



As relações do ensino superior: o olhar dos estudantes do PROUNI sobre a diversidade social na FTC

Samuel Sena ¹

Ludmilla Orrico ²

Faculdade de Tecnologia e Ciências de Itabuna

Resumo

Este trabalho propõe realizar um estudo de recepção com os alunos do PROUNI (Programa Universidade para Todos) da FTC, com objetivo de entender a relação existente entre a mensagem passada sobre os beneficiários do programa através das propagandas televisivas e a realidade social. Para isso, foi desenvolvida uma pesquisa baseada no método de estudo de recepção, utilizando como técnica de coleta de dados o questionário. No primeiro momento da pesquisa, têm-se uma retrospectiva histórica sobre a educação superior no Brasil, em seguida, identificamos as estratégias utilizadas pelas propagandas para divulgar o projeto social e por fim criamos o perfil do aluno PROUNI baseado num questionário de vinte perguntas que avalia os aspectos sociais, econômicos e culturais dos alunos em comparação com os não-bolsistas.

PALAVRAS-CHAVE: PROUNI; Inclusão Social; Estudo de Recepção.

Trabalho apresentado no III Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação [

¹ Graduando do Curso de Jornalismo da FTC de Itabuna – Bahia, 5º semestre, e-mail: samuel_blips@hotmail.com

² Graduando do Curso de Jornalismo da FTC de Itabuna – Bahia, 5º semestre, e-mail: ludmillaorrico@hotmail.com



1 - INTRODUÇÃO

A educação superior no Brasil apesar de obter uma expansão no número de vagas e de pessoas matriculadas em instituições privadas e politécnicas, ainda apresenta um grande desequilíbrio no acesso dos jovens ao meio, quando comparado a outros países. No Brasil, de acordo com os dados do MEC/INEP – Evolução do Ensino Superior, complementados com Censo do Ensino Superior 2001, o número de jovens brasileiros entre os 20 e 24 anos matriculados nos estabelecimentos de ensino superior é igual a 13% do total de jovens do país, proporção muito menor que a alcançada por países como Estados Unidos (81%), França (51%), Argentina (36%), Uruguai (29%), Chile (28%) e Colômbia (19%).

No entanto, diante da realidade do ensino superior brasileiro, (PORTO e RÈGNIER, 2003, p.69) ressalta que:

Não se pode ignorar que o crescimento no acesso ao ensino superior vem se dando de forma constante e, nos últimos anos, de modo acelerado (sugerindo a absorção, ainda que muito parcial, uma parte da população que historicamente permaneceu alijada do mesmo). Em 1980 registrou-se o ingresso de 356.667 novos alunos no sistema de; já em 2001 este número saltou para 1.206.273 - representando um aumento de 238%.

A mola propulsora desse crescimento vertiginoso está alicerçada diante de dois aspectos principais: primeiro é referente ao mercado de trabalho, que estabelece novas exigências de qualificação profissional, novos conteúdos, novas profissões, e as aspirações culturais que é o fator do acesso ao ensino superior como elemento novo na cultura juvenil - primeiro nas classes médias mas que também opera em adaptação sobre as camadas menos favorecidas - vendo o ensino superior como objeto de desejo.

Com o crescente número dos IES (Institutos de Ensino Superior) da rede privada e o baixo número de investimentos nas instituições da rede pública, o governo federal com o objetivo de possibilitar um maior número de acessos de jovens da rede pública a faculdade, criou programas de inclusão social como: FIES - Financiamento ao Estudante de Ensino Superior, UNIAFRO - Afro-Brasileiros e o PROUNI - Programa Universidade para Todos, que é o nosso objeto de estudo de caso.

O PROUNI é um programa que foi instituído em 2005 pelo Governo Federal com a proposta de oferecer aos alunos de baixa renda bolsas de estudo (íntegrais ou parciais) em faculdades privadas, concedendo a essas isenções de alguns tributos fiscais.



Através do ENEM (Exame Nacional do Ensino Médio) o aluno tem que atingir o mínimo de 45 pontos para participar do processo. As bolsas são distribuídas de acordo com a pontuação do aluno no exame e a renda familiar. Quanto melhor o desempenho, mais chances o aluno tem de escolher o curso e a instituição de ensino que pretende estudar.

Para ter direito à bolsa integral, a renda per capita familiar do estudante não pode ser superior a 1,5 salário mínimo (R\$ 390). Já a bolsa-parcial pode ser concedida para estudantes com renda per capita familiar de até três salários mínimos (R\$ 780).

Além disso, o aluno deve ter cursado todos os anos do ensino médio em escolas públicas ou, ainda, em escolas particulares, mas com bolsas integrais. Os Professores da rede pública também podem usufruir da bolsa caso queiram cursar licenciatura ou pedagogia. As bolsas são concedidas também aos cidadãos portadores de deficiência e aos auto-declarados negros, pardos ou índios.

Nesse sentido, com o objetivo de criar o princípio constitucional da igualdade, o programa foi desenvolvido visando firmar diante da lei a não existência de privilégios nem regalias, sendo que o percentual de bolsas destinadas aos cotistas é igual ao de cidadãos negros, pardos e índios, por Unidade da Federação, segundo o último censo do IBGE. Ainda assim, a igualdade pretendida é falha, pois como afirma Sarmento (2006, p.143) “trata-se de uma igualdade apenas formal, que fecha seus olhos para a injustiça e a opressão na vida social”.

Diante da afirmação e baseado em entrevistas com os bolsistas beneficiados pelo programa que estudam na FTC, buscamos analisar se o princípio de igualdade objetivo do programa condiz com as idéias pretendidas e as imagens construídas.

A FTC - Faculdade de Tecnologia e Ciências faz parte dessas instituições que recebem isenções de alguns tributos fiscais em prol da inclusão dos bolsistas no seu corpo discente. Ela conta hoje com o número de 5 unidades institucionais localizadas no Estado da Bahia, situadas nas cidades de Itabuna, Salvador, Feira de Santana, Jéque e Vitória da Conquista, sendo considerada a maior rede de ensino superior do Estado. Segundo dados fornecidos pela instituição, ela tem 7 anos de existência e conta hoje com 103 alunos beneficiados pelo PROUNI na unidade de Itabuna, sendo as cotas distribuídas entre os cursos de Psicologia, Enfermagem, Fisioterapia, Nutrição, Engenharia Civil, Administração Geral, Agronegócio, Finanças, Marketing, Recursos Humanos, Turismo e Comunicação Social com habilitação em Jornalismo.

Dados relevantes sobre a Instituição como: quantidade de alunos, a estimativa de entrada por semestre, os nomes dos alunos beneficiados pelo programa, dados estes que nos beneficiaria para que pudessemos aplicar o questionário a um maior número de pessoas,

assim também como quantos bolsistas perderam a bolsa por não conseguirem alcançar a média determinada pelo programa e da instituição, dentre outros, não foram concedidos pela faculdade diante a alegação de que são dados particulares e que não podem ser divulgados.

2 – METODOLOGIA

O trabalho teve como propósito analisar as estratégias utilizadas pelas propagandas televisivas para divulgar o projeto social - PROUNI e as idéias dos bolsistas sobre ela, a fim de saber se elas retratam fielmente o perfil social, ideológico e físico dos beneficiários. Assim também como eles avaliam a instituição e o convívio social no meio acadêmico. Para isso foram utilizadas algumas técnicas para obtenção de resultados satisfatórios.

A pesquisa qualitativa foi uma delas, segundo Pereira (2001), o dado qualitativo é uma forma de quantificação do evento qualitativo que normaliza e confere um caráter objetivo à sua observação. Nesse sentido, constitui-se uma alternativa à chamada pesquisa qualitativa, que também se ocupa da investigação de eventos qualitativos, mas com referências teóricas menos restritivas e com maior oportunidade de manifestação para a subjetividade do observador.

Esses dados colhidos são sobre a observação das qualidades existentes na propaganda analisada quantificando o seu real objetivo que é o de criar a identidade do beneficiário, foco de recepção e a análise das respostas dos questionários aplicados aos alunos bolsistas. Para isso esta pesquisa trouxe dados qualitativos, que de acordo com Bauer (2002), ela é uma pesquisa que evita números, lida com interpretação das realidades, e é considerada pesquisa *soft*. Isso quer dizer que a pesquisa *soft*, significa uma análise mais subjetiva e indireta sem dados quantitativos, dados estatísticos.

No entanto, não se deve desprezar a pesquisa quantitativa, isso por que ela foi uma das técnicas utilizadas na análise do questionário aplicado, que teve como objetivo traçar o perfil físico e social dos estudantes cotistas. A pesquisa quantitativa utilizada ultrapassou sua exatidão para transforma-se na análise qualitativa do caso, devido à necessidade da pesquisa subjetiva dos observadores. Dessa forma, Marconi (2000) afirma que a mudança das coisas não pode ser definidamente quantitativa: transformando-se, em determinado momento sofrem mudanças qualitativas. A quantidade transforma-se em qualidade.

A Pesquisa dos acontecimentos sociais exige métodos e dados qualitativos, por isso foi feito à análise de conteúdos, através da coleta de dados, que segundo Andrade (2001)



é uma etapa importantíssima da pesquisa de campo, mas que não deve ser confundida com a pesquisa propriamente dita. Os dados coletados serão posteriormente elaborados, analisados, interpretados, e representados graficamente. Depois, será feita a discussão dos resultados da pesquisa, com base na análise de interpretação dos dados.

A ferramenta utilizada para a observação dos dados foi o questionário, que segundo Lakatos (2001), é um instrumento de coleta de dados, constituído por uma série ordenada de perguntas, que deve ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador. Este método de pesquisa possibilitou atingir o maior número de pessoas simultaneamente e abrangeu uma ampla área geográfica, quanto aos diferentes alunos pertencentes aos diferentes cursos da instituição analisada, nosso grupo focal.

Diante do conceito de estudo de caso que segundo Barros (2000) citando Chizzotti (1991) diz que pesquisa em ciências humanas e sociais caracteriza o estudo de caso como uma modalidade de estudos nas ciências sociais, que se volta à coleta e ao registro de informações sobre um ou vários casos particularizados, elaborando relatórios críticos organizados e avaliados. Tivemos como os casos estudados a FTC - Instituição de Ensino Superior, os alunos bolsistas e a propaganda televisiva.

Segundo Bauer (2002), em uma pesquisa há um delineamento de acordo com seus princípios estratégias, tais como o levantamento por amostragem, a observação participante, os estudos de caso.

A peça publicitária que divulga o projeto social – PROUNI é representada da seguinte maneira: quanto aos elementos icônicos, diversas pessoas de diferentes formas, etnias e cores como, deficientes físicos, negros, brancos, indígenas, japoneses, mestiços, dentre outros, andam pelas ruas das cidades em conjunto cantando alguns refrões da música - *Prá não dizer que não falei de flores* - do autor Geraldo Vandré. O elemento lingüístico representado na peça é a estrofe da música que diz “Caminhando e cantando e seguindo a canção, somos todos iguais braços dados ou não, nas escolas, nas ruas, campos, construções, caminhando e cantando e seguindo a canção, vem, vamos embora que esperar não é saber, quem sabe faz a hora, não espera acontecer.”

Estes refrões utilizados na peça publicitária têm como objetivo motivar os alunos de baixa renda que não conseguiram entrar nas universidades públicas, a estudarem a fim de concorrerem a uma bolsa de estudo nas Instituições de ensino superior particular, com o intuito de promover a inclusão social baseada na integração educacional, para que através dela possam aprender e conviver numa sociedade mais igualitária.

A educação se desenvolve na tensão entre o indivíduo e a sociedade. Carlos Brandão (1981:61) indica a perspectiva da educação voltada para o

indivíduo considerando-a como “o meio pelo qual o ser humano desenvolve potencialidades biopsíquicas inatas, mas que não atingiriam o seu amadurecimento sem a aprendizagem realizada pela educação”. Mas observa também o que acontece “da pessoa para fora, em direção da sociedade onde vive e de que aprende”(idem:64). Assim, educa-se para a inserção em uma determinada cultura. É conhecido o papel de socialização da escola. (Braga, apud Brandão 2004)

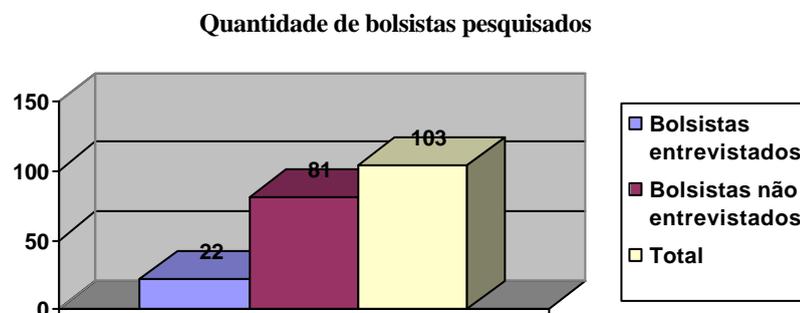
Com o intuito de analisar o alcance e a assimilação da mensagem transmitida através da propaganda, foi se necessário fazer um estudo de recepção que segundo (Souza, apud Barbero) significa a explosão do modelo mecânico, que apesar da era eletrônica, continua sendo um modelo hegemônico dos estudos de comunicação. Entende-se por modelo mecânico aquele em que não há nem verdadeiros autores nem verdadeiros intercâmbios. É um modelo em que comunicar é fazer chegar uma informação um significado já pronto, já construído, de um pólo a outro.

(Souza apud, Leal) afirma ainda que: a recepção refere-se a recepção de qualquer mensagem em um processo comunicativo, não indica a especificidade dos meios de comunicação de massa.

3 – ANÁLISE DOS DADOS

3.1 – Perfil dos entrevistados

Este subitem inicia-se pelo perfil dos alunos do PROUNI que responderam ao questionário, pois está se considerando como elemento essencial de um estudo de recepção o conhecimento do contexto, socioeconômico e cultural em que os indivíduos que compõe a amostra estão inseridos. O questionário foi aplicado a 20% do total de alunos da instituição que são beneficiados pela bolsa.



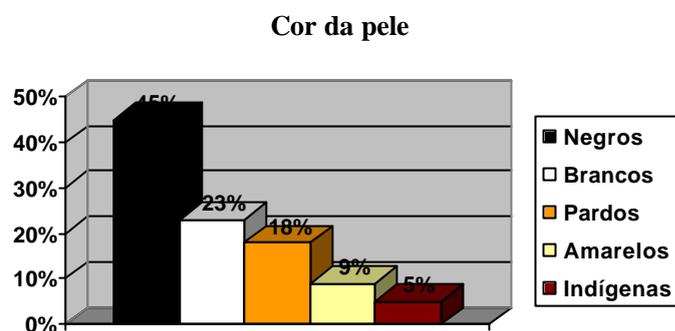
Apesar, de parecer pequena a quantidade de alunos pesquisados é importante afirmar que a pesquisa atingiu a quantidade mínima exigida para o desenvolvimento do artigo e que

possibilitou a chegar a uma determinada conclusão perante a hipótese diante os aspectos avaliados a seguir.

A porcentagem representada de alunos pesquisados quanto ao sexo, foi referente a 50% do total feminino e 50% masculino.

Quanto a pergunta referente a idade, constatou-se que 63% dos entrevistados têm idade entre 19 e 21 anos. Já os representes entre as idades de 23 e 24 anos corresponderam a 32% da amostragem, ficando 5% para o entrevistado que tinha idade de 50 anos.

Com relação a como os entrevistados se consideravam referente a cor, chegou-se ao resultado de 45% negros, 23% brancos, 18 % pardos, 9% amarelos e 5% indígenas.



A predominância da quantidade de alunos de cor negra que são beneficiadas pelo programa, faz jus aos seus objetivos de criar oportunidades para as classes menos favorecidas, em sua maioria representada pelas comunidades negras.

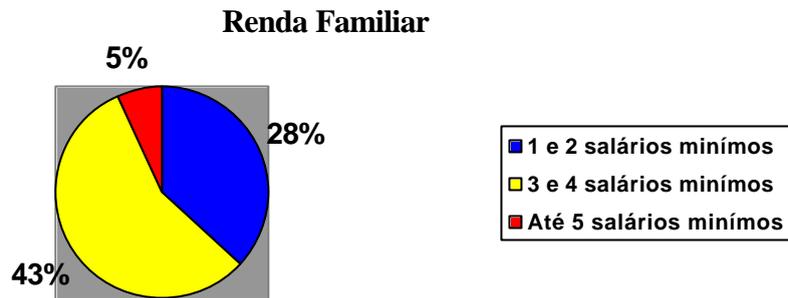
O perfil socioeconômico que engloba questões como moradia, profissão dos pais, renda-familiar, o meio de transporte que utiliza para chegar à faculdade, dentre outros, também foram alvos de nossa pesquisa.

Ao analisarmos os questionários, constatamos que 50% dos entrevistados moram na cidade de Itabuna, local onde a instituição está situada, 30% moram em Ilhéus, e 20% a somado do total de 5% de cada cidade moram em Buerarema, Camacã, Canavieiras e Coaraci.

Quanto à ocupação profissional, 54% não trabalham, 9 % são secretárias, 9% professores, e os outros 25% fazem parte da soma de 5 % de cada profissão a seguir: Balconista, Bolsista de iniciação científica, Conselheiro Tutelar, Funcionário Publico e Manicura.

A quantidade de pessoas na família, é predominante entre 4 e 5 pessoas, uma porcentagem de 46% do total. As famílias com 2 e 3 pessoas, representam 28% e as famílias com 6 pessoas 9% do total. Os outros 20% engloba a quantidade de 1, 7, 8,9 cerca de 5% cada.

Com relação à renda familiar, 28% dos entrevistados disseram receber entre 1 e 2 salários mínimos mensais, 43% entre 3 e 4 salários mínimos e 5% até 5 salários mensais.



É importante levar em conta antes de tirar conclusões precipitadas, que a bolsa ao estudante é destinada a pessoas que possuam renda per capita inferior a dois salários mínimos. Isso quer dizer que mesmo havendo pessoas que possuam uma renda familiar de até 5 salários mínimos, ela ainda se enquadra no programa, devido a quantidade de pessoas na família.

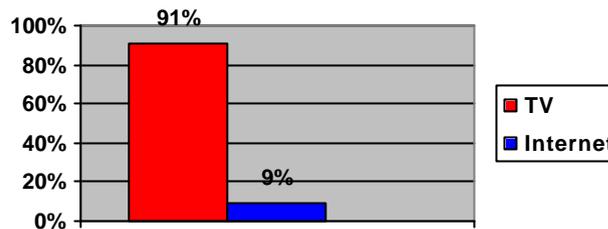
Ao perguntarmos sobre a profissão dos pais, as respostas foram as mais variadas, havendo predominância do profissional autônomo com 18% do total. As donas de casa representaram 14%, seguida de 11% dos comerciantes e 7% de professores, trabalhadores rurais, desempregados e aposentados cada. Assim também como 24%, que representa a soma de 4% de cada profissão a seguir: Gerente de Churrascaria, Vendedora, Pensionista, Eletricista, Cabeleireiro e Funcionário Público. 4% dos entrevistados não responderam.

Do total de entrevistados, 72% moram em casa própria e 28% em casas de Aluguel. Entre os meios de transporte por eles utilizados para chegar à faculdade, é predominante o uso do ônibus 42 %, seguido de 32% que usam o ônibus e o carro, 14 % a pé, 9 % de Ônibus ou Moto e 5% de Pé ou Carona.

Seguindo essa linha, foi questionado aos beneficiados se eles possuem algum bem locomotivo como carro ou moto, a resposta foi unânime ao dizer que não.

Ao tentar saber qual foi o meio de comunicação que os alunos obtiveram informações sobre o PROUNI, verificou-se que 91% dos entrevistados ficaram sabendo através da televisão e 9% pela internet.

Meio de informação



Com base no resultado expressivo alcançado pela TV, é importante citar Predebom (2004), que afirma: “a televisão é um meio de entretenimento e lazer, é o meio de maior penetração em tal público”.

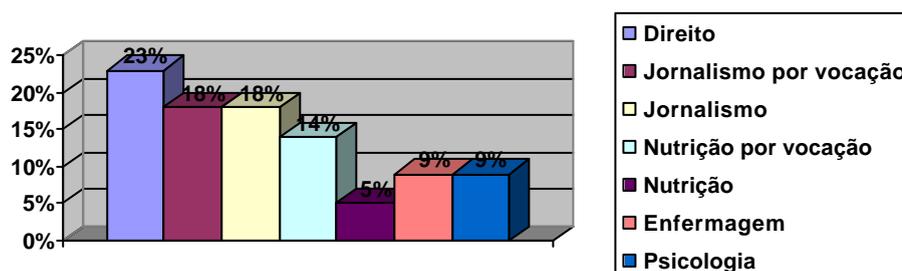
Esse poder de penetração da televisão, segundo argumentação de Colling (2005), refere-se à habitação da era da imagem. O que favoreceu ao desaparecimento das barreiras geográficas, e o surgimento de culturas mescladas por “todos ou quase todos saberem o que está acontecendo no mundo instantaneamente, todos estão seduzidos pela imagem visual”.

Completando essa definição Sant’anna (1996) diz que “a TV reúne as vantagens do rádio, que é o apelo visual, com o som, juntando som com imagem em movimento”. Ferrés (1998, p.13) cita ainda que “a televisão é o fenômeno social e cultural mais impressionante da história. É o maior instrumento de socialização que jamais existiu”.

Foi através deste meio penetrante com o auxílio da publicidade que o programa conseguiu atingir o seu público alvo, que foram os estudantes de baixa renda. A escolha por este meio e a sua eficácia, se deu, devido a TV ser um meio que leva a informação ao telespectador sem antes avisar, sem pedir licença.

Dentre os cursos analisados, 23% dos alunos pertencem ao curso de direito, sendo essa a sua escolha por vocação, 18% escolheram Jornalismo também dizendo ser por vocação e outros 18 % de Jornalismo por não serem selecionados para áreas afins. Do curso de Nutrição foram 14% por vocação e 5% por não serem selecionados para as áreas afins. E 9% de enfermagem e mais 9% de psicologia.

Quantidade de alunos por curso

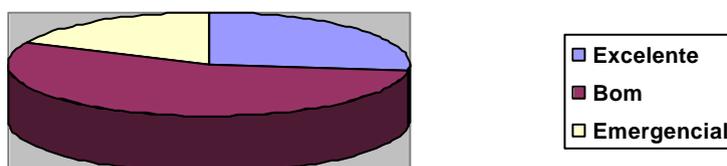


A análise foi realizada nesses cursos e nessas quantidades, pois as pessoas que se prontificaram a responder o questionário tinham se identificado através de professores, colegas ou conhecidos como beneficiário. A diversidade de cursos e de respondentes não foi maior, devido à falta de dados que não puderam ser concedidos, segundo a instituição pesquisada.

No momento em que pedimos ao entrevistado para atribuir um grau de satisfação de acordo com o curso ao qual estava frequentando em relação ao desempenho dos docentes, e do empenho dos colegas, 68% consideram o curso bom, 18% Regular e 14% Excelente.

A maioria das respostas sobre o que os beneficiados pensavam a respeito do PROUNI foi, a de excelente com cerca de 54%, que segundo os entrevistados, é um programa importante para as pessoas de baixa renda, pois ele possibilita a inclusão nos sentidos étnicos, econômicos e culturais. Outros 27% classificaram o programa como sendo bom, pois apesar de promover a inclusão étnica e cultural ele ainda impossibilita os beneficiários de conviverem com igualdade diante a questão dos recursos materiais. Segundo os entrevistados, o governo poderia oferecer um auxílio ao estudante quanto ao transporte e aos livros. Gastos estes que muitas vezes impossibilitam os alunos de conviverem normalmente. Outros 18% consideram o programa emergencial, servindo apenas como um paliativo para diminuir as críticas sobre o sistema educacional do país, que não investe na educação de ensino fundamental e médio, não promovendo neste sentido, na capacitação dos estudantes das escolas públicas em relação às escolas particulares, criando dessa forma uma desigualdade ao concorrerem a uma vaga nas Universidades Estaduais e Federais.

Opinião sobre o PROUNI



A peça publicitária que veicula as informações sobre o PROUNI reflete a perspectiva do programa. Essa foi à afirmação da maioria dos entrevistados, 91% que disseram ser bem elaborada e que transmite a mensagem com eficácia, representando a realidade, uma vez que, mostra jovens de todas as etnias e de todos os gêneros, justamente o que o PROUNI pretende, reservar um percentual de vagas para alunos egressos de escolas públicas e dentro desta reservar vagas usando o critério racial, para que os negros e pardos ainda assim não

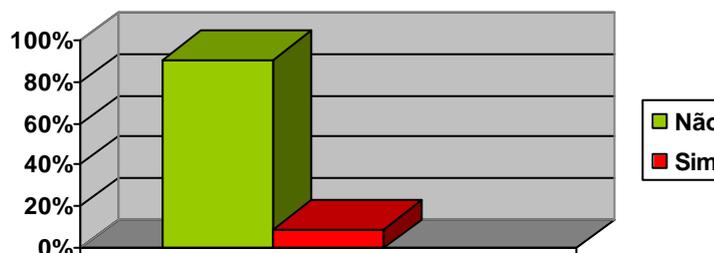
fiquem de fora. Os outros 9% consideram a peça muito apelativa, porém que chama a atenção do público alvo passando a mensagem pretendida.

Quanto à pergunta sobre se a propaganda retrata fielmente a imagem do aluno do PROUNI, 50% consideraram que sim. Segundo os entrevistados ela retrata fielmente os alunos, pois aborda todas as etnias e a classe de baixa renda. Outros 9% também disseram sim, quando se observa a diversidade racial, mas economicamente não, pois existem pessoas de classes sociais menos desfavorecidas e 41% disseram que não retrata fielmente, mas reproduz a situação dos jovens que não tinham perspectiva de entrar na faculdade.

Ao serem questionados se eles foram excluídos devido à peça publicitária retratar o perfil social ao diferente do encontrado nas Faculdades, ao entrar nela, 100% dos beneficiados afirmaram que não. No entanto, quando foram perguntados se já sofreram preconceito 90% dos entrevistados afirmaram que não, 5% disseram que não claramente, pois segundo as suas argumentações o preconceito poderia estar partindo deles mesmo e 5% disseram que sim. Diante a afirmação de que já sofreu preconceito, o aluno citou Maquiavel que diz “os homens julgam mais pelo ver do que pelo perceber”.

Outra questão levantada foi a de se havia algum tipo de separação entre os bolsistas e não bolsistas.

Exclusão social



Quanto à resposta, 91% dos alunos afirmam que há relação de igualdade entre eles e os demais estudantes. Porém 9% afirmam que há certo tipo de separação entre eles principalmente pelo fator cultural.

Diante disso, a Antropologia nos afirma através de Tylor (1871) apud Laraia (2005) que cultura “é todo comportamento aprendido, tudo aquilo que independe de uma transmissão genética, como diremos hoje.” Assim inclui, o conhecimento, as crenças, a arte, a moral, a lei, os costumes e todos os outros hábitos e aptidões adquiridos.

Já A. Shukman (1986, p.166) apud Santaella (1996) diz que:

A cultura é a totalidade dos sistemas de significação através dos quais ser humano, ou grupo partícula, mantém a sua coesão (seus valores e identidade e sua

interação com o mundo). Esses sistemas de significação usualmente referidos como sendo sistemas modeladores secundários (ou linguagem da cultura), englobam não apenas todas as artes (literatura, cinema, pintura, música, etc.), as várias atividades sociais e padrões de comportamento, mas também os métodos estabelecidos pelos quais a comunidade preserva sua memória e seu sentido de identidade (mitos, história, sistema de leis, crença religiosa, etc.). Cada trabalho particular de atividade cultural é visto como um texto gerado por um ou mais sistemas.

Ao se falar em identidade cultural, Castells (1999, p.22) acrescenta que “entende-se por identidade a fonte de significado e experiências de um povo”. Como, 9% dos alunos afirmaram que há separação entre eles diante da identidade cultural, é importante citar Stuart Hall que afirma que:

A identidade, tal como a diferença, é uma relação social. Isso significa que uma definição – discursiva e lingüística – está sujeita a vetores de força a relações de poder. Elas não são simplesmente definidas; elas são impostas. Elas não convivem harmoniosamente, lado a lado, em um campo sem hierarquias; elas são disputadas.

Nesse sentido, constatou-se que apesar de a porcentagem de pessoas que consideram haver diferença na relação entre os beneficiados e os demais alunos ser pequena, pode-se diante a análise da afirmação de Stuart Hall, afirmar que existe uma disputa entre classes em que a maioria impõe a sua cultura no meio, através da relação do poder.

Ao chegar ao fim do questionário os alunos tiveram que avaliar a instituição FTC, nosso campo de estudo. Nesse caso, 5% afirmaram que acreditam no potencial da instituição dizendo que tem muito a melhorar, 14% disseram que a instituição não se importa com o bem estar dos alunos, mas sim com os lucros. E 81% consideraram o desempenho da Faculdade como regular, diante da alegação de que ela padece muito de estrutura, pois faltam laboratórios, livros na biblioteca, um maior número de funcionários em todos os setores para atenderem os alunos com mais dignidade. Assim também como um meio acadêmico mais exigente e questionador, participação política dos acadêmicos na FTC que é quase nula e um maior incentivo a projetos de pesquisa e extensão.

4 – PERFIL DO ALUNO PROUNI

Partindo da análise dos dados do questionário, podemos traçar o seguinte perfil do aluno PROUNI: é do sexo masculino, tem a idade de 20 anos, tem a cor da pele negra e mora na cidade de Itabuna juntamente com outras cinco pessoas da família. Mora em casa própria, não trabalha e a renda familiar é um pouco inferior a três salários mínimos. Utiliza o



ônibus como principal meio de transporte e seus pais são profissionais liberais, não possuindo nenhum bem locomotorizado como carro ou moto.

Obteve as informações sobre o PROUNI através da televisão e classifica o curso em que estuda como sendo bom. A sua avaliação quanto ao programa PROUNI é de que ele é importante para as pessoas de baixa renda, pois possibilita a inclusão nos sentidos étnicos, econômicos e culturais.

Em relação a peça publicitária, classificou-a como sendo bem elaborada e que transmite a mensagem com eficácia, representando a realidade, uma vez que, mostra jovens de todas as etnias e de todos os gêneros. Ele não se sente excluído devido à veiculação da peça publicitária, e nunca sofreu discriminação, pois afirma haver igualdade na relação entre ele e os demais alunos que não são bolsistas. E avalia o desempenho da instituição como regular.

5 – CONCLUSÃO

Com base na análise dos dados apresentados e diante da hipótese levantada que buscou analisar se o princípio de igualdade objetivo do programa era condizente com as idéias pretendidas e as imagens construídas.

Neste sentido, chegamos à confirmação de que a maioria dos estudantes beneficiados pelo PROUNI da instituição FTC, sentem-se representados pelas propagandas veiculadas sobre o programa o qual retrata fielmente o perfil social, ideológico e físico dos beneficiários.

Para resumir e confirmar a idéia da maioria sobre o proposto pelo programa e as suas imagens construídas, cabe a nós apresentar uma das respostas dos alunos questionados o qual resume a idéia passada pela maioria. “Acredito que a propaganda retrata sim a realidade do PROUNI, pessoas de todas as “cores” de baixa renda e de uma diversidade de origem, e lugar onde mora”, palavras do aluno Rodrigo Cardoso, discente do curso de direito, IV semestre.

Outro fator a ser mencionado, é que a maioria dos entrevistados confirmaram que o convívio social na instituição é considerado normal, no conceito de que não há preconceito ou distinção em relação entre os beneficiários e os seus colegas de classe, devido a classe, a etnia ou a cultura, seja como for de nenhuma parte.

Embora, a maioria prevaleça, vale ressaltar que há uma porcentagem significativa dos entrevistados que afirma haver distinção entre classes e o preconceito no convívio social na



instituição, seja ele através de pequenos atos inocentes como uma piadinha que despreza e condena a relação a críticas sobre o programa e a junção de culturas distintas.

Em síntese, a imagem do aluno cotista transmitida pela propaganda, retrata a realidade social que foi pretendida e alcançada. Já em relação ao convívio social, diante a diversidade é importante afirmar que não há conflito entre as classes, pois há tomada de decisões, a fim de tornar harmoniosa a socialização, com o cultivo ao respeito e a tolerância. Segundo

Silva (2000, p.73), a perspectiva da diversidade, a diferença e a identidade tendem a ser naturalizadas, cristalizadas e essencializadas. Isso quer dizer que, as tomadas de decisões devem ser tolerantes, diante os dados ou fatos da vida social, antes de adotar alguma posição, que em geral, a socialmente aceita e pedagogicamente recomendada é a de respeito e tolerância para com a diversidade e a diferença.

6 - REFERÊNCIA BIBLIOGRAFIA

BAUER. Martin e GASKELL. George. **Pesquisa qualitativa com texto: imagem e som: um manual prático**. Petrópolis RJ: Vozes, 2002

BRAGA, José Luiz. Comunicação e Educação: **Questões dedicadas na interface**. São Paulo, SP: Hacker, 2001.

COLLING, Leandro. **Mídia, massa, aldeia global, idade mídia, telerrealidade, agenda setting simulacro, império do efêmero**. In RUBIM, Antonio Albino Canelas (org). Cultura e Atualidade. Salvador: EDUFBA, 2005

FERRÉS. Joan. **Televisão Subliminar: Socializando através de comunicações despercebidas**. Porto Alegre: Artmed, 1998

LAKATOS, Eva Maria & MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia Científica**. São Paulo, SP: Atlas, 2000

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Tradução de Ivone Castilho Benedetti. São Paulo: EDUSC, 2001.

MARCONI, Marina de Andrade & LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo, SP: Atlas, 2001

PORTO, Claudio & RÉGNIER Carla. **O Ensino Superior no mundo e no Brasil - Condicionantes, Tendências e Cenários para o horizonte 2003-2005: Uma abordagem Explanatória**. Brasília, DF, Dezembro de 2003.



PREDEBON, José. **Curso de Propaganda: do anúncio a comunicação Integrada**. São Paulo: Atlas, 2004.

SANTAELLA, Lúcia. **Cultura das mídias**. São Paulo: Experimento, 1996.

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda: teoria, técnica e prática**. São Paulo, SP: Pioneira, 1996.

SARMENTO, Daniel. **A Igualdade Étnico-Racial no Direito Constitucional Brasileiro: Discriminação “De Facto”, Teoria do Impacto Desproporcional e a sua afirmativa**. In: Livres e Iguais. Rio de Janeiro, RJ: Lumes Jurs Editora, 2006.

SILVA, Tomaz Tadeu. **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**/ Tomaz tadeu da Silva (org). Stuart Hall, Kathryn Woodward. Petrópolis. RJ: Vozes, 2000

SOUZA, Mauro Wilton. **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo, SP: Brasiliense, 2002.

<http://prouni-inscricao.mec.gov.br/prouni/Oprograma.shtm>. acessado às 18:00 do dia 16 de outubro de 2006.