUC em associação com o empresariado finalizada no ano início do ano de 2024.

Para Laham; Lopes (2005, p.117) a publicidade necessita causar impacto. “ Com este impacto, almeja-se construir uma imagem (conceito) na mente do público-alvo sobre um determinado produto, marca ou serviço. ” Serviria ao propósito de construir uma imagem conceituada, da qualidade da empresa e/ou serviço. Além disso, os autores acrescentam que “ A fotografia sempre pode ser manipulada ou moldada para atender a diversos propósitos. ” (Laham; Lopes, 2005, p. 117)

O objetivo do presente trabalho é analisar como a fotografia publicitária vem sendo utilizada para reforçar a ideologia de que ‘parcerias’ com o empresariado seriam positivas para a formação dos jovens do Ensino Médio Integrado à Educação Profissional.

METODOLOGIA

A concepção do materialismo histórico que faz a crítica à economia política na análise do sistema capital (Marx, 2017), e a história como produção social da existência (Marx; Engels, 1977), nos auxilia no entendimento da realidade social ampla e contraditória em seus processos.

A fotografia publicitária foi utilizada na pesquisa como mediação, o que significa que elas foram analisadas considerando-as em sua ligação com as demais relações do objeto estudado imerso na totalidade social.

Ciavatta (2005) nos sinaliza que ainda existem poucos trabalhos acadêmicos na área da educação que utilizam as fotografias como fonte de pesquisa.

A utilização da fotografia como fonte de pesquisa social coloca o difícil problema de como ir além de seu fascínio de recriação da realidade, de seu mistério de simulacro que é e que não é, ao mesmo tempo, o objeto real, de como utilizá-la como documento para a reconstrução da realidade (Ciavatta, 2005, p. 38).

Realização:



Apoio:



Diante do problema citado por Ciavatta (2005) que é o uso da fotografia para além do ‘fascínio de recriação da realidade’, compreendemos as fotografias de publicidade ou aquelas de acesso público (Mauad, 2013), como documento que responde a algumas de nossas indagações sobre o seu sentido na divulgação da empresa a conveniada com a SEEDUC-RJ, e se tornam fontes históricas para a pesquisa.

Na impossibilidade de abordar as três escolas, nos limitaremos a utilizar alguns resultados encontrados na primeira escola da rede a firmar ‘parceria’ com a SEEDUC-RJ, uma união que se mantém estável desde 2008.

1286

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Ao aprofundar o entendimento de como as OSCIP’s atuam dentro das escolas de Ensino Médio Integral e Integrado à Educação Profissional percebemos que a sua atuação vem associada a um movimento maior que é o de manter ‘as coisas dentro da ordem’, da ordem capitalista. Mézszaros (2008) utiliza o conceito de ‘internalização’ para descrever como a escola, de forma ampla, cumpre o papel de manter os indivíduos dentro da posição social que lhe é imposta pelo capital. “Enquanto a *internalização* conseguir fazer o seu bom trabalho, assegurando os parâmetros reprodutivos gerais do sistema do capital, a brutalidade e a violência física podem ser relegadas a um segundo plano...” (Mézszáros, 2008, p. 44, grifos do autor).

A entrevista com a diretora adjunta do Colégio Estadual José Lopes Leite que desenvolve, atualmente, o Ensino Médio Integrado em Multimídia e o Ensino Médio Integrado em Programação de Jogos Digitais, nos mostrou uma das muitas contradições dessa formação ofertada em ‘parceria’. Além de nos ter guiado por uma visita à unidade escolar, nos contou que o prédio da escola pública não pertence à Secretaria de Estado de Educação, foi cedido em comodato ao ente público para o desenvolvimento do EMIIEP.

A estrutura que é compartilhada com a empresa Oi, antiga Telemar, e aparece nas fotografias encontradas como de uso harmônico e bastante atraente para os jovens. O uso dessa estrutura para o desenvolvimento das atividades pedagógicas não foi confirmado na pesquisa. A diretora adjunta entrevistada teceu críticas importantes à estrutura da escola que

Realização:



Apoio:



não tem uma quadra esportiva e o fato de a acústica não ser adequada para ministrar as aulas. Mas o site que hospeda as fotos do projeto arquitetônico da escola, a descreve como ser possível e desejável, a união entre os dois usos.¹

Fotografia 1: Projeto de transformação da sede da Oi para abrigar o Colégio Estadual José Leite Lopes- NAVE - Núcleo Avançado em Educação (2008)



Fonte: Disponível em: <http://oficina.arq.br/projeto/nave-oi/> Acesso: 15/09/2023

1287

A OSCIP Oi Futuro tinha a intenção de propagar o seu ideário de educação para todo o país. Ela construiu uma sala de vidro e aberturas nas portas das salas para que as práticas educativas da escola fossem demonstradas aos visitantes, conforme apontou uma docente da escola em entrevista. “ Você viu que a porta tem um vidro, *né?* Aquilo dali a gente recebia diariamente equipes de profissionais, pesquisadores, enfim, empresas do mundo inteiro, mas era todo dia.” (ENTREVISTA DOCENTE, NAVE, 2024).

¹ É possível encontrar na página que hospeda as fotografias publicitárias utilizadas neste trabalho, diversas outras fotografias do projeto, aliadas a um discurso que defende os usos concomitantes de espaços aparentemente incompatíveis como uma tendência global. Disponível em: <http://oficina.arq.br/projeto/nave-oi/> Acesso em: 14/07/2024.

Realização:



Apoio:



Fotografia 2: Sala de vidro (visão externa) - local de reuniões e demonstrações das práticas educativas do Colégio Estadual José Lopes Leite – NAVE (2008)



1288

Fonte: Disponível em: <http://oficina.arq.br/projeto/nave-oi/> Acesso em: 15/09/2023.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Acreditamos que as fotografias de publicidade cumpriram o seu papel de ‘causar impacto’ e cimentar no plano ideológico de que esse modelo de EMIIEP, em parceria com empresariado, é funcional e desejável para a formação dos jovens. Essa primeira experiência na rede foi inspiração para outras ‘parcerias’ que se seguiram.

REFERÊNCIAS

CIAVATTA, Maria. Educando O Trabalhador Da Grande “Família Da Fábrica”: Memória, História e Fotografia. In CIAVATTA, Maria; ALVES, Nilda (org.). **A leitura de imagens na pesquisa social**. São Paulo: Cortez, 2005, p. 37-59.

FERNANDES, Florestan. **Capitalismo dependente e Classes Sociais na América Latina**. 4.ed.rev. São Paulo: Global, 2009.

MAUAD, Ana Maria. Fotografia pública e cultura do visual, em perspectiva histórica. **Revista Brasileira de História da Mídia**. v. 2, n. 2. 2013. Disponível em: <https://revistas.ufpi.br/index.php/rbhm/issue/view/225> Acesso em: 26/12/2023.

Realização:



Apoio:



MARX, Karl, 1818-1883. **O capital:** crítica da economia política: livro 1/Karl Marx; tradução de Reginaldo Sant'Anna. - 35 Ed. - Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2017.

MÉSZÁROS, István. **A educação para além do capital** -2ª ed. São Paulo: Boitempo, 2008.

LAHAM, Rogério Ferreira; LOPES, Dirce Vasconcellos. A premeditação da mensagem na fotografia. **discursos fotográficos**, Londrina, v.1, p.115-139, 2005.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **A Ideologia Alemã**. [I – FEUERBACH]. Tradução de José Carlos Bruni e Marco Aurélio Nogueira. Editorial Grijalbo. 1977.

Realização:



Apoio:

