

A INFLUÊNCIA DAS PROPAGANDAS DA TELEVISÃO ABERTA BRASILEIRA NO DESENVOLVIMENTO SOCIOCULTURAL DE CRIANÇAS NOS ANOS INICIAIS DO ENSINO FUNDAMENTAL

Angela Ribeiro da Luz¹

Suzane Dariff Saldanha²

Vânia Mara Pereira Machado – co-autora³

1. INTRODUÇÃO

A pesquisa em questão tem como tema “A influência das propagandas da televisão aberta brasileira no desenvolvimento sociocultural de crianças nos anos iniciais do Ensino Fundamental”. É na busca do entendimento sobre a influência deste veículo de comunicação educativo na aprendizagem e no desenvolvimento das crianças do Ensino Fundamental que se desenvolverá nossa pesquisa de campo, com entrevistas a pais, professores e alunos do Ensino Fundamental na tentativa de compreender essa influência e qual seria o papel da escola diante da questão.

Inicialmente analisaremos o modelo neoliberal difundido em nosso país na década de 90 e como se utilizou pedagogicamente da televisão como ferramenta estratégica de poder para legitimar o sistema capitalista e seus desdobramentos na educação das crianças dos anos iniciais do Ensino Fundamental. Assim como os Parâmetros Curriculares Nacionais (PCNs), documentos produzidos pelo MEC e enviados a todas as escolas do Brasil, que têm como princípios e fundamentos o lema “aprender a aprender”, afinado com o projeto ideológico neoliberal.

Neste trabalho a concepção adotada é a pedagogia histórico-crítica na perspectiva psicológica histórico-cultural de Lev. S. Vygotsky e será descrita a

¹ Graduada em Pedagogia pela Unibrasil - suzanedfs@hotmail.com

² Graduada em Pedagogia pela Unibrasil

³ Mestre em Educação pela PUC-PR; historiadora do Arquivo Público do Paraná. Professora do curso de Pedagogia da Unibrasil - vaniampmachado@yahoo.com.br

relação entre desenvolvimento e aprendizagem, fundamentada no método materialista histórico dialético.

Este trabalho se justifica pela importância dos meios de comunicação na atualidade – no caso em questão, a televisão –, que faz parte do dia a dia da maioria da população brasileira, um instrumento de legitimação do grande capital e, conseqüentemente, dos seus interesses.

Cada vez mais, a criança é alvo do meio publicitário, aparecendo nos comerciais de rede de supermercados, bancos, operadoras de telefonia, marca de calçados, roupas... Enfim, tudo o que possa gerar consumo. A pergunta é: que sujeito se quer formar na escola ou deixaremos o mercado decidir por nós?

Para a televisão como estratégia ideológica do sistema capitalista, a criança representa um grande negócio, sendo utilizada em comerciais de produtos direcionados aos adultos, nas quais as crianças aparecem como protagonistas, favorecendo a escolha da marca do carro, o produto de limpeza, do celular, resultando no fortalecimento do capital monopolista e fazendo da criança também um consumidor. Então não deveria ter uma regulamentação específica sobre o tema?

Se o processo educacional deve ser visto em sua totalidade, a televisão – enquanto meio de comunicação e as propagandas da televisão aberta – pode e deve ser utilizada como ferramenta de aperfeiçoamento das relações sociais, contribuindo para a emancipação humana.

2. O MODO DE PRODUÇÃO CAPITALISTA E SUAS REPRODUÇÕES NA ESCOLA

As relações de produção são as relações concretas que os homens estabeleceriam em uma determinada sociedade, tendo em vista a produção e reprodução dos indivíduos, das classes sociais e da sociedade. As relações de produção se expressariam na forma de propriedade, na forma de produção e distribuição dos excedentes sociais e na forma de organização das relações de trabalho entre as classes sociais (MARX, 1983, p. 301 apud BARBOSA, 2001, p. 7).

Para assegurar sua sobrevivência, o homem realiza o primeiro ato histórico, o ato histórico fundamental, isto é, ele “produz os meios que permitam a satisfação dessas necessidades”. Isso significa que a atividade humana, já nas suas formas básicas, voltadas para a criação das condições de

sobrevivência do gênero humano, não se caracteriza, como a atividade dos animais, pelo simples consumo dos objetos que satisfaçam suas necessidades, mas sim pela produção de meios que possibilitem essa satisfação, ou seja, o homem, para satisfazer suas necessidades, cria uma realidade humana, o que implica a transformação tanto da natureza como do próprio homem (DUARTE, 2005, p. 118).

Porém, na década de 70 houve uma crise na sociedade capitalista, sendo o meio de produção substituído pelo modelo toyotista.

A crise da sociedade capitalista que eclodiu na década de 70 conduziu a reestruturação dos processos produtivos, revolucionando a base técnica da produção e conduzindo à substituição do fordismo pelo toyotismo. Diversamente, o modelo toyotista apoia-se em tecnologia leve, de base microeletrônica flexível e opera com trabalhadores polivalentes visando a produção de objetos diversificados, em pequena escala, para atender à demanda de nichos específicos do mercado, incorporando métodos como o *just in time*⁴, que dispensam a formação de estoques, requer trabalhadores que, em lugar de estabilidade no emprego, disputem diariamente cada posição conquistada, vestindo a camisa da empresa e elevando constantemente sua produtividade (SAVIANI, 2007, p. 429).

Nesse modelo, o trabalhador é visto como colaborador da empresa, e domina o uso das máquinas na linha de produção, mas não tem o conhecimento da base teórica com o que está lidando, é vinculado aos trabalhadores com várias qualificações, pois consegue lidar com as técnicas apresentadas.

Para Saviani (2007, p.84), “no sistema capitalista, a educação passa a ser entendida como um investimento em capital humano individual que habilita as pessoas para a competição pelos empregos disponíveis”, ou seja: é na escola que aprendemos a controlar nossas capacidades intelectuais e sistema biológico.

As classes dominantes já sabem, há muito tempo, que as classes dominadas precisam de normas morais que cerceiem a possibilidade de o descontentamento transformar-se em revolta social. É claro que não podemos deixar de também defender princípios morais como o da aceitação do outro e o da aceitação da diferença. Entretanto, não é isso que está em jogo, mas sim o fato de que o princípio da aceitação da diferença esteja sendo utilizado para legitimação de uma sociedade desigual, injusta, exploradora e excludente (DUARTE, 2005, p. 47).

⁴ Just in time = processo no qual se busca o mínimo de estoque.

3. O MODELO NEOLIBERAL E SUA CONCRETIZAÇÃO NA ESCOLA

A educação enquadra-se, assim, na lógica da mundialização do capital. A lógica, já apontada por Marx, da universalização do valor de troca como a única mediação entre todos os seres humanos e também a mediação entre cada indivíduo e as atividades que realiza. Marx utilizou a expressão “esvaziamento completo” para se referir ao ser humano no capitalismo. A educação está sendo posta em sintonia com esse esvaziamento completo, na medida em que seu grande objetivo é tornar os indivíduos dispostos a aprender qualquer coisa, não importando o que seja desde que seja útil à sua adaptação incessante aos ventos do mercado. (DUARTE, 2005).

Na concepção pedagógica histórico-crítica, pela via de Saviani (2007) analisa o contexto neoliberal dos anos 90 e seus desdobramentos na educação brasileira, afirmando que as ideias pedagógicas sofrem grande inflexão: passa a assumir no próprio discurso o fracasso da escola pública, justificando sua decadência como algo inerente à incapacidade do Estado de gerir o bem comum.

Neste contexto dos anos 90 se configura a “pedagogia da exclusão”, passando para os indivíduos a total responsabilidade por não ter uma colocação no mercado de trabalho, alegando que ele não fez cursos suficientes para concorrer com os demais candidatos.

Sendo que:

Como, também, a “pedagogia das competências” apresenta-se como outra face da Pedagogia do “aprender a aprender”, cujo objetivo é dotar os indivíduos de comportamentos flexíveis que lhes permitam ajustar-se às condições de uma sociedade em que as próprias necessidades de sobrevivência não estão garantidas. (DUARTE, 2005, p. 437).

Os Parâmetros Curriculares Nacionais (PCNs) surgiram na década de 90, durante o governo de Fernando Henrique Cardoso, gestão de governo, que legitimou no país o modelo neoliberal e nisso reside a crítica.

Mas, afinal, como o construtivismo é definido nos PCNs? Da seguinte forma: por muito tempo a pedagogia focou o processo de ensino no professor, supondo que, como decorrência, estaria valorizando o conhecimento. O ensino, então, ganhou autonomia em relação à aprendizagem, criou seus próprios métodos e o processo de aprendizagem ficou relegado a segundo plano. Hoje sabe-se que é necessário ressignificar a unidade entre aprendizagem e ensino, uma vez que, em última instância, sem aprendizagem o ensino não se realiza. A busca de um marco

explicativo que permita essa resignificação, além da criação de novos instrumentos de análise (DUARTE, 2005, p. 59).

No âmbito do “aprender a aprender” do escolanovismo significa adquirir a capacidade de buscar conhecimentos por si mesmo, de adaptar-se a uma sociedade que era entendida como um organismo em que cada indivíduo tinha um lugar e cumpria um papel determinado em benefício de todo o corpo social.

Assim, por inspiração do neoescolanovismo, delinear-se as bases pedagógicas das novas ideias que vêm orientando tanto as reformas educativas acionadas em diferentes países – e especificamente no Brasil – como as práticas educativas que vêm sendo desenvolvidas desde a década de 90. Tais práticas se manifestam com características *light*⁵, espalhando-se por diferentes espaços, desde as escolas propriamente ditas, passando por ambientes empresariais, organizações não governamentais, entidades religiosas e sindicais, academias e clubes esportivos, sem maiores exigências de precisão conceitual e rigor teórico, bem a gosto do clima pós-moderno (SAVIANI, 2007, p. 434).

Na década de 90, o construtivismo passou a exercer uma grande força sobre as políticas educativas e sobre os professores e pedagogos, devido ao entendimento de que o conhecimento não está na percepção, e sim na ação, a inteligência constrói conhecimentos.

Saviani (2007) diz que o construtivismo, desde sua fonte originária e matriz teórica identificadas com a obra de Piaget, mantém forte afinidade com o escolanovismo. Podemos considerar que se encontra aí a teoria que veio dar base científica para o lema pedagógico “aprender a aprender”.

Contrário ao pensamento piagetiano, Vygotsky (2009) menciona que, nesse contexto, o educador como tal é ofuscado, dando lugar ao treinador: a educação deixa de ser um trabalho de esclarecimento, de abertura das consciências, para se tornar uma doutrinação, convencimento e treinamento para eficácia dos agentes que atuam no mercado.

Na relação entre indivíduo e sociedade, as características tipicamente humanas não estão presentes desde o nascimento do indivíduo nem são mero resultado das pressões do meio externo. Elas resultam da interação dialética do homem e seu meio sociocultural, ao mesmo tempo em que o ser humano transforma

⁵ Light = leve

seu meio para atender suas necessidades básicas, transforma-se a si mesmo” (VYGOTSKY,1998).

Segundo o documento do Ministério da Educação (MEC) em relação ao processo de ensino-aprendizagem:

Estes Parâmetros Curriculares Nacionais podem funcionar como elemento catalisador de ações na busca de uma melhoria da qualidade da educação brasileira, de modo algum pretendem resolver todos os problemas que afetam a qualidade do ensino e da aprendizagem no país. A busca da qualidade impõe a necessidade de investimentos em diferentes frentes, como a formação inicial e continuada de professores, uma política de salários dignos, um plano de carreira, a qualidade do livro didático, de recursos televisivos e de multimídia, a disponibilidade de materiais didáticos. Mas esta qualificação almejada implica colocar também, no centro do debate, as atividades escolares de ensino e aprendizagem e a questão curricular como de inegável importância para a política educacional da nação brasileira (BRASIL, 1997, p. 13).

E complementa dizendo:

Os alunos não contam exclusivamente com o contexto escolar para a construção de conhecimento sobre conteúdos considerados escolares. A mídia, a família, a igreja e os amigos são também fontes de influência educativa que incidem sobre o processo de construção de significado desses conteúdos. Essas influências sociais normalmente somam-se ao processo de aprendizagem escolar, contribuindo para consolidá-lo; por isso é importante que a escola as considere e as integre ao trabalho (BRASIL, 1997, p. 34).

Levando em conta a proposta pedagógica dos PCNs e os conteúdos elaborados pelas propagandas da televisão aberta, observa-se que existe uma mesma intenção, globalizar a infância de maneira a constituir uma mentalidade necessariamente consumista e dependente.

Sendo a televisão um meio de comunicação com princípio educativo, que segundo o art. 221 da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 coloca que a produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios: I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas.

No mesmo documento referenciado acima, no capítulo V da comunicação social em seu art. 223 coloca que compete ao poder executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de

sons e imagens, observando o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal, que “O prazo da concessão será de dez anos para as emissoras de rádio e de quinze anos para emissoras de televisão, desde que cumpram com as finalidades dos meios de comunicação” (BRASIL, 1988).

Levando em conta a abrangência dos meios de comunicação no Brasil – no caso em questão, a televisão aberta –, não se pode negá-lo enquanto meio informativo, porém não podemos desconsiderar o uso que o grande capital faz do mesmo e sua influência nas crianças com relação ao consumo.

A Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, que dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente, no art. 76 regulamenta que as emissoras de rádio e televisão somente exibirão, no horário recomendado para o público infante juvenil, programas com finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas (BRASIL, 1990).

No seu Capítulo II sobre o Direito à Liberdade, ao Respeito e à Dignidade, o art. 15 coloca que toda a criança e adolescente têm direito à liberdade, ao respeito e à dignidade como pessoas em processo de desenvolvimento e como sujeitos de direitos civis, humanos e sociais garantidos na constituição e nas leis. No art. 16 o direito à liberdade compreende os seguintes aspectos:

- I - ir, vir e estar nos logradouros públicos e espaços comunitários ressalvadas as restrições legais;
- II - opinião e expressão;
- III - crença e culto religioso;
- IV - brincar, praticar esportes e divertir-se;
- V - participar da vida familiar e comunitária, sem discriminação;
- VI - participar da vida política, na forma da lei;
- VII - buscar refúgio, auxílio e orientação.

Considerando que a criança é um sujeito de direitos, qual seria o papel da escola diante das questões instituídas pelas propagandas televisivas em que se torna parte das práticas sociais na escola influenciando no seu desenvolvimento e aprendizagem?

Pensando na relação professor/aluno, segundo Duarte (2005), há educadores entusiasmados com as novas perspectivas de uma suposta aliança entre os interesses empresariais e o aumento da oferta de formação geral para a população, na direção de uma educação equalizadora. Por um lado, é verdade que as novas tecnologias e as novas formas organizacionais do trabalho estão relacionadas com necessidades de melhor qualificação profissional.

O modo de produção capitalista através da sua ideologia de consumo cria um mundo colorido, tendo como ferramenta a televisão com marcas de produtos que chamam atenção das crianças, utilizando-se das propagandas para gerar dependências e necessidades.

Vygotsky (1998) não ignora as definições biológicas da espécie humana; no entanto, atribui uma enorme importância à dimensão social, que fornece instrumentos e símbolos (assim como todos os elementos presentes no ambiente humano impregnados de significado cultural) que medeiam a relação do indivíduo com o mundo, e que acabam por fornecer também seus mecanismos psicológicos e formas de agir nesse mundo.

Atualmente entende-se que professor tende a lidar com as mudanças que a educação adquiriu no decorrer dos anos, aprendendo a utilizar as novas tecnologias como ferramentas de complementação do conteúdo para o aprendizado do aluno.

A proposta dos PCNs não atende a demanda social brasileira, sendo o Brasil um país pobre com grandes desigualdades regionais e sociais, cujo caráter está na subjetividade das proposições, não dando conta da realidade. Assim como a televisão brasileira e as propagandas que não estão de acordo com a realidade, pois impõem padrões de beleza, econômicos e tantos outros que segregam, excluem, marginalizam os sujeitos, gerando cada vez mais desigualdades.

Entendemos que nosso trabalho não é “demonizar” a televisão, ao contrário: defendemos que ela tem que ser aliada da educação escolar. Ela deve oferecer as crianças programas de qualidade informativa, educacional e cultural, aprimorando o seu desenvolvimento e sua aprendizagem com relação a sua história. A partir disso, que o sujeito possa se ver enquanto ser histórico capaz de compreender a sua realidade e que o conhecimento sistematizado aprendido na escola lhe sirva como ferramenta para a transformação da sociedade.

4. PESQUISA DE CAMPO REALIZADA NAS ESCOLAS DO SETOR PÚBLICO E DO SETOR PRIVADO SOBRE A INFLUÊNCIA DAS PROPAGANDAS DA TELEVISÃO ABERTA NA APRENDIZAGEM E NO DESENVOLVIMENTO SOCIOCULTURAL DAS CRIANÇAS DOS ANOS INICIAIS DO ENSINO FUNDAMENTAL

No caso desta pesquisa, entendemos que a melhor forma de investigar a influência das propagandas da televisão aberta na aprendizagem e no desenvolvimento sociocultural das crianças nos anos iniciais do Ensino Fundamental seria realizada diretamente na escola com os alunos, pais e professores, desse modo respondendo a nossa problemática inicial do projeto de pesquisa.

Nesse sentido, o levantamento de dados foi realizado em uma escola municipal de Curitiba, como também em uma escola privada do município de Pinhais, localizada na Região Metropolitana de Curitiba, sendo utilizados questionários, que foram aplicados aos pais, professores e alunos em idade escolar de 8 a 12 anos, sendo eles do 3º ao 5º ano das séries iniciais, totalizando 150 crianças das duas escolas do Ensino Fundamental.

Nas duas escolas, tanto do setor privado quanto no setor público, foram realizadas dez perguntas relacionadas a propagandas mostradas na televisão aberta, e foram obtidas algumas respostas que demonstraram unanimidade.

Nas perguntas feitas às crianças, tanto da escola pública quanto da escola privada, com relação ao tempo que permanecem em frente à televisão, responderam que ficam de 5 a 8 horas por dia. Em relatos, os alunos afirmam que os pais não costumam supervisionar o que eles assistem e que no momento em que estão na frente da televisão costumam se alimentar e brincar assistindo novelas, programas e filmes.

Como afirma Duarte:

[...] A pedagogia histórico-crítica não pode deixar de elaborar sua concepção sobre a formação da individualidade humana como parte constitutiva de seu corpo teórico, isto é, não pode deixar de explicitar de forma coerente e sistemática em que consiste conceber o indivíduo enquanto “síntese de inúmeras relações sociais” pois, do contrário, não se obterá êxito na luta pela superação de dicotomias (entre social e individual, histórico e psicológico, objetivo e subjetivo, singular e universal) (DUARTE, 2005, p. 14).

Dessa forma, a pedagogia histórico-crítica coloca que o ser humano é formado de inúmeras relações sociais e históricas e, ao contrário do que ela propõe para a formação humana, as propagandas da televisão aberta direcionadas para crianças, principalmente a dos brinquedos e eletrônicos, têm como foco alienar as crianças ao consumismo precoce – fator esse que movimentava bilhões na economia a nível mundial, favorecendo as grandes corporações e tendo como força aliada os grandes meios de comunicação.

As propagandas nas quais as crianças demonstraram maior interesse é a de eletrônicos e brinquedos, sendo que nos seus relatos demonstram a importância das cores, símbolos e linguagem retratados nas propagandas e da disputa que é feita entre eles sobre os eletrônicos – como celulares, *tablets*⁶, máquinas fotográficas, entre outros.

A maioria das crianças colocou que os pais não impõem os horários e classificação para os programas e propagandas assistidas, e durante a pesquisa mais da metade das crianças disse que assiste televisão entre 20h00min e 22h00min da noite. Além de eles terem muito sono no outro dia pela manhã, os alunos deixam de fazer atividades em família e assistem qualquer conteúdo, sem restrição, acabando por absorver muitas vezes uma programação que não está de acordo com a sua faixa etária.

Devido à correria do dia a dia, as crianças não costumam comer alimentos feitos em casa, eles preferem produtos comercializados. O mais interessante foi que algumas relataram ir mais de duas vezes na semana em *fast foods*⁷ e os pais costumam na maioria das vezes comprar os produtos solicitados pelas crianças.

Os pais entrevistados disseram que geralmente deixam os filhos na frente da televisão após chegar da escola, a maioria em período integral e que, devido às atividades no trabalho que precisam realizar durante o dia – fora ou até mesmo dentro de casa –, não percebem o tempo que os filhos ficam na frente da televisão nem o que eles assistem. Só percebem mesmo quando as crianças relatam sobre os comerciais, pedindo para comprar o produto anunciado pela propaganda.

Quando as propagandas estão relacionadas a brinquedos ou a algum produto que possuem brinde, é neste momento que fica visível aos pais a influência das

⁶ Tablets = minicomputadores portáteis.

⁷ Fast foods = restaurantes conhecidos pelo rápido atendimento.

propagandas na criança devido à insistência na compra do produto. Quanto à programação das redes de televisão, os pais não possuem conhecimento sobre o assunto.

Sendo unânime, os professores tem clareza que a influência maior das propagandas é a questão do consumismo exagerado, em que a criança é o alvo principal, e outra metade respondeu sobre a inversão de valores, em que a competição entre os alunos aparece no sentido de possuir objetos que refletem o desejo de consumo da maioria das crianças, como eletrônicos, roupas e brinquedos. Alguns alunos se sentem superiores por possuir esses objetos. Eles também compreendem que as propagandas são ferramenta do sistema capitalista, percebendo isso desde a primeira infância, embora os educadores não estejam trabalhando a questão na escola.

Com a pesquisa percebemos a falta de conhecimento dos docentes da escola quanto à finalidade dos meios de comunicação – no caso em questão, a televisão brasileira –, no que se refere ao seu uso pelas crianças, desconhecendo a existência dos documentos legais que regulamentam os direitos das crianças como o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) e a Constituição Brasileira.

Entendendo que o ECA coloca a integridade psíquica e moral da criança, como já citado no art. 17, que é colocado sobre a preservação da imagem da criança e do adolescente, foi possível analisar através da pesquisa com os pais e professores o desconhecimento sobre as leis e os direitos das crianças no Brasil e como as propagandas televisivas, no que diz respeito à criança e ao adolescente, existe uma violação desses princípios.

Segundo Duarte (2005, p. 64) “o maior objetivo do sistema capitalista é fazer o homem criar novas necessidades”, como comprar produtos para consumo próprio, não o vendo como sujeito, mas sim como ser individual, capaz de produzir os próprios produtos que ainda vai comprar por um preço bem mais inacessível. É como se o homem fosse criador de algo, que se limita apenas a sua visão distante.

Tanto na escola do setor público quanto na do setor privado percebemos como o apelo ao consumismo está presente no cotidiano das crianças. Cabe ressaltar que, na pesquisa com os alunos e os pais, surgiu a constatação de que existe uma total ausência dos pais em relação ao conteúdo dos programas de TV

que as crianças assistem. Há uma insistência das crianças em levar os pais à compra dos produtos ofertados nas propagandas da televisão aberta brasileira.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho tem como problema de pesquisa as consequências do uso das propagandas da televisão aberta brasileira como meio de comunicação educativo e sua influência na aprendizagem e no desenvolvimento sociocultural das crianças nos anos iniciais do Ensino Fundamental. E, com a intenção de respondê-lo, foi feito primeiramente através de questionários a pesquisa de campo nas escolas, tanto na privada quanto na pública, as reais consequências na aprendizagem e no desenvolvimento dos alunos, começando desde a primeira infância até atingir a fase adulta do sujeito.

Pontuamos algumas consequências visíveis. A primeira delas é a ideologia de consumo que atinge diretamente as relações sociais desses sujeitos, e há uma segregação de pessoas por roupas de marcas, acessórios da moda, eletrônicos da última geração. E assim, para o sistema capitalista, fica cada vez mais fácil dominar e alienar os sujeitos, começando na infância, momento em que estão em processo de aprendizagem e desenvolvimento e se tornam um alvo fácil para o consumo. Porém, como o sistema não consegue atingir a criança de um modo direto, pelo fato de ela não estabelecer a relação do trabalho e capital como o adulto, criam-se ferramentas que possam dialogar com elas – no caso em questão, a televisão. A televisão, através das suas propagandas, consegue um contato real e instantâneo com esse público, o que de fato já provoca uma mudança dos futuros sujeitos da sociedade.

Quando consultamos os documentos oficiais utilizados na escola, como os PCNs, oriundos da década de 90 dentro de um modelo neoliberal, percebeu-se o quanto seus fundamentos são subjetivos e fragmentados da realidade educacional. Além disso, não defendem de fato uma concepção de educação que fundamente a aprendizagem na prática social do sujeito – que, nos conteúdos propostos, não tem por objetivo formar cidadãos críticos. Esta realidade também se manifesta na

postura de alguns professores que explicitam uma relação de naturalidade quando o assunto é sobre televisão, não existindo a necessidade de discussão com alunos referente principalmente ao consumismo. Ao contrário: os próprios professores reproduzem essa mesma relação do capitalismo entre eles, pois o que se vê na sala dos professores é conversa sobre marcas, roupas e cosméticos. Como formar sujeitos ativos e críticos, se nem os professores demonstram essa postura?

Tendo como referencial de análise a questão da formação sociocultural das crianças e sua relação de aprendizagem e desenvolvimento, à luz da concepção teórico-metodológico da psicologia histórico-cultural da obra de Vygostky, sendo a aprendizagem o motor do desenvolvimento e o desenvolvimento se dando do social para o individual, as crianças da escola contemporânea passam por um processo educativo em que se descaracteriza a sua condição de sujeito social, com consciência crítica da realidade.

Essa relação de alienação do sistema capitalista nas crianças transformam-nas de sujeitos de direito a consumidores. A televisão deixa de ser, muitas vezes, uma ferramenta educativa submetendo as finalidades de vender produtos que geram atenção de crianças e, assim, criando conceitos e necessidades de consumo.

Enfim, concluímos através da pesquisa de campo que o meio de comunicação brasileiro da televisão aberta e o uso das propagandas na atualidade ainda se apresentam como um tema distante da discussão dos educadores e da maioria dos pais dos alunos dos anos iniciais do ensino fundamental. Além de não terem conhecimento sobre as questões legais como a Constituição Brasileira e o ECA, verificamos também que não existe uma preocupação da escola, dos professores e dos pais em relação aos conteúdos que as crianças assistem na televisão como também das influências na formação e no desenvolvimento sociocultural das mesmas.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, W. **Estado e poder político em Marx**. Disponível em: <http://www.goiania.ifgoias.edu.br/cienciashumanas/images/downloads/artigos/estado_poderpolitico_marx.pdf>. Acesso em: 10 out. 2012.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Disponível em: <http://www.senado.gov.br/legislação/onst/con1988_29.03.2012/CON1988.PDF/>. Acesso em: 25 abr. 2012.

BRASIL. Lei nº 8069, de 13 de julho de 1990. **Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências**. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/ccivil/03/leis/L8069.htm>>. Acesso em: 24 abr. 2012.

BRASIL. **Parâmetros Curriculares Nacionais**: introdução aos parâmetros curriculares nacionais. Brasília: MEC/SEF, 1997.

DUARTE, N. **Vigotski e o “aprender a aprender”**: crítica às apropriações neoliberais e pós-modernas da teoria vigotskiana. 2. ed. Campinas: Autores Associados, 2005.

SAVIANI, D. **História das ideias pedagógicas no Brasil**. 2. ed. Campinas: Autores Associados, 2007.

VIGOTSKI, L. S. **A construção do pensamento e da linguagem**. 2. ed. São Paulo: Martin Fontes, 2009.

VIGOTSKI, L. S. Aprendizagem e desenvolvimento intelectual na idade escolar. In: VIGOTSKI, L. S.; LURIA, A. R.; LEONTIEV, A. N. **Linguagem, desenvolvimento e aprendizagem**. 10. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998.