



“Você também é responsável”: a campanha publicitária do MOBRAL na Revista Veja (1970-1975)

You are also responsible: The MOBRAL advertising campaign in Veja Magazine (1970-1975)

Danielly Cardoso da Silva

Mestrado em Educação, Universidade Federal de Goiás
<https://orcid.org/0000-0002-2401-1025>; danielly_cardoso@ufg.br

Recebido em: 03/05/2023 / Aceito em: 30/06/2023
DOI: 10.12660/rm.v14n24.2023.89286

Resumo

O Movimento Brasileiro de Alfabetização (MOBRAL), instituído pela ditadura militar como proposta educacional destinada ao público adulto, prometia reduzir o índice de analfabetismo no país. O projeto se preocupava em propagar e fortalecer o ideário ditatorial em seus anúncios e conteúdo, por isso, neste artigo, analisaram-se diferentes tipos de propagandas do período de 1970 a 1975, veiculadas na Revista Veja, considerando capas, anúncios publicitários e reportagens acerca do tema. A análise dessa temática se sustenta com referência na História Cultural, em autores como Le Goff (1996), Pesavento (2005) e Burke (2011). Constatou-se que a campanha publicitária do MOBRAL na Revista Veja contribuiu para a propagação de uma memória aliada aos feitos da ditadura militar.

Palavras-chave: História da Educação; MOBRAL; Campanha Publicitária; Revista Veja; História Cultural.

Abstract

The Brazilian literacy movement (MOBRAL) instituted by military dictatorship like educational project destined at adults, promised to zero the illiteracy rate in the country. The project was concerned with propagating and strengthening the dictatorial ideology in its advertisements and content. This article was analyzed different types of advertisements from the period 1970 to 1975, published in *Veja* magazine, was analyzed, considering covers, advertisements, and reports on the subject. The analysis of this theme is based on Cultural History, with authors such as Le Goff (1996), Pesavento (2005) and Burke (2011). It was found that MOBRAL's advertising campaign in *Veja* Magazine contributed to the influence of a memory allied to the deeds of the military dictatorship.

Keywords: History of Education; MOBRAL; Advertising Campaign; *Veja* Magazine; Cultural History.

Introdução

Diante das muitas formas de se fazer educação no Brasil, observa-se, ao longo da história, projetos, campanhas e propostas educacionais direcionados a diferentes grupos etários, além de estratégias elaboradas para proporcionar acesso à educação escolar e também para diminuir os indicadores que demonstravam a fragilidade do sistema educacional brasileiro. Um dos exemplos desse tipo de iniciativa foi o Movimento Brasileiro da Alfabetização (MOBRAL), implementado no contexto da ditadura militar: um projeto que recebeu grande quantidade de recursos para ser desenvolvido em território nacional, contemplando produção de material didático, oferecendo incentivos para investidores, com ampla divulgação, contando inclusive com produções musicais para difundir o tema. O MOBRAL prometia reduzir drasticamente o índice de analfabetismo no país, que, na ocasião de lançamento da campanha, representava 36% da população (SILVA, 2019).

Este artigo contempla algumas reflexões a partir da dissertação¹ de mestrado desenvolvida entre 2017 e 2019 no Programa de Pós-Graduação em Educação da Faculdade de Educação da Universidade Federal de Goiás. Tal pesquisa analisou a campanha publicitária do Movimento Brasileiro de Alfabetização (MOBRAL) no período de 1970 a 1975, considerando capas, anúncios publicitários e reportagens acerca do tema. Observou-se o papel da Revista Veja no cenário de comunicação durante a ditadura militar: sua relação com o contexto político do período indicado; como a campanha publicitária, além de divulgar e legitimar os discursos desse projeto educacional, fazia-o em consonância com a matriz política e ideológica da época.

Na primeira parte, apresentam-se os objetivos da investigação realizada, as fontes utilizadas e as contribuições da História Cultural que embasaram a análise realizada. Em seguida, caracteriza-se o que foi o MOBRAL e seu papel na história da educação brasileira, e evidencia-se como a Revista Veja contribuiu com a consolidação e propagação das ideias representadas na campanha publicitária deste projeto educacional, reforçando o ideário nacional direcionado pelo projeto civilizatório da ditadura militar. Por fim, discute-se como o material levantado contribuiu na

¹ SILVA, Danielly Cardoso da. **"Você deveria ter vergonha de viver num país com tantos analfabetos"**: a campanha publicitária do MOBRAL na revista veja (1970-1975). Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal de Goiás. Goiânia, 2019.

construção da memória social que se observa acerca do MOBRAL e da Educação de Jovens e Adultos (EJA)².

Fontes e princípios teórico-metodológicos

Para compreender a relação que o MOBRAL e a *Veja* estabeleceram com o ideário da ditadura militar, buscou-se selecionar e analisar fontes que possibilitassem encontrar elementos de aproximação ou diferenciação na composição do passado e, assim, confrontar aspectos culturais, políticos, sociais e econômicos registrados num suporte específico.

As fontes utilizadas nesse trabalho foram constituídas a partir de duas origens. A primeira delas é o DVD “Educação de Jovens e Adultos”, com enfoque no terceiro volume de um conjunto de três DVDs lançados em 2015 pelo professor Osmar Fávero, em parceria com Elisa Mota³. Nesse material, encontra-se um conjunto documental relacionado a diferentes atividades de educação popular e educação de jovens e adultos no período de 1960 até os anos 2000. Esse acervo contempla uma diversidade material que abrange legislações, produções de movimentos sociais, de educação popular, teses, dissertações, artigos, livros e resenhas que ajudam a contar parte da história da educação brasileira.

O segundo conjunto de fontes analisado diz respeito à campanha publicitária do MOBRAL e é localizado no acervo digital da Revista *Veja* do Grupo Abril, acessado mediante assinatura particular. Considerou-se na composição desse, capas, anúncios e reportagens, por compreender-se que, apesar de diferentes denominações e formatos, todo o material objetivava propagar as ações do projeto e legitimar o discurso que justificava as atividades desenvolvidas. O período de recorte foi determinado dentro das possibilidades de construção da dissertação, abrangendo as publicações da Revista *Veja* de setembro de 1970, quando o MOBRAL foi oficialmente iniciado, até dezembro de 1975.

² Ao longo desse trabalho será utilizada a nomenclatura Educação de Adultos para se referir às atividades destinadas a esse público em específico até o ano de 1996, tendo em vista que esta era a nomenclatura utilizada no contexto histórico a que se refere esta pesquisa, sendo substituída pela denominação Educação de Jovens e Adultos – EJA, utilizada pós Constituição Federal, sendo que esta designação só foi oficializada com a LDBEN 9.394/96, quando a EJA passou a ser considerada modalidade da educação básica.

³Osmar Fávero; Elisa Motta. (Org.) 1. ed. Editora De Petrus et Alii. Petrópolis - RJ: FAPERJ, 2015.

Na análise do material, investigaram-se as edições em que essas propagandas circularam e buscou-se identificar a frequência de repetição das mesmas, assim como a data de publicação dos anúncios. Tais critérios objetivaram compreender como a campanha publicitária institucional do projeto educacional contribuiu com a construção do imaginário do MOBRAL. A análise documental foi uma opção utilizada, considerando-se seu potencial enquanto instrumento de compreensão do passado. Assim, ao reunir as fontes, o pesquisador constrói um panorama que lhe permite olhar os fatos e ver, de diferentes ângulos, como determinado objeto se constituiu, de modo que

A análise documental, muito mais que localizar, identificar, organizar e avaliar textos, som e imagem, funciona como expediente eficaz para contextualizar fatos, situações, momentos. Consegue dessa maneira introduzir novas perspectivas em outros ambientes, sem deixar de respeitar a substância original dos documentos. (MOREIRA, 2010, p. 276).

Neste aspecto, há de se considerar que os documentos são produtos da ação humana, por isso a escrita da história não é neutra, mas sim demonstra o posicionamento do pesquisador. Com base nisso, a análise das fontes permitiu problematizar como diversos elementos se organizam em torno do fato histórico, no conjunto de sua cultura, de suas lutas, dos embates em torno das disputas de poder. Ao explorar as fontes, consideraram-se tanto suas potencialidades quanto suas limitações, logo o que está posto nos documentos é um extrato do que existiu, e não a verdade em si, conforme afirmou Le Goff (1996, p. 535):

De fato, o que sobrevive não é o conjunto daquilo que existiu no passado, mas uma escolha efetuada quer pelas forças que operam no desenvolvimento temporal do mundo e da humanidade, quer pelos que se dedicam à ciência do passado e do tempo que passa, os historiadores.

Dito isso, ao se considerar que nem as fontes nem o historiador são neutros no processo de análise do passado, faz-se necessário apontar neste artigo uma opção teórica metodológica que demonstre quais elementos foram considerados na análise das fontes, neste caso a história cultural. Tal opção se justifica primeiramente por contemplar a concepção ampliada das fontes, que considera, além de documentos oficiais, também livros, fotografias e impressos, abarcando as fontes utilizadas neste

trabalho, tendo em vista que nestas fontes estão presentes elementos de cultura e representações do imaginário social. Em outras palavras:

A história cultural também é uma tradução cultural da linguagem do passado para o presente, dos conceitos da época estudada para os de historiadores e seus leitores. Seu objetivo é tornar a “alteridade do passado ao mesmo tempo visível e inteligível. (BURKE, 2011, p. 245)

Ora, tal concepção de fazer histórico pressupõe uma ampliação de elementos constituidores de passado. Crenças, cultura, disputas de poder, religião e muitos outros elementos que, reunidos, permitem compor uma imagem acerca da história. Segundo Pesavento (2005), esses elementos constituem fontes que representam momentos históricos, que se reconstróem a partir do olhar humano no processo de pesquisa. Dessa forma, trabalhar na perspectiva da história cultural pressupõe compreender que nas fontes “existem hierarquias de verdade, verdades parciais, transitórias, pessoais ou sociais, como uma espécie de verdades provisórias, aceitas e reconhecidas como tal em uma época dada” (PESAVENTO, 2005 p. 65).

Em segundo lugar, observa-se que, ao se falar sobre o MOBREAL, no âmbito do senso comum, existe uma imagem social do que foi este projeto educacional: quando se fala o termo, as pessoas imediatamente ligam a imagem às classes escolares destinadas ao público adulto. Ademais, observam-se jargões pejorativos em brincadeiras, segundo os quais uma pessoa leiga é comparada com projeto, sendo chamada a participar de suas classes: “você nunca fez MOBREAL não?”; “Hey, MOBREAL”. Dessa forma, o MOBREAL tornou-se sinônimo de burrice ou sonsidão.

Há uma memória social do que foi o MOBREAL que virou uma forma de identificar a EJA. Essa forma de lembrar é uma construção coletiva, que torna esse objeto um fenômeno histórico, um elemento do passado educacional, que não se faz mais presente no contexto atual, haja vista que

Considerando-se o fato de que a memória social, como a individual, é seletiva, precisamos identificar os princípios de seleção e observar como eles variam de lugar para lugar, ou de um grupo para outro, e como mudam com o passar do tempo. As memórias são maleáveis, e é necessário compreender como são concretizadas, e por quem, assim como os limites dessa maleabilidade (BURKE, 2011, p. 73).

Nesse sentido, considera-se que a campanha publicitária do MOBREAL disseminada na Revista VEJA contribuiu, de alguma forma, com a construção dessa memória social. Sobre essa influência, é importante apontar que a propaganda tem o

poder de criar comportamentos, vender conceitos e produzir uma imagem acerca daquilo que ela veicula. Assim, a Revista Veja, veículo de disseminação desse conteúdo, contribuiu com essa construção na medida em que “as memórias são influenciadas pela organização social de transmissão e os diferentes meios de comunicação empregados” (BURKE, 2011, p. 73).

Conforme Burke (2011), portanto, tornar-se lembrado é ser perceptível, destacar-se do comum ou em relação aos demais (que, neste caso, seriam os outros projetos educacionais voltados ao público adulto na história da educação brasileira). Em razão disso, os conceitos em torno do MOBREAL, presentes na campanha publicitária, tornaram-se memoráveis porque sua percepção se fixou no imaginário popular, cristalizando-se sob a forma de uma ideia, tornando-se, desse modo, um marco.

O MOBREAL e a Revista Veja: entrelaçamentos e concepções

Instituído na década de 1970 pela Lei nº 5.379, de 15 de dezembro de 1967 (BRASIL, 1967), estruturado no modelo de fundação, o MOBREAL se destacou por permanecer mais de uma década no cenário educacional, prometendo uma drástica mudança nos índices de analfabetismo. Embora oficialmente tenha iniciado suas atividades em 8 de setembro de 1970, dia mundial da alfabetização⁴, começou a ser planejado em 1966, como alternativa às experiências de educação popular oferecidas nos anos que antecederam o golpe de Estado em 1964.

O MOBREAL desenvolveu-se com total apoio da ditadura militar, com farto financiamento, produção de material didático para todo país e treinamento de pessoal para atuar em suas classes (FÁVERO; FREITAS, 2011). O Estado militar fez uso de diferentes estratégias para manter o controle político e ideológico sobre a força de trabalho que se formava nas escolas e universidades:

Organizado a partir de uma logística militar, de maneira a chegar a quase todos os municípios do País, ele deveria atestar às classes populares o interesse do governo pela educação do povo, devendo contribuir não apenas para o fortalecimento eleitoral do partido governista, mas também para neutralizar eventual apoio da população aos movimentos de contestação do regime, armados ou não (PAIVA, 2003, p. 337).

⁴ Proclamado pela Organização das Nações Unidas (ONU) em 1967.

O MOBREAL contribuía com o discurso de valorização da educação escolar junto a população adulta, amplamente contemplada pelas propostas de educação popular, sobretudo por Paulo Freire, nos anos que antecederam o golpe. Além disso, havia a precisão de manter o controle ideológico do ponto de vista educacional e cultural no país, assim justificado:

O seu interesse se manifesta, primeiramente, através da repressão a professores e alunos “indesejáveis” ao Regime através do controle político e ideológico do ensino, visando à eliminação do exercício da crítica social e a política, para obter a adesão de segmentos sociais cada vez mais amplos para o seu projeto de dominação. A atuação do Estado na área da educação – coerente com a ideologia da segurança nacional – reveste-se assim de um anticomunismo exacerbado, de um anti-intelectualismo que conduzia à misologia, ou seja, a negação da razão. (GERMANO, 2005, p. 105).

Dessa forma, Paiva (2003) destaca que o MOBREAL fazia restrições à proposta educacional posta por Paulo Freire, como justificativa de possibilitar a promoção social no sentido compatível com a estrutura política, econômica e social do contexto. Desde sua criação, o projeto já apresentava traços de responsabilização da sociedade civil. Ademais, sua lei de criação é sucinta, de apenas duas páginas, e apresentava os principais objetivos complementados por um Plano de Alfabetização, de igual tamanho. Dessa maneira, o MOBREAL diferia do que se observa em outra proposta, instituída nos anos da ditadura o Ensino Supletivo, cuja legislação se estruturava em vários capítulos detalhando orientações de funcionamento.

A Lei nº 5.379, de 15 de dezembro de 1967 (BRASIL, 1967), previa trabalho voluntário de estudantes, que mais tarde estendeu-se a outros grupos sociais como educadores e até mesmo pessoas sem formação docente. Acerca dos recursos financeiros para além do investimento da união, previa-se a doação de interesse privado. O documento “MOBREAL: sua origem e evolução” (BRASIL, 1973) determinava que as atividades do projeto seriam desenvolvidas de forma descentralizada, sob orientação nacional com responsabilidade delegada aos municípios:

A orientação do MOBREAL é da **ampla descentralização administrativa**. A direção central pretende apenas agir dentro de princípios normativos, de fiscalização e de avaliação, **delegando a execução ao nível municipal**. O Município e o **esforço comunitário** são considerados como **a célula principal** a partir da qual se deverá

erguer o Movimento de Alfabetização (BRASIL, 1973, p. 29, grifo nosso).

Desse modo, a organização do projeto coloca a responsabilidade pelo sucesso das ações nos municípios, sobretudo no esforço comunitário, retirando do Estado sua obrigação para com os serviços educacionais; e, os mesmos termos, atribui o problema do analfabetismo a ser solucionado pela comunidade e pela iniciativa privada, que, além de ceder salas para o desenvolvimento do projeto, contribuía financeiramente.

O objetivo do MOBREAL era estender-se a todo país, sobretudo nos centros urbanos, porém percebe-se que o projeto também ganhou espaço no âmbito rural, chegando a localidades que os próprios Correios tinham dificuldade de atender (LEMES 201; OLIVEIRA 2011). Era um projeto ousado, num país com 18 milhões de analfabetos⁵: o MOBREAL propunha alfabetizar 5 milhões de pessoas em três anos e, em seus 15 anos de atividade, contou com diferentes ações, chegando a atender crianças e adolescentes, com ações voltadas a saúde, cuidados de higiene, prevenção de doenças, incentivo à vacinação e organização de hortas comunitárias. Assim, o MOBREAL tornou-se uma proposta de educação permanente a serviço da segurança do regime ditatorial.

Para compreender o discurso do MOBREAL veiculado em sua campanha publicitária, é preciso situar esse conteúdo no suporte veiculado. A Revista Veja, lançada em setembro de 1968, em plena ditadura militar, no ano da publicação do Ato Institucional nº 05 – AI5, foi criada pela Editora Abril como um semanário informativo, segundo Maccari (2010), para competir com outras publicações como O Cruzeiro, Fatos & Fotos e Manchete. Já no seu início, a Veja abordava assuntos variados – política, educação, cenário internacional, cultura, religião, arte, televisão, saúde entre outros – e prometia trazer uma diversidade de conteúdo, assim como ter espaço para a publicação de anúncios de muitas categorias. Quando criada, a Revista teve como proposta:

A manifestação dos editores procurava evidenciar a condição da VEJA como revista de informação nacional, destinada a todos os brasileiros (não apenas aos moradores de uma determinada região) e voltada à abordagem de diferentes assuntos considerados relevantes para

⁵ IBGE Censo Demográfico 1970: <https://serieestatisticas.ibge.gov.br/series.aspx?no=4&op=0&vcodigo=CD101&t=taxa-analfabetismo-15-anos-mais>.

subsidiar e orientar os leitores na tomada de decisões (SILVA, 2015 p. 127).

Observou-se nas edições manuseadas que, de fato, a Revista cumpre com o que promete na diversidade de conteúdo. Suas reportagens apresentam fotos, quadros explicativos, e suas edições, uma grande quantidade de anúncios. Esse conteúdo demonstra o propósito dessa publicação, a que público se direcionava a Revista. Os anúncios em suas páginas vendiam um estilo de vida e de consumo direcionado a pessoas que viajavam para o exterior, compravam joias, eletrodomésticos e eletrônicos e outros bens de valor elevado, certamente não destinados à população que ingressava no Mobral, mas sim à classe média.

O semanário cresceu ao longo de sua trajetória: Andrade (2010) destaca que a Revista Veja alcançou um lugar de prestígio e referência a nível nacional, considerada como propagadora de ideias e opiniões, de modo que anunciar nas páginas da Veja, segundo Marion (2012), custava mais do que em outros produtos do Grupo Abril. Nesse sentido, ao se considerar que a finalidade da propaganda reside na intencionalidade ao se difundir uma ideia, a Veja seria o instrumento ideal, haja vista que, de acordo com Maccari (2010, p. 50), um anúncio publicitário tem por objetivo “gerar conceitos e produzir um determinado comportamento social”.

No que se diz respeito à censura imposta à imprensa no período da ditadura militar, a Revista, apesar das relações políticas do presidente do Grupo Abril, não escapava dessa situação. Edições apreendidas, ameaças e prisões de editores eram casos previstos aos que não se submetiam ao ideário militar. Observa-se que há uma flutuação no número de páginas das edições que varia de oitenta a cem páginas, o que possibilita compreender que muitas vezes o conteúdo era cortado após o fechamento da edição, explicando a oscilação que as publicações da Revista sofreram censura desde sua criação até 1976:

Na noite de 2 de junho de 1976, no terceiro dos cinco anos do mandato de Ernesto Geisel, foi suspensa a censura prévia de VEJA. Praticamente desde o primeiro número da revista, em setembro de 1968, a censura se fez presente. Houve diversos tipos de censura: edições apreendidas, comunicados proibindo notícias sobre determinados assuntos, censores dentro da redação, obrigação de enviar todas as reportagens e fotos para exame prévio. Só nos dois primeiros anos de governo Geisel, sessenta reportagens e 64 ilustrações foram cortadas na íntegra (MACCARI, 2010, p. 111).

Nesse contexto, não era possível a *Veja* opor-se ao governo ditatorial, logo observa-se que a *Revista* apresenta conteúdos que reforçam o ideário militar, como o culto à pátria, a exaltação do golpe – que é citado como “revolução” –, edições especiais dedicadas a presidentes e outros atos do governo. Além disso, era vantajoso ao grupo Abril manter-se aliado à estrutura da ditadura, a fim de estabelecer parcerias e aumentar o seu alcance aos leitores.

A campanha publicitária do MOBREAL na Revista Veja: “você também é responsável”

Analisar as imagens presentes na campanha publicitária do MOBREAL exigiu um olhar cuidadoso e um rigor metodológico em torno de sua compreensão, isto é, observá-las como um conjunto: imagem, discurso, posicionamento, cores, sem perder de vista que a fonte não é neutra. Observando o contexto do período, é possível compreender que a campanha publicitária do projeto educacional se sustentava na ditadura militar, enfatizando os objetivos da Fundação MOBREAL, com o apoio comercial imensurável da Editora Abril.

Durante a pesquisa, foi analisado o conteúdo de 280 edições da *Revista Veja*, publicadas entre 8 de setembro de 1970 e dezembro de 1975. O recorte indica a data oficial de lançamento do MOBREAL, encerrando-se com o período de cinco anos, que foi o período possível de ser alcançado durante a realização da pesquisa. Foi um trabalho moroso, feito página a página, em cada edição, com acesso on-line pago no repositório da *Veja*. Ao todo foram localizadas e analisadas 29 propagandas, sendo 14 anúncios, duas capas e 13 reportagens publicitárias. Para este artigo, optou-se pelo recorte de duas propagandas, uma capa e uma reportagem publicitária.

A primeira propaganda (Figura 1) foi publicada na edição nº 313, de 04/09/1974. Sua abordagem se destina à categoria de empresariado, visando convocar esse grupo a investir no MOBREAL como se este fosse um empreendimento. A chamada inicial apresenta um texto ambíguo: “Ajude o MOBREAL com segundas intenções”, apresentando um homem branco, de terno e cabelos alinhados e um sorriso com ares de esperteza. Esse personagem representa o empresário bem-sucedido, que lucra em seus negócios e que não evidencia cansaço ou preocupação com problemas, pois ele tem lucro investindo no MOBREAL. A expressão popular “segundas intenções” refere-se à ação indireta de obter o êxito pela esperteza.

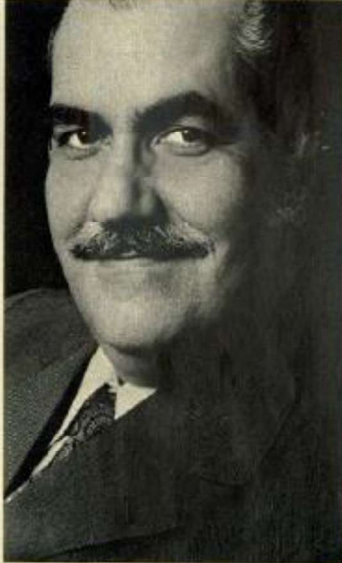
O texto do anúncio reforça a ideia do analfabeto improdutivo e pobre, um peso ao país, incapaz de participar das atividades comerciais: “jamais o analfabeto será um bom cliente da sua empresa”. Nas palavras de Paiva (2003, p. 295):

O analfabeto é visto como um elemento incapaz, pois “os marginalizados mal produzem e consomem abaixo do mínimo. Não imaginam, não se dedicam, não estimulam, não competem, não se aperfeiçoam. Constituem, sob todos os aspectos, a mais perigosa parcela contra o desenvolvimento”. A eles escapariam, de todo, “o que de elementar se exige na vida das relações humanas”: “Eis o marginal que pesa na comunidade – para alguns, o peso morto que lhe detém o progresso; para outros, o cego moral que renunciou aos atributos maravilhosos da espécie”.

Reforçando os aspectos negativos atribuído aos analfabetos, o anúncio apresenta o MOBREAL como a única solução para combater esse mal, evidenciando o papel transformador do projeto. Essa concepção acerca do analfabetismo enquanto vergonha nacional busca responsabilizar uma parcela da população, à qual não foi oportunizado o acesso à educação escolar na idade esperada, por todos os problemas nacionais, imputando ao indivíduo uma responsabilidade que compete ao Estado. Essa justificativa, conforme Paiva (2003), teria sido superada pelas experiências educacionais dos anos 1950 e 1960 com foco na educação popular, que identificavam o adulto analfabeto como um ser economicamente ativo, trabalhador, pertencente a um grupo social e cultural, com direito de ser respeitado.

Ajude o Mobral com segundas intenções.

Todo analfabeto é pobre. Consume pouco. Compra pouco. Jamais um analfabeto será um bom cliente da sua empresa. Você, como empresário, já deve ter percebido onde vamos chegar: ajude o Mobral para ajudar a sua empresa. Pelos seus lucros futuros. Ajudar o Mobral traz outras compensações.



Pessoalmente, você tem a oportunidade de conviver com os líderes da sua cidade. A começar pelo Prefeito, profissionais liberais, comerciantes, industriais. E isso é importante para você e para o seu negócio. Ajudando o Mobral você reforça a boa imagem da sua empresa de maneira mais prática, direta e simpática do que mil coquetéis ou notinhas de viagem à Europa. No fim das contas, como você depende do progresso do País para crescer, quem sai ganhando é você mesmo.

Ajude o Mobral da sua cidade com

TRABALHO:	serido recrutador, professor, monitor ou colaborando nos serviços de secretaria
MATERIAL:	material de escritório, telefone, computador, etc.
RECURSOS:	serviços de limpeza, segurança, etc.

PROCURE A COMISSÃO MUNICIPAL DA SUA CIDADE

Imagem 1- Ajude o MOBREAL com segundas intenções.
Fonte: Revista Veja, São Paulo: Editora Abril, nº 313, 04/09/1974.

Texto: Todo analfabeto é pobre. Consume pouco. Compra pouco. Jamais um analfabeto será um bom cliente da sua empresa. Você, como empresário, já deve ter percebido onde vamos chegar: ajude o MOBREAL para ajudar a sua empresa. Pelos seus lucros futuros. Ajudar o MOBREAL traz outras compensações. Pessoalmente, você tem a oportunidade de conviver com os líderes da sua cidade. A começar pelo Prefeito, profissionais liberais, comerciantes, industriais. E isso é importante para você e para o seu negócio. Ajudando o MOBREAL você reforça a boa imagem da sua empresa de maneira mais prática, direta e simpática do que mil coquetéis ou notinhas de viagem à Europa. No fim das contas, como você depende do progresso do País para crescer, quem sai ganhando é você mesmo. Quadro: Ajude o MOBREAL da sua cidade com TRABALHO: sendo recrutador, professor, monitor ou colaborando nos serviços de secretaria.

MATERIAL: doando cadernos, livros, bancos, lampiões, lousas, tudo que for útil para as aulas.
RECURSOS: através de qualquer importância.

O ponto de intersecção entre a ambiguidade apresentada na chamada e o texto se faz presente no convencimento: o empresário é um financiador de si mesmo, não apenas da nação, e no final recebe os benefícios de sua benevolência, pois, ao investir no MOBRAL, contribui para que mais pessoas estejam ativas economicamente, capazes de consumir, movimentar a economia. No final, o anúncio indica algumas formas de contribuir com o projeto para além do custo financeiro.

A segunda propaganda (Figura 2) foi retirada da edição nº 150 de 21/07/1971. Seu foco é a divulgação do MOBRAL por meio da qualidade de seu material didático, tratando-se de uma dupla promoção. Ao mesmo tempo que anuncia o projeto, o grupo Abril se promove como exemplo de conduta a ser seguida por outras empresas. Estão presentes na imagem a logo do projeto com a digital cortada e o bordão “Você também é responsável”. O bordão mencionado, segundo Paiva (2003), era um dos muitos apelos utilizados para promover o envolvimento social, inclusive em forma de música, cantada pela dupla Dom e Ravel, tocada em emissoras de rádio para promover adesão ao projeto.

Dessa forma, a responsabilidade pelo sucesso do MOBRAL não é atribuída ao Estado, nem à editora que publica seu material, mas sim ao esforço individual da população que financia, indica alunos, atua como voluntária e se compromete com a educação: a autorresponsabilização é um elemento que constantemente se repete na campanha publicitária do projeto.

EDUCAÇÃO NÃO SE FAZ COM DISCURSO.

Aliás, nada se faz com discurso.
E educação é investimento: exige talento, capital e muita vontade de trabalhar.
O Brasil já é, hoje, um dos cinco países que mais investem em educação.
Nos próximos três anos o Governo Federal vai gastar mais 24 milhões de cruzeiros, para que os

brasileiros saibam mais, produzam mais e vivam melhor.
Nós também já estamos fazendo a nossa parte.
Há dois anos as publicações da Divisão de Educação estão ajudando 4 milhões de brasileiros a sair de onde estão.
Editamos cartilhas de alfabetização, fascículos de madureza, livros e cartazes didáticos.
E nossas mangas vão

continuar arregaçadas: estamos cheios de projetos para levar educação a milhões de brasileiros, dentro e fora das escolas.

Divisão de Educação
ABRIL S.A.
CULTURAL E INDUSTRIAL

Figura 2 - Educação não se faz com discurso

Fonte: Revista Veja, São Paulo: Editora Abril, nº 150, 21/07/1971.

Texto: EDUCAÇÃO NÃO SE FAZ COM DISCURSO

Aliás, nada se faz com discurso.

E educação é investimento: exige talento, capital e muita vontade de trabalhar.

O Brasil já é, hoje, um dos cinco países que mais investem em educação.

Nos próximos três anos, o Governo Federal vai gastar mais de 24 milhões de cruzeiros, para que os brasileiros saibam mais, produzam mais e vivam melhor.

Nós também já estamos fazendo a nossa parte.

Há dois anos as publicações da Divisão de Educação estão ajudando 4 milhões de brasileiros a sair de onde estão.

Editamos cartilhas de alfabetização, fascículos de madureza, livros e cartazes didáticos.

E nossas mangas vão continuar arregaçadas: estamos cheios de projetos para levar educação a milhões de brasileiros, dentro e fora das escolas.

Ao promover o projeto, o Grupo Abril se autopromove, valorizando sua imagem no cenário econômico e social. Além disso, cabe ressaltar que esse grupo não ocupa um papel qualquer na execução do projeto, conforme aponta Pederiva (2015, p. 32):

Vale ressaltar que o material didático produzido não foi elaborado pela equipe técnica do MOBREAL, tampouco por educadores. A edição e impressão foram realizadas por três empresas privadas: a Abril Cultural S.A., a Bloch Editores S.A. e a Gráfica Editora Primor S.A. Todas as editoras produziam os livros para atender aos mesmos propósitos, a alfabetização de adultos advindos de estratos sociais menos abastados. Uma vez que significativa parte dos recursos financeiros do programa era destinada ao material didático, havia grande concorrência entre as editoras.

Juntamente com outras duas empresas, a Editora Abril concentrava o monopólio da produção didática do MOBREAL. Esse não é o único anúncio em que o grupo aparece, logo tais propagandas demonstram o interesse da editora em se mostrar parte do progresso do País, seja na confecção dos livros utilizados nas classes de alfabetização, seja como modelo de instituição. Entretanto, se nas propagandas encontram-se expressões que menosprezam a capacidade dos alfabetizandos, pode-se concluir que essa depreciação também imperava nos materiais didáticos.

O próximo exemplo de anúncio apresentado consiste numa capa, que também é um tipo de propaganda, contendo as mesmas propriedades que os anúncios, imagens, textos: estratégias de convencimento para que o consumidor adquirisse a Revista nas bancas, uma vez que a assinatura no período pesquisado era uma novidade. A capa escolhida (Figura 3) foi divulgada em setembro de 1970, na edição nº 109, 09/09/1970, no primeiro ano do MOBREAL. É a primeira edição que menciona o projeto, um dia após seu lançamento. A imagem mostra uma grande digital com um “X”, indicando o fim da assinatura realizada com o carimbo do polegar; apresenta o texto “A Festa da Pátria”, associando a comemoração do dia da Independência do Brasil com o lançamento do MOBREAL, um arranjo que celebra a nação, a ordem, o progresso e o fim do analfabetismo.

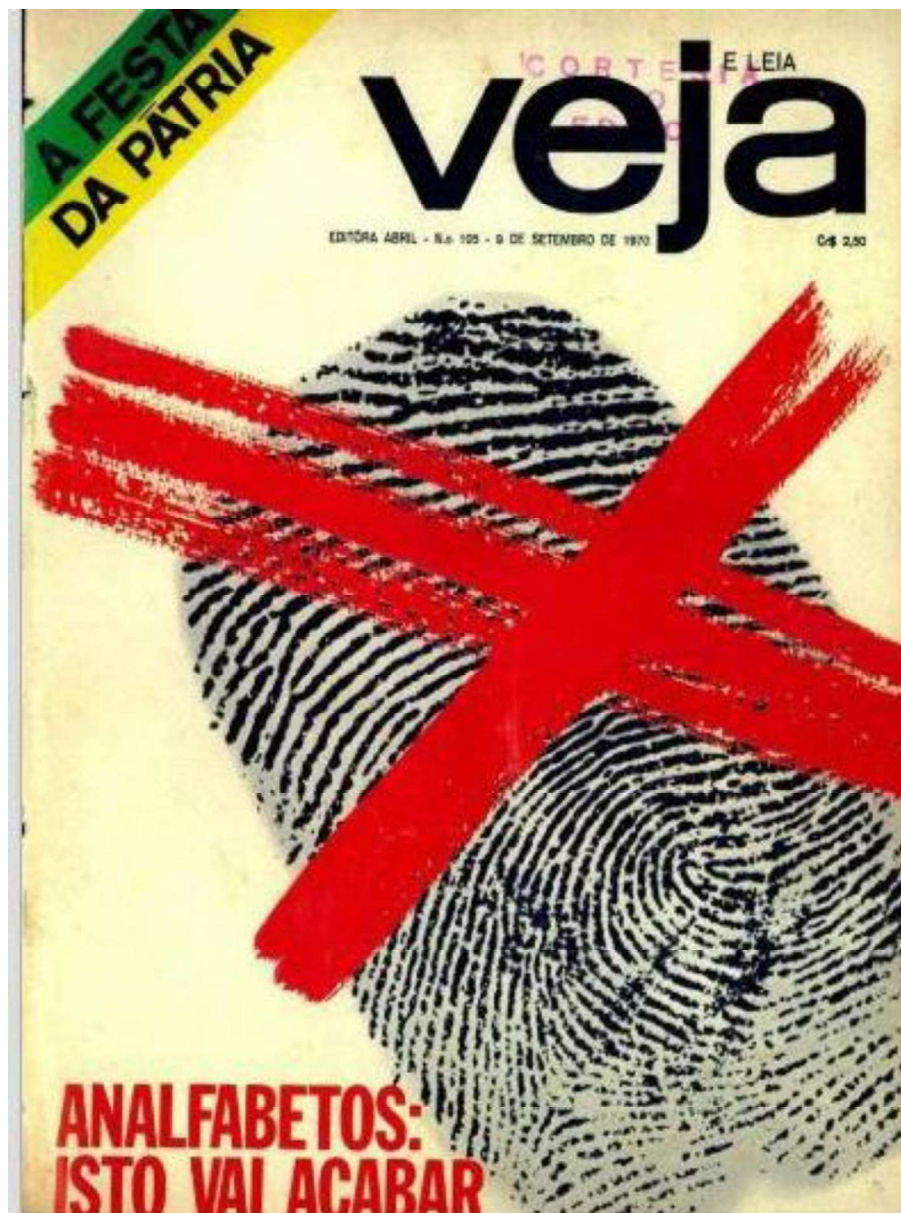


Figura 3 - Analfabetos: isto vai acabar

Fonte: *Revista Veja*, São Paulo: Editora Abril, nº 109, 09/09/1970.

A chamada anunciando o fim da condição de analfabetos parece indicar que essa população seria exterminada, tal como se faz com insetos, animais, pragas e doenças. Esse anúncio se alinha com a frase amplamente utilizada pela ditadura militar para se referir aos considerados inimigos do governo: “Ou o Brasil acaba com as saúvas ou as saúvas acabam com o Brasil”⁶, uma metáfora que se referia aos políticos, artistas, juventude e outras “formigas”. Essa ideia também coaduna com o

⁶ Frase comumente atribuída ao botânico e naturalista francês Auguste de Saint-Hilaire que viveu no Brasil no início do século XIX e citada pelo personagem principal de Lima Barreto na obra “O triste fim de Policarpo Quaresma”.

projeto de sociedade: assim como no formigueiro, para o Brasil dar certo cada um deveria fazer a sua parte.

O “X” vermelho remete ao pressuposto de erradicação presente nos documentos orientadores do MOBREAL. Em “Em Alfabetização: um projeto brasileiro” (Brasil, 1972, p. 08, grifo nosso), observam-se os objetivos do projeto:

- **Erradicar** o analfabetismo;
- Integrar o alfabetizado na força de trabalho;
- Possibilitar ao alfabetizado educação continuada;
- Oferecer oportunidades para a promoção humana;
- Possibilitar treinamento para a preparação de mão de obra necessária, nos setores de trabalho;
- Incentivar o desenvolvimento comunitário.

O uso do verbo erradicar presumia o analfabetismo como doença, um termo geralmente utilizado com intenção de extirpar pragas ou parasitas. Mais uma vez, observa-se a representação do analfabeto como ser desarticulado da sociedade, improdutivo, que precisa se articular ao trabalho. A tônica da propaganda era de que somente o MOBREAL proporcionaria essa integração e promoveria essas “criaturas” à categoria de ser humano.

Diante disso, a imagem do “X” vermelho adquire um caráter de proibição, eliminação, reforçando a negatividade em torno desse tipo de assinatura. Numa edição que celebra o nacionalismo do País, posto na independência, a proposta é livrar o País daquilo que atrapalha seu desenvolvimento. Essa é uma imagem que se repete em vários anúncios do MOBREAL e, durante seus primeiros anos, é a logo de identificação do projeto, o que reforça o papel da propaganda, que é criar imagens que não precisam de palavras para serem identificadas: ao ver a digital cortada, qualquer pessoa saberia que esse era o símbolo do MOBREAL. É a partir dessa edição que se passa a encontrar anúncios destinados à promoção do projeto. A campanha publicitária do MOBREAL descreve o Brasil da ditadura militar, conforme afirma Thompson (2009, p. 106):

A mídia se envolve ativamente na construção do mundo social. Ao levar as imagens e as informações para indivíduos situados nos mais distantes contextos, a mídia modela e influencia o curso dos acontecimentos, cria acontecimentos, que poderiam não ter existido em sua ausência.

Desse modo, a mídia impressa da Veja retratou o imaginário da ditadura, suas concepções a respeito da educação, sua visão de nação, o culto à pátria, ao civismo,

o caráter messiânico das ações humanas diante da responsabilidade individual. A campanha publicitária reforçou aspectos do discurso ditatorial e constituiu elementos influenciadores da memória social. Segundo Burke (2011), os elementos de organização social, incluindo os meios de comunicação, têm um papel na constituição das memórias, fixando conceitos que se perpetuam durante gerações.

Por fim, apresenta-se o último tipo de divulgação presente na campanha publicitária do MOBREAL: as reportagens de divulgação das ações do projeto. Enquanto nos anúncios e capas as características são interpretadas a partir da leitura da imagem – sua composição com cores, os efeitos de luz, expressões faciais e outros elementos visuais –, as reportagens expressam uma objetividade em maior proporção, sendo avaliada pelo texto escrito, de modo direto.

Na reportagem publicada na edição de nº 117, em 02/12/1970, que tem por título “Os convocados” (Figura 4), o tema central é o lançamento da campanha de captação de recursos para o MOBREAL, em um jantar promovido pela Editora Abril Cultural. Nesta ocasião, Jarbas Passarinho, ministro da Educação, foi elogiado por conquistar a simpatia dos empresários convidados para o evento. Em seu discurso, o ministro destacou que a alfabetização não poderia ser apenas problema do governo, mas seria responsabilidade de todos.



Figura 4 – Os convocados

Fonte: Revista Veja, São Paulo: Editora Abril, nº 117, 02/12/1970.

A reportagem ressaltou o papel fundamental do apoio financeiro que o empresariado daria para execução das atividades do MOBRAL, como um investimento no futuro do país, não como um sacrifício oneroso. Em conjunto com a reportagem, na mesma edição aparecem propagandas que reforçam o papel das parcerias com o MOBRAL, enfatizando a necessidade do investimento do empresariado. Vale lembrar que, além de recurso específicos para o desenvolvimento do projeto, o MOBRAL recebia contribuições da Loteria Esportiva desde o ano de 1971 (CUNHA; GÓES, 1991), além da possibilidade de donativos a serem incluídos no imposto de renda.

Esta é uma reportagem curta, de duas colunas, que se encerra com uma foto do evento. Na mesa diretiva, observam-se o ministro da fazenda Delfim Neto, ao lado de Victor Civita, diretor da Editora Abril; o diretor do MOBRAL, Mário Enrique Simosen; e João Paulo dos Reis Velloso, ministro do planejamento. A presença de Civita entre tantas autoridades permite questionar que tipo de relação o diretor e fundador do Grupo Abril tinha com os representantes da ditadura. Se nos anúncios já se pode perceber a autopromoção do Grupo, a reportagem expressa as relações políticas implicadas nessa trajetória.

Com base no exposto, nota-se que o texto da reportagem deixa claro que a reunião citada foi promovida pelo Grupo Abril, que também recebia para publicação de material didático do MOBRAL. Larangeira (2014) destaca que o governo despendia 36% de sua receita para publicidade, logo Civita se beneficiava duplamente com relação ao MOBRAL, autopromovendo sua empresa, gerando valor para seu empreendimento.

Algumas considerações finais

A partir do movimento de pesquisa aqui sintetizado, percebe-se a necessidade de aprofundar a discussão acerca da ditadura militar em todos os níveis de ensino, do fundamental ao superior, pois a memória construída deste período é frágil. Infelizmente, essa debilidade leva muitos a conclamar a volta dos militares – sem perceber o que esse período significou àqueles que foram torturados, perseguidos e tiveram suas vidas destruídas em nome da ordem –, pois oportuniza que se divulgue a ditadura como um tempo de não corrupção, de ordem, disciplina, ignorando os acordos espúrios feitos com grandes empresários (como Victor Civita,

da Editora Abril), assim como o desvio de verba pública destinada a um programa educativo.

Percebe-se também que as propagandas do MOBREAL que circulavam na Revista semanal incluíam representações em contextos estereotipados. A pátria, ou nação, a despeito de ser harmoniosa, apresentava o problema do analfabetismo, que, com a ajuda de todos, seria solucionado prontamente. A solução viria de forma radical, daí os argumentos de erradicar, extinguir, eliminar, extirpar o mal do analfabetismo em tempo estipulado, como se se combatesse algo semelhante a uma epidemia, uma doença, insetos e outros que não permitiam o bom andamento da pátria brasileira. Se o Brasil ia bem, conforme propagavam os militares, os brasileiros deveriam acompanhar, em consonância, o ritmo de ordem e progresso.

Ademais, observou-se no MOBREAL a presença das características do ideário militar, pautado na ordem, progresso, religião e moralidade, sem abrir mão da autoridade, que impunha um projeto educacional capaz e eficiente para combater a ameaça do analfabetismo. Como uma proposta que parecia começar do nada, ignorando projetos anteriores, sobretudo as iniciativas que se baseavam na democracia e na organização popular, para ensinar adultos a ler e escrever, o projeto criado de forma impositiva, sem a participação popular, mas que exigia que fosse assumido e tomado por todas as pessoas convocadas, como nos feitos militares, nos quais parece não haver outra possibilidade a não ser acatar a imposição.

Nesse sentido, ao apelar para a responsabilidade individual e o compromisso com a nação, a Fundação MOBREAL, produto da ditadura militar, sustentava-se sob as ordens de um modelo educacional redentor, que libertaria e salvaria o País do analfabetismo. Essa postura ignorava – e isso não era uma coincidência – todas as ações anteriores, como as campanhas de alfabetização na década de 1940, o trabalho dos movimentos eclesiais de base, dos círculos de cultura, e tantos outros projetos realizados. Dessa forma, o MOBREAL não se tratava de assegurar os direitos de ler e escrever, mas sim de cumprir com o papel estabelecido pelo Estado.

Nesse contexto, evidencia-se que a figura da Editora Abril, representada pela Revista Veja, beneficia-se do papel comercial e social, pois, além de promover a circulação do periódico, projetando-se na extensão de seu papel ideológico, colocasse, de forma explícita, na defesa de uma proposta de educação sob os moldes do projeto de Estado da ditadura. Os acordos fundados entre os militares e a empresa incluíam, além da divulgação da Fundação MOBREAL em capas e elogiosas longas

matérias da Revista, uma série de propagandas que ocupavam páginas inteiras com a logomarca da editora, indicando apoio promocional ao projeto educacional da ditadura militar.

Com base no exposto, pode-se concluir que as propagandas contribuem para a fixação do MOBREAL enquanto proposta educacional destinada ao público adulto, um projeto grandioso que, apesar de ter sido alvo de uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) para averiguar desvios financeiros e irregularidades em suas ações, ainda se apresenta como sinônimo de EJA. Embora seja perceptível que a Revista Veja era um produto destinado a um público específico – com poder aquisitivo condizente com os anúncios que veicula –, seu discurso se propaga pela extensão do conteúdo simbólico, reproduzido muitas vezes por alguém que não leu seu conteúdo, mas o acessou a partir dos discursos estabelecidos nas relações sociais com aqueles que consumiam a publicação.

Portanto, há de se considerar que o MOBREAL era um projeto de alfabetização de massa, sendo promovido por um meio de comunicação de massa: a Revista Veja, que se configurou como uma estratégia de controle e propagação de ideias associadas ao modo de operação da ditadura militar. Tem-se aí a massa sob controle, ao ofertar a possibilidade de progresso a partir do sucesso educacional via projeto de alfabetização.

Referências

ANDRADE, Paula Deporte de. **A formação da infância do consumo - um estudo sobre crianças nos anúncios publicitários da revista Veja**. Dissertação (Mestrado em Educação), Universidade Luterana do Brasil, Canoas, 2011.

BURKE, Peter. **Variedades de história cultural**. 7ª Edição. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

CUNHA, Luiz Antonio; GÓES, de Moacir. **O Golpe Na Educação**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1991.

FÁVERO, Osmar; FREITAS, Marinaide. A educação de adultos e jovens e adultos: um olhar sobre o passado e o presente. **Inter-Ação**, Goiânia, v. 36, n. 2, p. 365-392, jul./dez. 2011.

FAVERO, Osmar; MOTTA, Elisa. (Org.). **Educação Popular e Educação de Jovens e Adultos, Volumes 1, 2 e 3**. 1. ed. Petrópolis: Editora De Petrus et Alii - FAPERJ, 2015.

GERMANO, José Willington. **Estado Militar e Educação no Brasil (1964-1985)**. 4. ed. São Paulo: Cortez, 2011.

LE GOFF, Jacques. **História e Memória**. 4.ed. Campinas: Unicamp, 1996.

LEMES, Ercília Alves. **Educação do campo e direitos humanos: uma proposta contra -hegemônica para os sujeitos do Campo**. Dissertação (Mestrado em Direitos Humanos), Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2016.

MACCARI, Érika Cristina Celestino Pascoal. **Revista Veja: a propaganda e a sustentabilidade ambiental**. Dissertação (Mestrado em Educação), Universidade do Oeste de Santa Catarina, Joaçaba, 2010.

MARION, Ursulina Rozete Antunes. **Plano Nacional de Educação: os discursos sobre as metas educacionais nas revistas Veja e Época**. Dissertação (Mestrado em Educação), Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, 2012.

MOREIRA, Sonia Virgínia. Análise documental como método e como técnica. *In*: DUARTE, Jorge. BARROS, Antonio. (Org.) **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2010.

OLIVEIRA, Leticia Borges de. **Educação no campo: MOBRAL no meio rural de Uberlândia/MG (1970-1985)**. Dissertação (Mestrado em Educação). Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2011.

PAIVA, Vanilda. **História da Educação Popular no Brasil: Educação Popular e Educação de Adultos**. São Paulo: Loyola, 2003.

PEDERIVA, Ana Cristina. **O MOBRAL faz mais do que ensinar a ler e a escrever: manifestações biopolíticas para o controle de adultos analfabetos em Varginha-MG (1970-1985)**. 2015. Dissertação (Mestrado em Educação), Universidade Federal de São João Del-Rei, São João Del-Rei, 2015.

PESAVENTO, S. J. **História e história cultural**. Belo Horizonte: Autêntica, 2005

SILVA, Carla Luciana Souza. **Veja: o indispensável partido neoliberal (1989 a 2002)**. 2005. Tese (Doutorado em História), Universidade Federal Fluminense/UNIOESTE, Niterói, 2005.

SILVA, Veronice Mastella da. **De anônimos a heróis: discursos sobre o câncer de 1973 a 2013 no gênero reportagem de popularização da ciência na revista VEJA**. Tese (Doutorado em Letras), Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2015.

SILVA, Danielly Cardoso da. **"Você deveria ter vergonha de viver num país com tantos analfabetos": A Campanha Publicitária do MOBRAL na Revista Veja (1970-1975)**. 2019. Dissertação (Mestrado em Educação), Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2019.

THOMPSON, John Brookshire. **A mídia e a modernidade**. Petrópolis: Vozes, 2009.

Fontes

BRASIL, Lei nº 5.379, de 15 de dezembro de 1967. **Lei de criação do MOBRAL**. Brasília, 1967.

BRASIL. Fundação Movimento brasileiro de alfabetização. **Alfabetização: um projeto Brasileiro**. Rio de Janeiro, 1972.

BRASIL. Ministério da Educação e Cultura. **MOBRAL: sua origem e evolução**. Rio de Janeiro, 1973.

OS convocados. **Revista Veja**, São Paulo: Editora Abril, nº 109, 09/09/1970

ANALFABETOS: isto vai acabar. **Revista Veja**, São Paulo: Editora Abril, nº 117, 02/12/1970.

EDUCAÇÃO não se faz com discurso. **Revista Veja**, São Paulo: Editora Abril, nº 150, 21/07/1971

AJUDE o MOBRAL com segundas intenções. **Revista Veja**, São Paulo: Editora Abril, nº 313, 04/09/1974

IBGE. **Censo Demográfico**, 1970. Disponível em:
<https://seriesestatisticas.ibge.gov.br/series.aspx?no=4&op=0&vcodigo=CD101&t=taxa-analfabetismo-pessoas-15-anos-mais>. Acesso em 20/11/2018.