



PROF**HISTÓRIA**

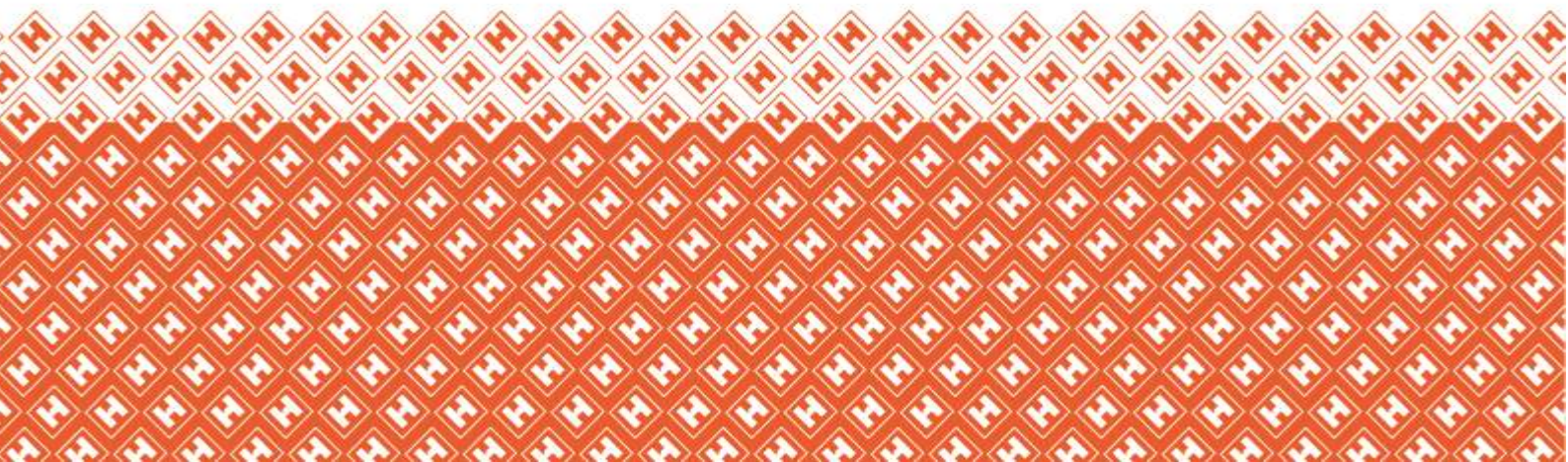
MESTRADO PROFISSIONAL
EM ENSINO DE HISTÓRIA

SIDNEY DE MELO CATELÃO

**História em Revista: as narrativas de
Seleções do *Reader's Digest* em sala de
aula (1942-1949)**

Universidade Estadual do Paraná – Unespar

Maio / 2020



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ
CAMPUS DE CAMPO MOURÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E DA EDUCAÇÃO**

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ENSINO DE HISTÓRIA
NÍVEL DE MESTRADO PROFISSIONAL – PROFHISTÓRIA**

SIDNEY DE MELO CATELÃO

**HISTÓRIA EM REVISTA: AS NARRATIVAS DE SELEÇÕES DO
READER'S DIGEST EM SALA DE AULA (1942-1949)**

**CAMPO MOURÃO – PR
2020**

SIDNEY DE MELO CATELÃO

**HISTÓRIA EM REVISTA: AS NARRATIVAS DE SELEÇÕES DO
READER'S DIGEST EM SALA DE AULA (1942-1949)**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ensino de História, nível de Mestrado Profissional, da Universidade Estadual do Paraná (Unespar), como requisito parcial para obtenção do título de Mestre.

Área de Concentração: Ensino de História
Orientador: Dr. Jorge Pagliarini Junior.

**CAMPO MOURÃO – PR
2020**

Ficha de identificação da obra elaborada pela Biblioteca
UNESPAR/Campus de Campo Mourão

Catelão, Sidney de Melo

C358h História em revista: as narrativas de seleções do *Reader's Digest* em sala de aula (1942-1949). / Sidney de Melo Catelão. -- Campo Mourão, PR : UNESPAR, 2020.
214 f. : il.; Color.

Referência Bibliográfica

Orientador: Dr. Jorge Pagliarini Junior.
Dissertação (Mestrado Profissional) – UNESPAR - Universidade Estadual do
Paraná, Programa Pós-Graduação em Ensino de História (PROFHISTÓRIA), 2020.
Área de Concentração: Ensino de História.

1. História-Estudo e Ensino. 2.Leitura-Narrativas. 3.Aprendizagem. I. Pagliarini Junior, Jorge (orient). II. Universidade Estadual do Paraná–Campus Campo Mourão, PR. III. UNESPAR. IV. Campo Mourão. V. Título.

CDD 21.ed. 907
370.1523
418.4

SIDNEY DE MELO CATELÃO

**HISTÓRIA EM REVISTA: AS NARRATIVAS DE SELEÇÕES DO
READER'S DIGEST EM SALA DE AULA (1942-1949).**

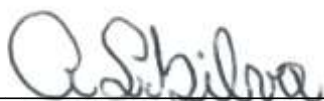
BANCA EXAMINADORA



Dr. Jorge Pagliarini Júnior (orientador) – Programa de Mestrado Profissional em Ensino de História – ProfHistória/Universidade Estadual do Paraná – UNESPAR



Dr. Fábio André Hahn – Programa de Mestrado Profissional em Ensino de História – ProfHistória/Universidade Estadual do Paraná – UNESPAR



Dra. Ana Lucia da Silva – Programa de Mestrado Profissional em Ensino de História – ProfHistória/Universidade Estadual de Maringá – UEM

Data de Aprovação

29/Maio/2020

Campo Mourão – PR

Dedico este trabalho a todos os amigos que acompanharam, mesmo de longe, as diversas fases pelas quais passei durante a elaboração deste projeto, bem como, durante todas as fases do curso que exigiram mais de mim, evitando que passássemos mais tempo juntos. Em especial à minha família, que mais sofreu e sofre com as minhas ansiedades.

AGRADECIMENTOS

A várias pessoas devo estender os meus agradecimentos. Aos meus alunos e alunas e aos meus colegas professores/as de História que forneceram elementos fundamentais para a realização desse trabalho.

Aos diretores e diretoras dos colégios onde trabalho que tiveram paciência e compreensão durante minhas ausências e me incentivaram em todos os momentos.

Agradeço aos professores do Programa de Mestrado profissional em Ensino de História, ProfHistória da UNESPAR de Campo Mourão, que sempre compreenderam a condição de docente/discente, minha e de meus companheiros de curso, e que forneceram suporte teórico e intervenções para esse trabalho.

Ao Professor Dr. Jorge Pagliarini Junior, que desde o início acreditou nesse projeto e contribuiu generosamente para a construção teórica do mesmo.

Ao professor Dr. Fábio André Hahn pelas importantes contribuições as quais fortaleceram a pesquisa.

Em especial, quero agradecer a Professora Dr^a Ana Lucia da Silva que se dispôs a participar tanto do Exame de Qualificação quanto da Banca de Defesa, e que contribuiu com diversos apontamentos relevantes à melhoria do texto.

A CAPES pelo apoio financeiro, fundamental para minha manutenção no Programa de Mestrado.

A todos, meu muito obrigado.

Uma coisa é e não é ao mesmo tempo. Não podemos fixa-la numa posição para todo o sempre. Tudo que existe morre e desaparece, nada é eterno. Como as coisas, assim são as ideias, as palavras, os conceitos.

Leôncio Basbaum

RESUMO

CATELÃO, Sidney de Melo. **História em Revista: as narrativas de Seleções do *Reader's Digest* em sala de aula (1942-1949)**. Dissertação. Programa de Pós-Graduação em Ensino de História – Mestrado Profissional. Universidade Estadual do Paraná, Campus de Campo Mourão. Campo Mourão, 2020.

Esta dissertação tem por objetivo a criação de atividades pedagógicas para o Ensino de História na educação básica. Desenvolvidas no Mestrado Profissional em Ensino de História (ProfHistória), estas atividades tiveram como tema o uso das narrativas da Revista Seleções do *Reader's Digest* como fontes históricas no Ensino da disciplina de História. Sua metodologia pautou-se na investigação dos diversos discursos produzidos pela revista entre os anos de 1942 e 1949, no diálogo com a bibliografia responsável pela sua análise e no cotejamento desse material com o campo do ensino. Sua elaboração visou ao aprimoramento das estratégias de análise, leitura e produção narrativa na educação básica para abordar a imprensa, os documentos históricos e as fontes de informações em geral. A seleção de temas baseou-se nos aspectos contextuais em que este periódico estava inserido. Com formato de bolso, riquíssima em artigos e imagens que representavam o modo de vida americano (*american way of life*), e textos selecionados e condensados de livros e outras publicações, a revista conquistava e ampliava o número de leitores a cada nova edição. Chegou ao Brasil em fevereiro de 1942, dois meses após o país se alinhar aos Estados Unidos e aliados na Segunda Guerra Mundial estreitando a política de “boa vizinhança” entre os dois países. Nesse período, a publicação acompanhava o desenrolar da Segunda Guerra Mundial, com narrativas que elegiam os nazistas, os japoneses e, posteriormente, no pós-guerra, os comunistas como “inimigos”. Esse contexto histórico abordado possibilitou a elaboração de quatro eixos temáticos: o primeiro aborda o nazismo; o segundo enfatiza a Política de “boa vizinhança” e o esforço de guerra; o terceiro tem como tema o Comunismo e o quarto eixo as representações de gênero, raça e classe.

Palavras-chave: Produção e difusão de narrativas históricas, Ensino de História, fonte histórica, Revista Seleções do *Reader's Digest*.

ABSTRACT

CATELÃO, Sidney de Melo. **History in Jornal: Reader's Digest Selection narratives in the classroom (1942-1949)**. Essay. History Graduate Program - Professional Master Degree. The State University of Paraná, Campus of Campo Mourão. Campo Mourão, 2020.

This dissertation aims to create of pedagogical activities in the History Teaching of basic education. Developed in the Professional Master in History Teaching (ProfHistória), The theme of these activities was the use of the narratives of the Reader's Digest Magazine as historical sources in History Teaching. The methodology was based on the investigation of the diverse speeches produced by the magazine between the years 1942 and 1949, in dialogue with the bibliography responsible for its analysis and in the comparison of this material with the teaching field. Its elaboration aimed at the improvement of the strategies of analysis, narrative reading, and production in basic education to approach the press, historical documents and sources of information in general. The selection of themes was based on the contextual aspects in which this journal was inserted. Very rich in articles and images that represented the American way of life, with a pocket format, with articles selected from books and other condensed publications, the magazine won and expanded the number of readers with each new edition. It arrived in Brazil in February 1942; two months after the country aligned itself with the United States and allies in the Second World War, narrowing the "Good Neighbor" policy between the two countries. It followed the course of World War II, with narratives that elected the Nazis, the Japanese and, later, in the post-war period, the Communists as "enemies". This historical context enabled the elaboration of four thematic axes, namely: Nazism; the second axis, the "good neighbor" policy and the war effort; the third axis has Communism as its theme; and the fourth axis, the representations of gender, class, and race, which are presented and structured in chapter 3 of this essay.

Keywords: Production and diffusion of historical narratives, History Teaching, historical source, Reader's Digest Magazine.

LISTAS DE ILUSTRAÇÕES

IMAGEM	1	- EXPLORADORES.....	44
IMAGEM	2	- EXPLORADORES.....	45
IMAGEM	3	- CAPA DO PRIMEIRO NÚMERO DE SELEÇÕES.....	46
IMAGEM	4	- PRINCÍPIOS DA DEMOCRACIA DIFUNDIDOS POR SELEÇÕES DO <i>READER'S DIGEST</i>	47
IMAGEM	5	- OPERÁRIOS E PATRÕES.....	52
IMAGEM	6	- SEÇÃO DE LIVROS “EDUCANDO PARA A MORTE!”.....	67
IMAGEM	7	- “ODEUS SINTÉTICO DOS NAZIS”.....	68
IMAGEM	8	- ANÚNCIO PUBLICITÁRIO “PROGRAMAS RCA VICTOR	69
IMAGEM	9	- O ARSENAL DAS DEMOCRACIAS.....	71
IMAGEM	10	- ANÚNCIO COCA-COLA.....	73
IMAGEM	11	- ANÚNCIO COCA-COLA “VENDEDORES DE FLORES EM CARACAS”.....	74
IMAGEM	12	- ANÚNCIO COCA-COLA “JOGADORES DE POLO ARGENTINOS”.....	75
IMAGEM	13	- ANÚNCIO “PROGRAMA RÁDIO-COMETA”.....	78
IMAGEM	14	- ANÚNCIO PHILCO.....	79
IMAGEM	15	- ARTIGO “A SORTE DO MUNDO ESTÁ EM JOGO NA CHINA”.....	80
IMAGEM	16	- NA BATALHA DA PRODUÇÃO.....	82
IMAGEM	17	- CAÇANDO JAPONESES.....	83
IMAGEM	18	- A GUERRA TEM SEU LADO BOM.....	84
IMAGEM	19	- ANÚNCIO “PNEUS GOODYEAR”.....	86
IMAGEM	20	- PETRÓLEO É MUNIÇÃO.....	87
IMAGEM	21	- POR QUE LUTAMOS?.....	88
IMAGEM	22	- ANÚNCIO POND’S: IMPERA A BELEZA NA AMÉRICA DO SUL.....	93
IMAGEM	23	- ANÚNCIO CREME POND’S; MULHERES QUE PODEM ESCOLHER.....	94
IMAGEM	24	- ANÚNCIO ESSO: “A SEGURANÇA COMEÇA AQUI”.....	95
IMAGEM	25	- ANÚNCIO GENERAL ELECTRIC “EMBELEZE SEU LAR”..	97

IMAGEM	26	- ANÚNCIO JOHNSON & JOHNSON: “CONVERSA ENTRE MULHERES”.....	98
IMAGEM	27	- COCA-COLA.....	101
IMAGEM	28	- AS LANCHAS HIGGINS.....	102
IMAGEM	29	- SERVEL, INC.....	103

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	14
CAPÍTULO 1: O ENSINO DE HISTÓRIA.....	23
1.1 Reflexões sobre o Ensino de História	23
1.2 Os novos desafios para o Ensino	30
1.3 O uso de documentos em sala de aula	37
CAPÍTULO 2: A REVISTA SELEÇÕES DO <i>READER'S DIGEST</i>	41
2.1 Os periódicos e a origem da Revista <i>The Reader's Digest</i>	42
2.2 A Revista Seleções do <i>Reader's Digest</i> e o Estado Novo	49
2.3 A Revista Seleções do <i>Reader's Digest</i> e a academia	53
CAPÍTULO 3: “HISTÓRIA EM REVISTA”: UM CADERNO PEDAGÓGICO PARA PROFESSORES E PROFESSORAS DE HISTÓRIA.....	60
3.1 A História na sala de aula	60
3.2 A Revista Seleções nas aulas de História	64
3.2.1 Nazismo, Comunismo, Esforço de Guerra e Política de “Boa Vizinhaça”	66
3.2.2 Gênero, Raça e Classe	90
CAPÍTULO 4: HISTÓRIA EM REVISTA.....	105
CONSIDERAÇÕES FINAIS	206
REFERÊNCIAS	209

INTRODUÇÃO

“[...] somente é válida a teoria que articula uma prática[...]”

Michel De Certeau

Abro este trabalho citando uma frase que, para mim, representa um resumo do que é o Mestrado Profissional em Ensino de História – ProfHistória. Quando ingressei no programa, cheguei com uma proposta simples que era trabalhar fontes históricas a partir do uso de revistas em sala de aula com os alunos do terceiro ano do Ensino Médio. O que parecia simples tornou-se um desafio à medida que tive a necessidade de pensar um produto pedagógico a ser desenvolvido por meio do programa, uma vez que fui levado a repensar minha prática enquanto professor de História da rede básica de educação do Estado do Paraná.

Pensar em educação pública no Brasil é pensar sobre campo com muitas incertezas e desafios, pois se trata de uma área cercada por embates políticos de diversas matizes as quais refletem diretamente no espaço escolar. Muitas vezes, as pessoas que pensam e decidem o sistema educacional no Brasil estão distantes do contexto escolar, do chamado “chão da escola”, onde as práticas escolares se efetivam.

Dentro desse cenário, são constantes as críticas e os questionamentos relacionados à eficácia da escola, de sua função, à função do professor e sua formação, passando pela organização do currículo entre outros pontos polêmicos.

Dentro do espaço escolar convivemos diariamente com diferentes situações que são comuns às escolas públicas e que estão relacionadas ao cotidiano, com o dia a dia dos diferentes agentes que contribuem para a formação dos estudantes. Diante disso, procuro narrar aqui um pouco da minha experiência profissional.

Sou professor de História do Colégio Estadual Castro Alves – Ensino Médio do Município de Rondon, Paraná, desde 2011. Como o colégio é a única instituição que atende na modalidade de Ensino Médio no município, tem como alunos um grupo bastante heterogêneo. São adolescentes e jovens da zona rural, dos bairros periféricos e do centro, compondo turmas com diferentes interesses e aspirações, diferentes níveis de conhecimento, capacidade de leitura e interpretação textual. Somando-se essas condições às regras internas da instituição, bem como a organização das disciplinas em que História ocupa duas horas/aula semanais na matriz curricular, temos uma pequena ideia do campo de trabalho em que professor e estudantes se articulam no processo de ensino e aprendizagem.

Nesse espaço escolar, ao pensar as possíveis abordagens e metodologias para trabalhar História em sala de aula, tenho como grande questão a seguinte pergunta: como ensinar História aos meus alunos e alunas? Como conciliar diferentes interesses e aspirações com a proposta disciplinar? E, também, como alcançar aqueles estudantes que apresentam dificuldades de leitura e interpretação de texto? Sempre questionei se eles estavam realmente aprendendo, se o material usado em sala de aula era adequado para uma formação efetiva conforme a legislação educacional vigente. A partir desses questionamentos, passei a analisar o material didático utilizado pelos estudantes e a relação deles com esse material.

Vivemos em um contexto tecnológico de evolução com diferentes formas de comunicação e informação em que o estudante tem a possibilidade de contato com os conteúdos por meio de vídeoaulas disponibilizadas na *Internet*, pesquisas direcionadas pelos *sites* de busca, como o *Google* e *Yahoo*. Há ainda, nesse contexto, a influência de produções de documentários questionáveis sem responsabilidade historiográfica, e que, muitas vezes, estão a serviço de correntes políticas. Aí, novas questões surgem: como levar nossos estudantes a desenvolver sua criticidade frente às diversas informações históricas usadas pelas mídias e que conflitam, muitas vezes, com os estudos desenvolvidos nas universidades por historiadores que são disseminados nos livros didáticos? Como construir a competência leitora¹ em nossos estudantes? Como levá-los a perceber que as informações veiculadas nas diversas mídias devem ser questionadas e não aceitas como verdades inquestionáveis?

Constatando as limitações do livro didático utilizado na escola, o desinteresse dos estudantes por esse material didático que, muitas vezes, foi visto como um “peso” a mais na mochila, e ciente de a história trabalhada em sala de aula muitas vezes não fazia sentido, comecei a buscar alternativas que pudessem colocá-los em contato direto com materiais produzidos em épocas diferentes para que pudessem manusear, analisar e construir conhecimento a partir das impressões que eles tinham. Daí a ideia, anterior à minha entrada no ProfHistória, quero ressaltar, de trabalhar fontes em sala de aula.

Trabalhar com fontes históricas em sala de aula não é nenhuma novidade, uma vez que os próprios livros didáticos trazem estampadas em suas páginas diversas ilustrações e textos produzidos em épocas diferentes e que são disponibilizados para facilitar o trabalho do professor de história. Contudo, existem diversos apontamentos sobre o uso de ilustrações

¹ PERRENOUD, Philippe. **Construir as competências desde a escola**. Trad. Bruno Charles Magne. Porto alegre: Artes Médicas Sul, 1999.

disponíveis no livro didático que reforçam estereótipos e promovem apagamentos². Desse modo, propus levar revistas publicadas em diferentes épocas com o objetivo de dar aos estudantes uma experiência diferente daquela proporcionada pelo livro didático.

Conforme Carla Bassanezi Pinsky (2018), as fontes, ao serem inquiridas, revelam histórias sobre as sociedades as quais pertencem e participam na criação de uma narrativa explicativa sobre o resultado dessa análise. Os Parâmetros Curriculares Nacionais (1998, p. 79) também convalidam a possibilidade do uso de documentos, assim, ao serem questionados, interpretados, eles representariam visões de mundo, modos de viver, de possibilidades construtivas, específicas do contexto de uma época tanto na sua dimensão material como na sua dimensão abstrata e simbólica.

O ingresso no ProfHistória, em 2018, possibilitou-me aprofundar estudos acadêmicos em torno do Ensino de História e avançar nessa prática. O contato com textos dos diversos autores nas disciplinas de História do Ensino de História, Teoria de História e Educação Patrimonial e Ensino de História tornou possível ampliar os horizontes para além dos muros da escola e repensar as práticas de trabalhar História em sala de aula. Passei a perceber que é para os/as estudantes que temos que voltar nossos olhos, nas suas experiências, no modo como aprendem e não apenas nos conteúdos que elegemos para trabalhar em sala.

Conforme Marta de Souza Lima Brodbeck (2012),

...é através da percepção de suas experiências de vida que o aluno pode incorporar com maior propriedade os saberes escolares de forma crítica e contínua, melhorando sua compreensão do mundo e ampliando sua ação e interação social. [...] o estudo da História deve partir da compreensão e reconstrução da vida cotidiana para que seja possível entender essa dimensão na vida das outras pessoas e perceber que o homem, vivendo em sociedade, cria desde costumes pessoais até grandes ideias. (BRODBECK, 2012, p. 15).

Isso permite, agora a partir de Jörn Rüsen, pensar no conceito de consciência histórica, estudada aqui no Brasil, entre outros, pelo professor Dr. Luis Fernando Cerri (2011), que propôs a seguinte definição para o termo: “em poucas palavras, podemos definir como uma das estruturas do pensamento humano, o qual coloca em movimento a definição da identidade coletiva e pessoal, a memória e a imperiosidade de agir no mundo em que se está inserido” (CERRI, 2011, p.13). Segundo Cerri, passado e futuro participam ativamente do presente de nossa sociedade, e esse sentido se amplia na experiência pessoal dos estudantes. Deste modo,

² BITTENCOURT, Circe. Livros didáticos entre textos e imagens. In: BITTENCOURT, Circe (Org.). **O saber histórico na sala de aula**. 12 ed. São Paulo: contexto, 2017. P. 69 – 90.

“definir quem somos e quem são os outros é parte do condicionamento da nossa ação e paixão, e da ação e paixão dos outros” (CERRI, 2011, p. 16). O autor afirma ainda que

...a rejeição de muitos alunos em estudar história pode não ser somente uma displicência com os estudos ou uma falta de habilidade com essa matéria, mas um confronto de concepções muito distintas sobre o tempo, que não encontram nenhum ponto de contato com o tempo histórico tal como aparece na narrativa de caráter quase biográfico das nações ou da humanidade. (CERRI, 2011; p. 17)

Dessa forma, escolhi aprimorar uma prática que já desenvolvia em sala de aula: trabalhar com periódicos, revistas e jornais como fontes históricas uma vez que retratam, de alguma forma, o universo do aluno com textos, imagens, peças publicitárias que podem se tornar importantes mecanismos para o desenvolvimento de sua formação.

A escolha por trabalhar recortes de artigos e de anúncios publicitários da Revista Seleções do *Reader's Digest* em sala de aula deveu-se a dois motivos: o primeiro está relacionado ao significado dos aspectos contextuais em que estava inserida essa publicação. Riquíssima em artigos e imagens que representavam o modo de vida americano (*american way of life*), a revista foi fundada em 1922, na cidade de Nova York por um casal de norte-americanos - Roy William DeWitt Wallace e Lila Acheson Wallace - e, devido ao seu formato de bolso, com artigos selecionados e condensados de livros e outras publicações de modo que pudessem ser lidos com rapidez e facilidade (RAAD, 2004), conquistava e ampliava o número de leitores a cada nova edição.

A revista chegou ao Brasil em fevereiro de 1942, dois meses após o país se alinhar aos Estados Unidos e aliados na Segunda Guerra Mundial estreitando a política de “boa vizinhança” entre os dois países. Em uma pré-análise, pude perceber o potencial da revista, uma vez que, ela acompanhava o desenrolar da Segunda Guerra Mundial, elegendo os nazistas, os japoneses e, depois, no pós-guerra os comunistas como “inimigos”. Configurava-se, assim, num material farto para se trabalhar vários assuntos com os estudantes em sala de aula por meio da análise de textos e imagens.

Outro motivo da escolha da revista deve-se ao meu contato familiar com ela. A publicação, de forma indireta, fez parte de minha infância, uma vez que passava horas ao lado de meu avô, folhando-as e tentando compreender o interesse dele naquele emaranhado de textos que pouco sentido faziam para mim na época. Assinante e leitor assíduo da revista, meu avô sempre retomava leituras de números antigos que ficavam armazenados em uma caixa de madeira; de alguma forma parecia reviver momentos ou reativar memórias para alimentar o presente. Isso me faz lembrar uma frase de Jacques Le Goff (1990, p. 471): “a

memória, onde nasce a história, que por sua vez a alimenta, procura salvar o passado para servir o presente e o futuro”.

As revistas Seleções do *Reader's Digest* sob cuidado do meu avô compunham uma coleção com centenas de exemplares que datavam do ano 1942 aos anos de 1970. Ficava horas folheando-as, tentando desvendar o interesse do meu avô por elas. Elas me interessavam por conta de seus anúncios que, com mensagens que não faziam muito sentido, retratavam outra época, outro contexto desconhecido para mim. O que me chamava atenção eram as referências contidas sobre a Segunda Guerra Mundial, tanto nos artigos quanto na publicidade estampada na revista, principalmente nos exemplares da década de 1940. A impressão que tinha era de que se tratava de um almanaque criado especialmente para tratar de guerras, ou da Segunda Guerra, mais especificamente.

O tempo passou, e quando meu avô se foi em 1999, a coleção de revistas virou uma importante herança a qual eu procurava manter segura e à mão para, de vez em quando, folheá-la como se fizesse uma viagem ao passado por meio das narrativas e imagens que marcaram um determinado lugar no tempo.

Com minha formação em História em fins dos anos 1990 e início de 2000, passei a olhar o material que detinha em mãos com outros olhos. Enxergava nele a possibilidade de transformá-lo em fonte de pesquisa para uma pós-graduação. Todavia, por ela não se tratar especificamente de um material voltado para a área de educação, para a qual me formei, ainda por algum tempo, acabei adiando a ideia de aperfeiçoamento profissional. Durante esse período, em 2010, finalmente, resolvi ingressar no magistério.

As primeiras experiências em sala de aula foram decepcionantes, principalmente quando percebi que o conhecimento acadêmico de pouco serviria se eu não encontrasse um meio eficaz de falar a mesma língua que os estudantes falavam no contexto da sala de aula. Tudo era novo pra mim. A experiência adquirida por meio dos estágios supervisionados foi importante, mas não dava conta das dificuldades que enfrentei para me adaptar ao contexto escolar. Em cada dia, em cada turma, em cada aula, algo diferente ocorria, fazendo com que tivesse que me posicionar, buscar alternativas para dar conta do que escapava do previsto no planejamento da aula. Por mais que me apegasse ao “tripé” do ensino de História - pautado na manutenção da unidade entre objetivos, conteúdos e metodologias - sempre faltava algo.

Com o tempo, percebi que esse algo que faltava estava relacionado ao fato de como se apresentavam os/as estudantes que estavam ali, na minha frente. Não havia uma participação efetiva por parte deles. Essa participação era sempre passiva, aquela participação que precisa de comandos para realizar atividades, para perguntar algo, para expor ideias e argumentações.

A composição de alunos por turma era, e continua sendo, bastante heterogênea naquilo referente à origem, padrão social e cultural de cada um deles/delas. Nesse contexto e utilizando a estrutura ofertada pela escola, as aulas se desenvolviam aproveitando o que era uma base comum a todos: o livro didático. Trabalhar com o livro didático era, e ainda é, a opção que facilitaria o trabalho do professor. Mas em seu contexto de uso, esse material acabava perpetuando velhas práticas entre os estudantes como, por exemplo, o de reproduzir a história como algo pronto e acabado, perdendo o sentido de levantar hipóteses e construir narrativas.

É sobre esse problema que passei a refletir nos últimos anos de magistério: como quebrar a hegemonia de uma história pronta e acabada que os estudantes têm do material didático disponível para eles? Como conectar sujeito (estudante) e objeto (história) para que se processe a aprendizagem? Como fazer com que o estudante abandone sua passividade frente aos conteúdos que são propostos para as aulas de história, e fazer com que eles assumam sua posição de sujeitos históricos com capacidade de dedução, de levantar hipóteses e construir narrativas?

Com essas questões em vista sempre busquei fazer com que os estudantes observassem com outros olhos as informações que chegavam “prontas” a eles. Sempre aproveitei as polêmicas que viralizavam nas redes sociais para discutir as diferentes perspectivas de um mesmo assunto/problema. Até que, em 2014, de forma inesperada, acabei tendo a primeira experiência com o uso das revistas Seleções no âmbito de sala de aula. Numa turma do terceiro ano do ensino médio noturno, um estudante questionou as informações disponíveis no livro didático sobre a Segunda Guerra Mundial. Em síntese, parecia difícil aos estudantes acreditarem em tamanha atrocidade quando era trabalhado esse tema em sala de aula. De forma minimalista, o estudante me questionava se não havia um exagero no que o livro narrava.

Nesse momento, usei a argumentação da utilização de fontes históricas para a construção narrativa do que foi o evento abordado. Retomei um pouco dos conteúdos iniciais da disciplina de História para falar da função do historiador e de seu trabalho. Foi quando surgiu a ideia de levar as revistas que estavam sob minha guarda para que os estudantes tivessem contato com algo produzido no momento histórico em que os fatos estavam acontecendo; fatos esses que eram noticiados pelos jornais e revistas do mundo inteiro.

As experiências que os/as estudantes tiveram ao entrar em contato físico com as revistas foram de estranhamento e curiosidade. Aos poucos, algumas perguntas começaram a surgir, as circunstanciais como, por exemplo, onde eu havia conseguido aquelas revistas, e as

perguntas pontuais relacionadas aos conteúdos disponíveis no interior delas. Apesar de não ser uma estratégia previamente pensada e articulada com um planejamento inicial, ela contribuiu para que eu, enquanto professor, reconsiderasse minha prática docente. Voltei a utilizá-las em anos posteriores com um maior cuidado metodológico, selecionando e direcionando casos mais específicos de acordo com os conteúdos que iria trabalhar em sala, e de forma a proporcionar aos diferentes estudantes a experiência de analisar, elaborar hipóteses e construir narrativas históricas que fizessem sentido para eles.

Quando ingressei no Programa de Mestrado do ProfHistória, percebi a necessidade de falar sobre o uso de documentos em sala de aula com os colegas professores de História; expliquei minha intenção sobre o uso da revista *Seleções* se tornar objeto de pesquisa para o mestrado, e também apresentei algumas imagens já trabalhadas com os estudantes. Essa ação gerou alguns apontamentos por parte dos professores que foram importantes como, por exemplo, o de tornar acessíveis partes da revista para que outros pudessem utilizá-las nas suas aulas. Assim, ao longo do mestrado, conforme fui analisando a revista, compartilhei algumas imagens e artigos considerados relevantes para a apreciação dos colegas. Sendo assim, esse trabalho reflete não apenas minha necessidade, mas traz também contribuições de colegas que foram enriquecedoras para o trabalho.

A problemática desse trabalho reside numa questão fundamental que permeia o universo escolar: a capacidade de o/a estudante ser sujeito ativo no processo de ensino/aprendizagem. Nesse sentido, ao fazer uma revisão de abordagem histórica tradicionalmente trabalhada em sala de aula, procuro ir além da apresentação de um processo histórico num eixo espaço-temporal eurocêntrico, evolutivo, sequencial e homogêneo que reduz a capacidade de o aluno se sentir na condição de sujeito comum, parte e sujeito da História, uma vez que essa está posta como um produto pronto e acabado, como nos aponta os Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN, 1998, p. 27).

Em tempo, essa dissertação foi escrita num momento de transição, num contexto de reforma do sistema educacional a partir da construção da Base Nacional Comum Curricular (BNCC), que é um documento normativo para as redes de ensino e suas instituições públicas e privadas. Ela é referência obrigatória para elaboração dos currículos escolares do ensino infantil e ensino fundamental em todo o país.

Tendo em vista a BNCC, no Paraná foi aprovado, em 2018, o Referencial Curricular do Paraná, que foi complementado em 2019 pelo Currículo da Rede Estadual Paranaense (CREP). Esse documento expõe os princípios, direitos, orientações e conteúdos essenciais

para cada componente curricular, em cada ano do Ensino Fundamental, e, também, sugestões de conteúdos para cada período avaliativo das escolas públicas.

Neste ano de 2020, o CREP passou a ser o documento curricular orientador da Proposta Pedagógica Curricular e Planos de Trabalhos Docente da Rede Estadual no Ensino Fundamental – anos iniciais. Não há uma data prefixada para implantação no Ensino Médio, mas o presente trabalho buscou dialogar com os novos documentos, vislumbrando essa transição.

Sendo assim, ao construir o produto, por meio da seleção de materiais disponíveis na Revista Seleções para ser aplicado em sala de aula, em turmas do terceiro ano do Ensino médio, aposto na capacidade de observação, reflexão, análise e posicionamento para a construção de narrativas organizadas, a partir das quais será possível mensurar o grau de aprendizado e de validade desta metodologia de trabalho.

O trabalho está estruturado em quatro capítulos. No primeiro, intitulado O Ensino de História, procuro os usos dados à disciplina de História em diferentes momentos da História da Educação; analiso os caminhos percorridos para a produção de livros didáticos disponíveis para a escola pública, e reforço a necessidade de novos materiais com novas abordagens para além dos limites que, muitas vezes os livros oferecem. Nele, será discutida a possibilidade de utilização de revistas e jornais como fontes históricas em sala de aula. Para isso, dialogo com Brodbeck (2012), Monteiro (2007), Pinsky (2018), Raad (2004), Schmidt (2017), Rüsen (2011) e Bittencourt (2017).

No segundo capítulo, A Revista Seleções do *Reader's Digest*, contextualizo o surgimento da revista e seu lançamento no Brasil, em 1942, contexto da Segunda Guerra Mundial e do Estado Novo varguista; apresento a Revista Seleções e os estudos já desenvolvidos sobre ela em teses e dissertações; na sequência, tomo com base para discussão o diálogo com Chartier (1991) e Moscovici (2007) a propósito do significado das representações culturais e da leitura e a representação de leitores para o ensino de História.

No terceiro capítulo, “História em Revista”: um caderno pedagógico para professores e professoras de história, procuro relacionar as possibilidades de trabalhar a Revista Seleções no contexto da sala de aula, pontuando alguns recortes de imagens e suas potencialidades nas aulas de História.

No quarto capítulo, por sugestão da Banca de Defesa, apresento o caderno pedagógico em sua íntegra com a seleção e classificação de documentos. Nele descrevo abordagens e temas, e como aplicar tal material didático em sala de aula.

Espero, por meio deste trabalho, contribuir com a formação de um estudante atuante e com capacidade de observação, reflexão, análise e posicionamento para a construção de narrativas, com pensamento crítico sobre o que lê, formador de novos conceitos e construtor de novos objetivos de leitura.

CAPÍTULO 1

O ENSINO DE HISTÓRIA

Ensinar/aprender História no século XXI não é uma tarefa fácil, uma vez que estamos inseridos num período em que a produção historiográfica se ampliou de forma consistente e gradativa, alargando sua presença na indústria cultural, e o Ensino de História tornou-se alvo de discussão nos órgãos governamentais, no mercado editorial e em diferentes mídias e espaços públicos. Não é por acaso que Selva Guimarães considera que

Discutir o Ensino de História no século XXI, é pensar os processos formativos que se desenvolvem em diversos espaços e as relações entre sujeitos, saberes e práticas. Enfim, é refletir sobre modos de educar cidadãos numa sociedade complexa marcada por diferenças e desigualdades (GUIMARÃES, 2012, p. 20).

Sendo assim, nos propus-me a revisitar a história do Ensino de História, buscando detectar seus diferentes usos nos processos socioculturais vividos no Brasil. Para isso, na sequência do capítulo divido essa abordagem em três momentos. No primeiro deles, apresento um panorama do ensino de História potencializado nos debates do ProfHistória, especificamente naquilo pertinente ao processo de construção da pesquisa que ora apresento. No segundo momento, apresento um diálogo com as problematizações do campo do ensino da História, pontualmente dos desafios encontrados pelo professor diante dos usos da tecnologia pelos alunos e do potencial e limites dos usos do livro didático. Concluindo, no terceiro momento apresento uma discussão a respeito dos usos do documento em sala de aula. As três abordagens contextualizam tanto a produção da pesquisa e a sistematização do produto apresentado no terceiro capítulo quanto minha inserção profissional e de pesquisa neste processo de formação.

1.1 Reflexões sobre o Ensino de História

Com o ProfHistória tive a oportunidade de, a partir de uma releitura de textos que fizeram parte de minha formação, de textos produzidos recentemente e do contato com colegas que, em algum momento, tiveram experiências semelhantes, pensar com cuidado o uso de fontes na sala de aula. Assim, pude propor novas estratégias de ensino no âmbito escolar, ou aprofundar em formas já utilizadas de trabalhar conteúdos de história em sala de aula, como é o meu caso; quanto à utilização de revistas como fonte ou documento histórico

levou-me a refletir sobre as diversas funções assumidas pela escola e pela disciplina de história no contexto escolar.

É consenso geral que, para que a aprendizagem ocorra, é necessário dar sentido ao papel da escola e das disciplinas escolares para os estudantes. Nesse sentido, a história narrada em sala de aula necessita estabelecer uma relação com o campo de experiência do estudante. No contexto do mundo atual, o de circulação de tantas informações em redes sociais e outros meios de comunicação, a princípio mais interessantes do que a aula de História, uma aula expositiva e pautada pelo uso indiscriminado do livro didático tende a ser, muitas vezes, na percepção das/dos estudantes, “chata” e “cansativa”. O aprendizado histórico, aquele definido por Rüsen (2011, p. 44) como “um processo mental de construção de sentido sobre a experiência do tempo através da narrativa histórica, na qual as competências para tal narrativa surgem e se desenvolvem”, tende a se perder.

A atenção à narrativa histórica envolve outro fator importante para que a aprendizagem se efetive, pois ela é fundamental como uma função produtiva do sujeito. Conforme Rüsen, o aprendizado histórico a partir das narrativas da história ocorre somente

quando a história deixar de ser aprendida como mera absorção de um bloco de conhecimentos positivos, e surgir diretamente da elaboração de respostas a perguntas que se façam ao acervo de conhecimentos acumulados, é que poderá ela ser apropriada produtivamente pelo aprendizado e se tornar fator de determinação cultural da vida prática humana[...]; a experiência do passado transforma-se em experiência histórica específica, único contexto em que tal experiência é efetivamente apropriada, tornando-se conteúdo próprio do ordenamento mental do sujeito. (RÜSEN, 2001, p. 44)

Na concepção do autor, esse ordenamento do passado deve então ser formatado, “questionável” e “negociável” para finalmente se transformar em elemento de um discurso, ou seja, de uma narrativa inerente aos sujeitos que interagem entre si.

Essa preocupação em pensar o estudante como sujeito histórico é, talvez, bem recente se levarmos em consideração a forma como a disciplina de História foi utilizada ao longo do tempo no sistema de ensino público do Brasil. O Ensino de História como disciplina escolar passou por diferentes fases ao longo do contexto da história da educação nacional.

Conforme os Parâmetros Curriculares Nacionais (1997) o ensino de História nasce atrelado ao ideal de formação cívica, estabelecido pelo Decreto das Escolas de Primeiras Letras (1827). A disciplina a ser ensinada compreendia História Civil articulada à História Sagrada, e “enquanto esta utilizava-se do conhecimento histórico como catequese, um instrumento de aprender a moral cristã, aquela o utilizava para pretextos cívicos” (1997, p. 19).

Jaime Pinsky (2018) atribui a Francisco Adolfo Varnhagen a função de primeiro historiador brasileiro devido ao fato de ele conseguir representar, no livro *História Geral do Brasil* os diferentes segmentos dominantes do Brasil após a emancipação política do país. Segundo Pinsky, a edição do referido livro é o momento decisivo do surgimento da nação brasileira no papel.

O autor descreve que naquele momento,

...os métodos de ensino então aplicados nas aulas de história eram baseados na memorização e na repetição oral dos textos escritos. Os materiais didáticos eram escassos, restringindo-se à fala do professor e aos poucos livros didáticos compostos segundo o modelo dos catecismos com perguntas e respostas, facilitando as arguições. Desse modo, ensinar História era transmitir os pontos estabelecidos nos livros, dentro do programa oficial, e considerava-se que aprender história reduzia-se a saber repetir as lições recebidas. (PCN, 1997, p. 21)

Dentro do contexto de mudanças do final do século XIX, com a abolição da escravidão, implantação da República, imigração e os novos desafios políticos do momento, a educação passa a ser vista como forma de realizar uma transformação do país. Nesse momento a escola elementar seria agente de eliminação do analfabetismo e efetuar a moralização do povo, assimilando os imigrantes estrangeiros no interior de uma ideologia nacionalista.

Nesse cenário, a História passa a ocupar no currículo um duplo papel: o civilizatório e o patriótico. “A História Nacional identificava-se com a História Pátria, cuja missão juntamente com a História da Civilização, era de integrar o povo brasileiro à moderna civilização ocidental” (PCN, 1997, p. 22)

A moral religiosa foi substituída pelo civismo, sendo que os conteúdos patrióticos não deveriam ficar restritos ao âmbito específico da sala de aula. Desenvolveram-se, nas escolas, práticas e rituais como festas e desfiles cívicos, eventos comemorativos, celebrações de culto aos símbolos da Pátria, que deveriam envolver o conjunto da escola demarcando o ritmo do cotidiano escolar. (PCN, 1997, p.23)

As práticas de ensino pouco mudaram no início do século XX. Brodbeck (2012) afirma que o ensino e o estudo da História como disciplina escolar foi fortemente influenciado pelo contexto histórico, as aulas de História eram baseadas na memorização e repetição de textos escritos. Essa prática perdurou durante todo o século XX e ainda se faz presente incentivada, muitas vezes, por professores ou mesmo como tática de parte dos estudantes para garantir a nota, não se importando assim com a aprendizagem.

De caráter positivista, a História tradicional apoiava-se em documentos para estudar, principalmente, fatos e acontecimentos de ordem política, prevalecendo as ações de estadistas

a despeito da história das pessoas comuns, como crianças, indígenas, negros, mulheres, agricultores e trabalhadores.

Porém, na década de 1920, na França, surge uma nova corrente de pensamento que buscava novos caminhos para a História, contemplando a interdisciplinaridade e aproximação entre todas as áreas de ciências humanas. Essa corrente tinha por objetivo combater o positivismo, ocupando-se menos com fatos políticos e valorizando mais as análises referentes ao viver coletivo e às estruturas sociais, e, dessa forma, desenvolver um novo tipo de história que levasse em consideração o acréscimo de novas fontes à pesquisa histórica, a partir de novas abordagens.

A fundação do periódico *Les Annales*, em 1929, visava à divulgação do pensamento de historiadores como Lucien Febvre e Marc Bloch e deu início a um novo modelo de historiografia que passou a influenciar fortemente o trabalho de pesquisa e ensino de História nos principais centros acadêmicos do mundo.

Enquanto esse movimento crescia no exterior, na década de 1970, no Brasil, a política educacional caminhou no sentido contrário. Havia uma lacuna entre a História que se discutia e se produzia na Academia e aquela ensinada nas escolas de 1º e 2º graus. Enquanto nas universidades determinados temas eram alvos de várias leituras e interpretações, muitas vezes, nem eram mencionados nos livros didáticos. Quando mencionados, eram impostos como verdades absolutas. Nas escolas, as aulas de História eram encaradas unicamente como estudo do passado, dos grandes homens e heróis, com conteúdos totalmente externos à vida dos estudantes, favorecendo a legitimação da memória dos grupos dominantes e dificultando a efetivação de experiências que rompessem com o modo tradicional de ensino da disciplina (FONSECA, 1993, p. 11).

Nesse contexto do Regime Militar (1964-1985), o papel da Educação esteve estritamente vinculado ao ideário de segurança nacional e desenvolvimento econômico. Essa influência do Estado ditatorial afetou duramente a área de Ciências Humanas, principalmente as disciplinas de História e Geografia, desde a formação dos professores à organização curricular das disciplinas no contexto escolar (GUIMARÃES, 2017, p. 24).

Em 1969, amparado pelo Ato Institucional nº 5 (AI-5), de dezembro de 1968, o governo autorizou, por meio do decreto-lei 547 de abril de 1969, a organização e funcionamento de cursos profissionais superiores de curta duração. Assim os cursos superiores de Estudos Sociais foram implantados em todo o país, formando uma geração de professores polivalentes, com habilitação para ministrar aulas de História, Geografia,

Organização Social e Política do Brasil (OSPB) e Educação Moral e Cívica (EMC) (FONSECA, 1993, p.27).

Se por um lado, essa medida atendia à lógica do mercado ao habilitar um grande número de professores de forma mais viável economicamente, uma vez que eram cursos rápidos, baratos, portanto, exigiam pouco investimento, por outro lado, acentuava a desvalorização e a consequente proletarização do profissional da educação contribuindo “para acelerar a progressiva perda de autonomia do professor diante do processo de ensino e aprendizagem na medida em que a preparação para o exercício das atividades docentes era bastante restrita” (GUIMARÃES, 2017, p. 25).

Articulado ao projeto de desqualificação dos professores de História, o decreto-lei 869, de 12 de dezembro de 1969, tornou obrigatória a inclusão de Educação Moral e Cívica (EMC) como disciplina e como prática educativa em todos os sistemas e graus de ensino no país. Dessa forma, conceitos como nação, pátria, integração nacional, tradição, lei, trabalho e heróis se tornaram o centro dos programas da disciplina de EMC. Com isso, os professores de História e Geografia ou Estudos Sociais passaram a se envolverem, diretamente, ao ministrar as duas disciplinas e também porque o conteúdo e os conceitos de moral e civismo perpassavam todas as disciplinas e atividades extraclasses (GUIMARÃES, 2017, p. 27).

Se a ordem e a moral transmitidas nas disciplinas e na prática educativa visavam eliminar críticas e legitimar o poder dos grupos dominantes do país, a dedicação especial ao ensino de Moral e Cívica acabava por reduzir os conceitos de moral, liberdade, democracia aos de civismo, subserviência e patriotismo. Houve um reducionismo e uma simplificação da formação moral e de cidadania à mera doutrinação ideológica — repressão à liberdade de pensamento e ao debate de ideias e culto aos heróis, mitos e datas nacionais (GUIMARÃES, 2017, p. 28).

Na prática,

A maior parte dos currículos aplicados nas escolas nesse período, principalmente nas públicas, não favorecia a reflexão e os conteúdos da disciplina de História, pois privilegiavam a sucessão dos acontecimentos históricos de forma que valorizavam o fato isoladamente, sem contextualização e a História comemorativa. Propagava-se assim a ideia de que a História era uma disciplina pronta e acabada porque se tratava do que já aconteceu. A construção do conhecimento histórico, o estudo das ações humanas, as relações entre os grupos sociais, o tempo e o espaço eram desprezados na maior parte das vezes (BRODBECK, 2012, p. 8).

No campo da produção historiográfica acadêmica, a partir dos anos de 1970, conforme Fonseca (1993), ocorreu um repensar dos temas, dos pressupostos e das interpretações; iniciou-se aí uma expansão do campo da História por meio da busca de novos temas e novos documentos. Isso porque há uma diversidade de interpretações que nos possibilita apreender

múltiplas leituras do social. Esse repensar da História ganhou espaços nos diferentes órgãos científicos e associações, por meio de congressos, seminários, debates envolvendo os três graus de ensino.

As discussões priorizavam a produção de conhecimento como forma de romper com o papel reprodutivista que tradicionalmente era conferido ao 1º e 2º graus; o livro didático, a forma como ele era utilizado, a análise dos conteúdos nele veiculados, o ensino temático como proposta alternativa ao ensino tradicional de História e as experiências com a utilização de diferentes linguagens e recursos de ensino passaram a ser sistematizadas e publicadas. Por pressões dos setores organizados, como a ANPUH (Associação Nacional de História), associações sindicais, congressos e seminários envolvendo os três graus de ensino, nos anos de 1980 começaram a ocorrer revisões na legislação pertinente ao ensino de História e se iniciaram processos de reformas dos currículos de História (FONSECA, 1993, p. 85-87).

A partir dos anos 1990, as lutas e disputas em torno de políticas educacionais produziram alguns resultados, dentre eles:

[...] a consolidação do processo de substituição de Estudos Sociais por História e Geografia nos anos iniciais e finais do ensino fundamental; a extinção legal [...] das disciplinas de Educação Moral e Cívica, Organização Social e Política do Brasil e Estudos dos problemas Brasileiros; [...] a extinção dos cursos de formação de professores de História em licenciaturas de curta duração em Estudos Sociais; o aperfeiçoamento da política pública de livros didáticos por meio do Programa Nacional do Livro Didático (PNLD) e das avaliações dos Livros Didáticos, no âmbito do Ministério da Educação; a promulgação da nova Lei de diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB) – Lei n. 9.394/96 – que, apesar das críticas e ressalvas quanto à forma e ao conteúdo, possibilitou a implementação de novas políticas públicas; a elaboração e a implementação dos Parâmetros Curriculares Nacionais (PCNs); os movimentos de reformulação/atualização curricular desenvolvidos nos sistemas estaduais e municipais de educação (GUIMARÃES, 2012, p. 33).

Ensinar história, teoricamente, deixou de ser a memorização de datas e nomes; a disciplina passou a oferecer ao aluno a possibilidade de construir conhecimento a partir das próprias experiências e bagagem cultural. Reforçaram-se os diálogos entre pesquisadores, o saber acadêmico e as práticas em sala de aula. A esse respeito, Brodbeck afirma que as propostas curriculares passaram a ser influenciadas pelo debate entre as diversas tendências historiográficas, e muitos historiadores se voltaram para a abordagem de novas problemáticas e temáticas de estudo ligadas à História social, cultural e do cotidiano, sugerindo possibilidade de rever a abordagem histórica tradicionalmente trabalhada na sala de aula.

É importante notar que, apesar de todas essas mudanças nas formas de se ensinar/aprender História na sala de aula a partir da legislação e das discussões acadêmicas sobre o assunto, ainda persistem muitas práticas do ensino/aprendizagem

tradicional/conservador por parte de professores e alunos. Há ainda abordagens historiográficas didatizadas e transpostas para o ensino de História que contemplam uma sequência linear e evolutiva de progresso, enquadrada num dos modelos dominantes no ensino de História compostos por grandes períodos: Idade Antiga, Idade Média, Idade moderna e Contemporânea (GUIMARÃES, 2012, p. 48).

Essas persistências de ensino tradicional/conservador estão relacionadas a uma concepção de escola e de ensino básico introjetada durante anos em alunos, pais, professores e técnicos de educação que ainda não veem a escola como espaço de produção de conhecimento, mas como espaço de reprodução embasada numa divisão do trabalho intelectual, com a hierarquização de funções e tarefas entre os produtores de conhecimento - as universidades - e reprodutores - as escolas (FONSECA, 1993, p. 90).

Notadamente, nas últimas décadas, com o fim do regime militar, tem-se verificado intensos debates entre as diversas tendências historiográficas que estão influenciando as propostas curriculares. Como exemplo, a Nova História francesa e a História Social inglesa. Muitos historiadores se voltaram para a abordagem de novas problemáticas e temáticas de estudos ligadas à história social, cultural e do cotidiano, sugerindo possibilidades de rever a abordagem histórica tradicionalmente trabalhada em sala de aula.

A apresentação do processo histórico, num espaço-temporal eurocêntrico, seguindo um processo evolutivo, sequencial e homogêneo, foi denunciada como produto pronto e acabado, redutor da capacidade de o aluno se sentir na condição de sujeito comum, parte integrante e agente da História, e restritivo ao discernimento da diferença entre o conhecimento histórico produzido por estudiosos e as ações dos homens realizadas no passado. Introduziu-se na mesma época, a preocupação em desenvolver nos estudantes domínios procedimentais de pesquisa histórica no espaço escolar e atitudes intelectuais de desmistificação das ideologias, da sociedade de consumo e dos meios de comunicação de massa. (PCN, História. 1998, p. 27).

Na atualidade, as Diretrizes Curriculares da Educação Básica do Estado do Paraná defendem que

A finalidade da História é a busca da superação das carências humanas fundamentada por meio de um conhecimento constituído por interpretações históricas. Essas interpretações são compostas por teorias que diagnosticam as necessidades dos sujeitos históricos e propõem ações no presente e projetos de futuro. Já a finalidade do ensino de História é a formação de um pensamento histórico a partir da produção do conhecimento. Esse conhecimento é provisório, configurado pela consciência histórica dos sujeitos. (DCE, 2008, 47).

Assim, as características que prevalecem estão ligadas ao desenvolvimento da capacidade de observação, reflexão, análise e posicionamento diante da realidade social. Observa-se que a disciplina de História vem se integrando a outras ciências sociais, como a

Antropologia, a Sociologia e a Psicologia social, principalmente no que se refere ao redimensionamento de seus estudos que abarcam povos de todos os continentes, e reconhecem a pluralidade de sujeitos.

Nesse contexto, ocorreram importantes mudanças na legislação brasileira no que concerne aos princípios norteadores da disciplina de História os quais devem estar presentes nos documentos oficiais e nos manuais didáticos como, por exemplo, o cumprimento da Lei nº 10.639/03 que inclui no currículo oficial a temática “História e Cultura Afro-Brasileira” e a Lei nº 11.645/08 que inclui a obrigatoriedade do ensino da história da cultura dos povos indígenas do Brasil.

Essas mudanças permitiram a abertura de espaço para debates, no interior das escolas, na elaboração de projetos pedagógicos que tenham como ponto de partida a vivência dos alunos. Nesse novo contexto, a participação ativa do estudante no processo de aprendizagem é fundamental, uma vez que permite incorporar aos conhecimentos que já possuem novas abordagens e relações, rompendo com a ideia de que não são sujeitos históricos.

1.2 Os novos desafios para o ensino

Com as novas propostas curriculares, ocorreram mudanças no currículo escolar, repensando-se o ensino de História, a partir da problematização dos conteúdos no processo de ensino e aprendizagem, levando-se em consideração o conhecimento prévio de alunos e alunas. Diante da emergência das novas tecnologias, redes sociais, aplicativos e uma profusão de informações que bombardeiam o cotidiano das pessoas, constata-se, nos últimos tempos, um fenômeno que colabora para a dificuldade ao se ensinar/aprender história: o imediatismo/presentismo que os meios de comunicação utilizam ao se ocupar da História.

Além do mais, no século XXI, estamos vivenciando um momento em que discursos divergentes proliferam nos meios de comunicações. Discursos exaltando épocas em que o país parecia viver uma “ordem” que, supostamente, perdeu-se no momento presente pautam esse contexto. Nas redes sociais proliferam fragmentos de ideias que buscam justificar a volta do regime militar no Brasil, discursos revisionistas ou, até mesmo, negacionistas da História. Digo fragmentos, pois tudo que passa pelos perfis dos usuários das redes sociais são frases de efeito que ora contestam, ora defendem determinadas convenções de pensamentos justificadas pelo uso da História para, assim, fundamentar posições.

Para tentar compreender esse fenômeno atual, é preciso ter em mente que, por conta da renovação tecnológica sistemática e da forma acelerada de como as informações estão circulando, o mundo contemporâneo passa por um período de mudanças constantes. Há um

contexto de desafios para o homem contemporâneo onde nada, nunca, está no mesmo lugar. Conforme Janice Theodoro (2005) “estamos assistindo, na sociedade moderna, a crise dos modelos: a crise do modelo de Estado, do emprego, da família, enfim, a crise do homem moderno” (THEODORO, 2005, p. 50). Os efeitos dessa crise podem ser sentidos, hoje, nas escolas, nas salas de aulas e, mais precisamente nas aulas de História.

As narrativas sobre o passado veiculadas pelos meios de comunicação, nas palavras de Marialva Barbosa (2016) “os usos do passado na comunicação”, muitas vezes destoam da História trabalhada pelo professor em sala de aula, trazendo confusões ou uma desconexão, o que dificultam o processo de ensino/aprendizagem. Flávia Eloisa Caimi (2009) afirma que:

[...] em estudos recentes os processos do pensar e do aprender acentuam o papel ativo dos sujeitos/alunos em seus percursos de aprendizagem e o protagonismo do professor na promoção de situações educativas que favoreçam o desenvolvimento de habilidades de pensamento, traduzidas na construção de competências cognitivas para “aprender a aprender”, e que, ao mesmo tempo, possam educar os jovens com base nos valores contemporâneos. (CAIMI, 2009, p. 65)

E é justamente para atender às novas demandas que o Ministério da Educação está lançando a Base Nacional Comum Curricular (BNCC) que, em síntese, é um documento normativo direcionado, exclusivamente, à educação escolar e será referência nacional para a formulação dos currículos dos sistemas de ensino e das redes escolares em todo o país, pautando as propostas pedagógicas das instituições escolares. A finalidade da BNCC, segundo o próprio documento, é integrar

a política nacional da Educação Básica e contribuir para o alinhamento de outras políticas e ações, em âmbito federal, estadual e municipal, referente à formação de professores, à avaliação, à elaboração de conteúdos educacionais e aos critérios para oferta de infraestrutura adequada para o pleno desenvolvimento da educação (BRASIL, 2018, p. 8).

Para compreender o documento da BNCC, procurei aprofundar o conceito de currículo a partir de Tomaz Tadeu da Silva (2001), o qual faz uma reflexão sobre a prática curricular e expõe as seguintes visões de currículo e de teoria curricular: a tradicional, humanista, baseada numa concepção conservadora da cultura, do conhecimento e da função social da escola; a tecnicista que enfatiza as dimensões instrumentais, utilitárias e econômicas da educação; a crítica que faz uma análise da escola e da educação como instituições voltadas para a reprodução das estruturas de classe da sociedade capitalista, onde o currículo reflete essa estrutura; e a pós-estruturalista que enfatiza o currículo como prática cultural e como prática

de significação. Considerando o pós-estruturalismo, Silva define cultura como uma “prática de significação” e como tal está envolvida na produção de sentido, em que

os diversos campos e aspectos da vida social só podem ser completamente entendidos por meio de sua dimensão de prática de significação. [...] Os significados organizam-se em sistemas, em estruturas, em relações. Esses sistemas, essas estruturas, essas relações, por sua vez, apresentam-se, organizam-se como marcas linguísticas materiais, como tramas, como redes de significados, como tecidos de signos, como textos, enfim. [...] Também o currículo pode ser visto como um texto, como uma trama de significados, pode ser analisado como um discurso e ser visto como uma prática discursiva. E como prática de significação, o currículo, tal como a cultura, é sobretudo, uma prática produtiva (SILVA, 2001, p. 18-19)

Tendo em vista que a BNCC será a norteadora de todas as organizações curriculares das instituições de ensino públicas e, também, das redes privadas, torna-se cabível pensar o currículo como aquele que define os papéis de professores/professoras, alunos/alunas e suas relações, nas palavras de Silva, “redistribuindo funções de autoridade e de iniciativa” (SILVA, 2001, p. 11).

Sendo um documento norteador que vai impactar nas práticas educacionais, a BNCC é vista por muitos com certo receio, pois, como já mencionado anteriormente, o espaço escolar é formado por diferentes sujeitos, os quais expressam, com frequência, posições conflituosas, e a Educação é discutida por todos, desde profissionais formados e especializados na área até pessoas não habilitadas que tornam a questão da educação como um assunto estritamente de interesse político. Assim

Desde sua gênese como macrotexto de política curricular até sua transformação em microtexto de sala de aula, passando por seus diversos avatares intermediários (guias, diretrizes, livros didáticos), vão ficando registrados no currículo os traços das disputas por predomínio cultural, das negociações em torno das representações dos diferentes grupos e das diferentes tradições culturais, das lutas entre, de um lado, saberes oficiais, dominantes e, de outro, saberes subordinados, relegados, desprezados. Essas marcas não deixam esquecer que o currículo é relação social (SILVA, 2001, p. 11).

Nesse contexto, podemos tomar a crítica do autor para contextualizar a produção dos pontos da BNCC que mais fazem sentido para o trabalho aqui proposto; eles se concentram nas considerações sobre a organização curricular da área de Ciências Humanas na qual é previsto que sejam enfatizadas as aprendizagens relativas ao desafio de dialogar com o “outro e com as novas tecnologias” (BRASIL, 2018, p. 562). O texto que segue corrobora meu objetivo com esse trabalho à medida que justifica que

Considerando que as novas tecnologias exercem influência, às vezes negativa, outras vezes positiva, no conjunto das relações sociais, é necessário assegurar aos estudantes a análise e o uso consciente e crítico dessas tecnologias, observando seus objetivos

circunstanciais e suas finalidades a médio e longo prazo, explorando suas potencialidades e evidenciando seus limites na configuração do mundo contemporâneo (BRASIL, 2018, p. 562)

Preocupado com as influências positivas e negativas das novas tecnologias, e considerando as possibilidades de leituras de mundo feitas pelos estudantes por meio dessas tecnologias, acredito que seja necessário voltar à base da disciplina de História que consiste em dar ao estudante a capacidade de fazer narrativas com um considerável saber histórico. Para que isso se concretize minha atenção se volta ao livro didático que é o material mais comum utilizado pelos estudantes, talvez o único a que muitos alunos têm acesso de forma gratuita.

Assim como o currículo, o livro didático também é foco de amplos debates. Conforme Circe Bittencourt (2017), apesar de o livro didático ter sido alvo de avaliações contraditórias, ser questionado, ser responsabilizado pela precarização da educação escolar, continua sendo um material didático referencial de professores, pais e alunos.

Rüsen aponta que todos os especialistas concordam que o livro didático é a ferramenta mais importante do ensino de História. Por isso recebe ampla atenção daqueles que se interessam pelo ensino de História na escola e seu significado para a cultura política, tanto no que concerne seu alcance político na formação dos estudantes quanto na sua orientação cultural na vida de sua sociedade (RÜSEN, 2010, p. 109-110).

A presença do livro didático no cotidiano das escolas brasileiras é tão poderosa que, em vários momentos, foi fruto de debates que ultrapassaram as fronteiras das escolas e alcançaram a sociedade civil. Marco Antonio Silva (2012) demonstra a supervalorização do livro didático no Brasil, que ficou evidente a partir de diversas polêmicas acerca de conteúdos tratados no livro, que, na concepção de alguns grupos, seriam inapropriados para os estudantes.

Segundo ele, a permanência do livro didático como parte integrante do cotidiano escolar de várias gerações de pais e alunos se deve à grande capacidade que os editores tiveram de se adequar ou se adaptar às mudanças de paradigmas da história da Educação no Brasil. Outro fator preponderante para a utilização massiva do livro didático, conforme observa o Estado, por meio do MEC, é que o

[...] ambiente da sala de aula, o número excessivo de alunos por turma, a quantidade de classes assumidas pelos professores e os controles administrativos assumidos no espaço escolar contribuem para a escolha de práticas educacionais que se adaptem à diversidade de situações enfrentadas pelos docentes. Geralmente, isso significa a adoção ou aceitação de um livro, um manual ou uma apostila, como únicos materiais didáticos utilizados para o ensino (BRASIL, 1998, p. 79).

Por ser parte do universo escolar do estudante, interessa-nos aqui pensar o uso que é feito do livro didático na sala de aula. Ele dá conta de atender às expectativas dos estudantes com relação ao ensino de História? Os textos e imagens veiculados por esse material pedagógico são trabalhados de forma adequada em sala de aula como documento que deve ser analisado ou somente como uma simples ilustração que torna o livro mais interessante?

Pensando sobre essas indagações vale, aqui, fazer algumas reflexões acerca da construção e dos usos do livro didático em sala de aula. De antemão é necessário pensar o livro didático como uma construção, ou nas palavras de Bittencourt

[...] o livro didático é, antes de tudo, uma mercadoria, um produto do mundo da edição que obedece à evolução das técnicas de fabricação e comercialização pertencentes à lógica de mercado. Como mercadoria ele sofre interferências variadas em seu processo de fabricação e comercialização (BITTENCOURT, 2017, p. 71).

De uso sistemático no Brasil desde o período imperial, o livro didático era importado da França, uma vez que não havia condições favoráveis para a produção e publicação desse material no país. Bittencourt afirma que a presença francesa na produção dos livros brasileiros ocorreu por termos nos baseado nas propostas curriculares da França e também pela relação das casas editoriais brasileiras com o país.

As primeiras alterações mais representativas com relação à influência francesa nos materiais didáticos utilizados no Brasil ocorreram a partir da década de 1930, com o impacto da crise econômica mundial nas importações e da política nacionalista de Getúlio Vargas. Esses dois fatores fomentaram a produção de livros didáticos assinados por autores brasileiros, personalidades do meio intelectual que escreviam sobre disciplinas para as quais não tinham formação acadêmica específica. Só a partir da década de 1960 que os livros passaram a ser escritos por professores de formação específica nas áreas sobre os quais escreviam (SILVA, 2012).

É, também, a partir da década de 1930, que o governo federal passou a implementar regularmente mecanismos de controle sobre a produção e o uso dos textos impressos, conferindo maior ou menor liberdade à definição de seus conteúdos e propostas de ensino. Essas políticas orientavam as escolhas dos livros por professores e diretores das escolas públicas.

Francisco Azevedo de Arruda Sampaio e Aloma Fernandes de Carvalho (2010) afirmam que não há como separar a História da educação brasileira e a história do mercado

editorial brasileiro. Para eles, não é possível desvincular o ofício do autor/editor de livro didático das orientações oriundas, sobretudo, do governo federal.

É quase uma dezena de decretos-lei e diversas comissões, acordos e institutos: INL – Instituto Nacional do Livro Didático (1937), CNLD – Comissão Nacional do Livro Didático (1938), COLTED – Comissão do Livro Técnico e do Livro didático (1967), FENAME – Fundação Nacional do Material Escolar (1968), PLIDEF – Programa do Livro Didático do Ensino Fundamental (1984) – FAE – Fundação de Amparo ao Estudante (1983) e PNLD – Programa Nacional do Livro Didático (1985) (CARVALHO; SAMPAIO; 2010; p. 9)

Nessa história de livros e decretos, a partir dos anos 1980 “o livro didático na escola pública passou a ter *status* similar ao da merenda escolar: impossível melhorar a educação do Brasil sem eles”. Aluno carente e livro didático tornaram-se um binômio inseparável tanto no discurso político quanto no discurso pedagógico (CARVALHO; SAMPAIO, 2010, p. 9).

A partir desse panorama tem-se uma ideia dos elementos que dão forma à existência do livro didático. Imbuído de uma roupagem política externa ao seu autor/produtor, que além das regras impostas pelas autoridades governamentais, e devendo se sujeitar às regras do mercado editorial, conta ainda com um elemento interno relacionado com o autor e sua subjetividade. A compreensão desse elemento foi alcançada a partir das leituras de Certeau:

Toda pesquisa historiográfica se articula com um lugar de produção socioeconômico, político e cultural. Implica um meio de elaboração que é circunscrito por determinações próprias: uma profissão liberal, um posto de observação ou de ensino, uma categoria de letrados, etc. Ela está, pois, submetida a imposições, ligada a privilégios, enraizada em uma particularidade. É em função deste lugar que se instauram os métodos com que se delineia uma topografia de interesses e com que os documentos e as questões, que lhes serão propostas, se organizam. (CERTEAU, 2002, p. 66)

Erinaldo Cavalcanti (2016) foge do reducionismo e aponta a complexidade do processo de gestação de um livro didático. A escrita produzida por um profissional é apenas um dos elementos constitutivos do que se convencionou chamar de livro didático.

Os profissionais que trabalham na área da editoração, como os diagramadores, revisores e o *designer* gráfico, imprimem um conjunto de símbolos visuais e estéticos num diálogo estabelecido com a proposta pedagógica sugerida pelo profissional que escreve o texto, convencionalmente denominado de autor de livro didático. Acredito que aqueles profissionais também exercem a função de autor no processo de fabricação do livro, pois o livro não se resume ao texto. São profissionais que entendem – ou deveriam compreender – a estética como construção política de sentidos e significados, como ferramenta da qual se podem inferir certas interpretações, e, por extensão, oferecer algumas possibilidades de atribuição de sentido sobre o que é apresentado em cada página de um livro. Ou seja, o *layout* estético é pensado como um conjunto de elementos que concorre no processo de

apropriação e representação das práticas culturais nas quais se encontra inserido. As ações desses autores colocam em cena os necessários ajustes que tornam harmônicas – ou não – as diversas narrativas constitutivas do livro, como a narrativa textual, a imagética e a gráfica (CAVALCANTI, 2016, p. 266).

É importante ressaltar que todo o processo de escrita, diagramação, editoração atende aos critérios definidos pelos editais do Ministério da Educação e pelo PNLD tomando-se precauções quanto a veiculação de estereótipos e preconceitos de condição social, regional, étnico-racial, de gênero, de orientação sexual e outras formas de discriminação ou violação de direitos (CAVALCANTI, 2016, p. 267).

Concluo, assim que os autores e colaboradores dos livros didáticos escrevem, pesquisam, fazem análises conforme sua formação cultural, política e socioeconômica. Eles também são influenciados por fatores que se encontram no ambiente em que estão inseridos. Dessa maneira, a forma como os livros didáticos são produzidos influenciam o trabalho do professor em sala de aula, assim como seus conteúdos, suas ilustrações podem distorcer, apagar ou afirmar discursos.

Assim, a partir de 1995, o PNLD passou a avaliar o conteúdo e a proposta de ensino das coleções didáticas antes de adquirir os livros. Pesquisadores são convocados para dar sua opinião, universidades contratadas para julgar. Nesse contexto, nas palavras de Carvalho e Sampaio, vai surgir “um novo personagem do mercado editorial”, o especialista em educação, em didática, em história do livro didático, “em entender o que o governo quer”.

[...] o PNLD, desde o início, dedicou-se à definição daquilo que o livro didático não poder ter: não pode ter informação errada, não pode estar desatualizado, não pode ser racista (nem preconceituoso), não pode ter apenas exercícios do tipo pergunta/resposta... Mas, até hoje, pouco disse sobre o que o livro didático deve ter e como deve fazer para ensinar. [...] o que o livro não podia mais realmente era refletir aquela sala de aula que o governo precisava [...] “recuperar”, transformar (CARVALHO; SAMPAIO; 2010; p. 10-11).

Com vistas às exigências do PNLD e diante dessas mudanças propostas pelos Parâmetros Curriculares Nacionais, na década de 1990, os livros didáticos passaram por uma revisão, levando em consideração novas abordagens metodológicas para o tratamento de fontes na história escolar:

Para além do caráter ilustrativo e comprobatório que o uso escolar de fontes assumiu nos manuais didáticos em épocas passadas, as atuais políticas definem um novo ideário, que imprime centralidade à tarefa de relacionar o estudo de fontes históricas à construção de conhecimento. (CAIMI, 2008, p. 140)

Ao pontuar a importância dos documentos históricos como fontes de informações a serem interpretadas, analisadas e comparadas, os PCNs apresentam diferentes exemplos, que compreendem tanto os registros escritos, quanto os registros sonoros, imagens. Assim, cartas, livros pinturas fotografias, filmes, músicas, espaços, entre outros podem ser interpretados, como exemplos de modos de viver, de visões de mundo, de possibilidades construtivas, específicas de contextos e épocas, estudados tanto na sua dimensão temporal quanto na sua dimensão simbólica e abstrata.

O acompanhar dessa trajetória do livro didático organiza parte significativa dos esforços do produto ora apresentado, pautado em uma revista e seu conteúdo histórico. Esse olhar passa, assim, pelo estudo do circuito que vai da noção de história, das formas políticas que permeiam o processo de produção do material didático, passando pelo entendimento do lugar e da uma topografia de interesses problematizadas por Certeau.

1.3 O uso do documento em sala de aula

Conforme Nilton Mullet Pereira e Fernando Sffener (2008) a História ensinada pode dialogar perfeitamente com o saber acadêmico e inserir-se no movimento da “crítica ao documento” (PEREIRA; SFFENER, 2008, p. 116). Isso porque ela possibilita o uso no cotidiano da sala de aula das mesmas fontes a partir das quais os pesquisadores criam relatos sobre o passado.

Antes e, principalmente, com a Escola dos Annales, o conceito de fontes históricas tem se ampliado e se transformado significativamente. A ascensão da História Quantitativa, da História do Cotidiano, da História da Sexualidade, da História de Gênero e de outros tantos novos campos trouxe uma amplitude do termo “documento histórico” (KARNAL; TATSCH, 2017, p 14).

Essa transformação se deu, segundo os autores, em duas perspectivas: a primeira permitiu que os historiadores desviassem o olhar dos documentos oficiais e das tramas políticas para uma quantidade indefinível e enorme de vestígios do passado como imagens, filmes, obras de arte, registros paroquiais, entre outros, que permitiam analisar aspectos da vida social, o imaginário, a história das mentalidades, o cotidiano e a vida privada, abandonando a história eurocêntrica e abordando histórias de outros povos e culturas como, por exemplo, dos africanos (PEREIRA; SEFFNER, 2008, p. 114).

Na segunda perspectiva, o documento deixou de ser visto como a encarnação da verdade. O documento se torna monumento, rastro deixado pelo passado, construído intencionalmente pelos homens e pelas circunstâncias históricas das gerações anteriores. “O

ofício do historiador deixa de ser o de cotejar o documento para verificar sua veracidade, e passa a ser o de marcar as condições políticas de sua produção” (PEREIRA; SEFFNER, 2008, p. 115).

Dessa forma,

[...] o trabalho em sala de aula pode ser pensado nesta ótica de criar e recriar o que somos, dando um sentido original para o ensino de história, em conexão com a formação da identidade dos alunos, situados em um determinado contexto histórico, que necessita ser entendido (PEREIRA; SEFFNER, 2008, p. 116).

Nesse sentido, “ensinar história na escola significa permitir aos estudantes abordar a historicidade das suas determinações socioculturais, fundamento de uma compreensão de si mesmos como agentes históricos e das suas identidades como construções do tempo histórico” (PEREIRA; SEFFNER, 2008, p. 119).

Pereira e Seffner buscam defender o uso das fontes históricas no ensino de História, não como uma prova de que o professor fala a verdade, mas como um monumento que, utilizado por outras gerações, produziu sentidos e narrativas variadas a partir deles. O sentido de usar as fontes que os historiadores usam na academia no ensino de História reside no fato de fazer o aluno compreender o documento como um “engenho” que uma determinada civilização criou para mostrar às gerações seguintes uma imagem de si mesma (PEREIRA; SEFFNER, 2008, p. 127).

O Trabalho com a Revista Seleções em sala de aula não teria por objeto a utilização dela para apresentar uma verdade dada num determinado período histórico, mas as representações que um determinado grupo fazia de si mesmo e dos outros por meio de um discurso organizado em artigos que compõem a revista. Essa revista passou por diversas significações pelos seus leitores e também por historiadores, que na academia, fizeram uso de seu conteúdo para compreender um tema ou um determinado recorte de tempo a partir das publicações do periódico.

Tania Regina de Luca afirma que o uso de periódicos para a narrativa histórica é recente. Até a década de 1970, eram poucos os trabalhos que se valiam de jornais e revistas como fonte para o conhecimento da história do Brasil. Por conta do peso de uma tradição dominante vinda do século XIX e início do século XX associada ao ideal de busca da verdade dos fatos - verdade essa que seria atingida por meio dos documentos - estabeleceu-se uma hierarquia qualitativa dos documentos onde jornais e revistas pareciam pouco adequados para a recuperação do passado.

Elias Thomé Saliba (2017) associa esse peso da tradição ao uso dos documentos ao manual *Introduction aux études historiques* (Introdução aos estudos históricos) escrito por

dois respeitáveis historiadores franceses do século XIX, Charles-Victor Langlois e Charles Seignobos, que se tornaria famoso e, durante várias décadas, uma espécie de bíblia dos historiadores:

O famoso breviário de Langlois e Seignobos começava com uma definição simples, concisa e direta: “documentos são os traços que deixaram os pensamentos e os atos dos homens do passado”, mas terminava com uma afirmação restritiva: “A História não é mais do que uma aplicação dos documentos”. a primeira supunha toda uma série de operações técnicas para os documentos escritos, tidos como únicos vestígios vivos e substantivos do passado morto. A última afirmação supunha uma não explicitada teoria do conhecimento que mantinha o sujeito cognitivo (o historiador) como neutro e ausente - quase que um mero copista idôneo ou compilador disciplinado de grandes conjuntos documentais e arquivos, praticando aquele “grandioso e épico esquecimento de si próprio” (SALIBA, 2017, p. 312)

Apesar de a Escola dos *Annales*, na década de 1930, criticar essa concepção, não houve um reconhecimento imediato sobre as potencialidades dos materiais gerados pela imprensa. Foi necessário haver uma renovação dos temas, problemas e procedimentos metodológicos da disciplina para que os periódicos ganhassem importância na produção do saber histórico.

Foi nas últimas décadas do século XX que “novos problemas colocam em causa a própria história. Novas abordagens modificam, enriquecem, subvertem os setores tradicionais da história; novos objetos, enfim, aparecem no campo epistemológico da história” (LE GOFF; NORA, 1974, p. 12). A nova história se valeu de contribuições metodológicas importantes de outras Ciências Humanas como Sociologia, Psicanálise, Antropologia, Linguística e Semiótica, e essas contribuições forçaram o historiador a refletir sobre as fronteiras de sua própria disciplina (KARNAL; TATSCH, 2017, p 15).

A face mais evidente do processo de alargamento do campo de preocupação dos historiadores foi a renovação temática, imediatamente perceptível pelo título das pesquisas, que incluíam o inconsciente, o mito, as mentalidades, as práticas culinárias, o corpo, as festas, os filmes, os jovens e as crianças, as mulheres, aspectos do cotidiano, enfim uma meriade de questões antes ausentes do território da História (LUCA, 2018, p. 113).

Dentro desse contexto de mudanças, a imprensa começa a ser objeto de análise de historiadores. No Brasil, os jornais e revistas foram vistos com certa suspeita por conter conteúdos inexatos para a informação histórica. Luca apresenta os desafios enfrentados inicialmente para o uso dos periódicos como documento.

Pode-se admitir, à luz do percurso epistemológico da disciplina e sem implicar a interposição de qualquer limite ou óbice ao uso de jornais e revistas, que a imprensa periódica seleciona, ordena, estrutura e narra, de uma determinada forma, aquilo que se elegeu como digno de chegar até o público. O historiador, de sua parte, dispõe de

ferramentas provenientes da **análise do discurso** que problematizam a identificação imediata e linear entre a narração do acontecimento e o próprio acontecimento, questão, aliás, que está longe de ser exclusiva do texto da imprensa (LUCA, 2018, p. 139).

Assim, o pesquisador de jornais e revistas trabalha com aquilo que se tornou notícia, por isso precisa dar conta dos motivos que levaram à decisão de publicar algo. Segundo Luca, é necessário atentar para a ênfase que se deu ao que foi publicado, o que foi destacado na capa, se o texto interno corresponde ao destaque dado à capa. Fora essas questões, existem os problemas das hierarquias das seções de um periódico, onde um movimento grevista, por exemplo, pode figurar numa seção política ou numa seção policial.

Em síntese, **os discursos adquirem significados de muitas formas**, inclusive pelos procedimentos tipográficos e de ilustração que os cercam. A ênfase em certos **temas**, a **linguagem** e a **natureza do conteúdo** tampouco se dissociam do **público que o jornal ou revista pretende atingir** (LUCA, 2018, p. 140 grifo do autor).

Conforme Luca, jornais e revistas não são obras solitárias, mas reúnem um conjunto de indivíduos, o que torna projetos coletivos, pois agregam pessoas em torno de ideias, crenças e valores que se pretende difundir a partir de palavras escritas.

Daí a importância de se **identificar cuidadosamente o grupo responsável pela linha editorial, estabelecer os colaboradores mais assíduos, atentar para a escolha do título e para o texto programático**, que dão conta de intenções e expectativas, além de fornecer pistas e respeito da leitura de passado e de futuro compartilhada por seus propugnadores. Igualmente importante é **inquirir sobre suas ligações cotidianas com diferentes poderes e interesses financeiros**, aí incluídos os de caráter publicitário. [...] As redações, tal como salões, cafés, livrarias, editoras, associações literárias e academias, podem ser encaradas como espaços que aglutinam diferentes linhagens políticas e estéticas, compondo redes que conferem estruturas ao campo intelectual e permitem refletir a respeito da formação e dinâmica deste (LUCA, 2018, p. 141 grifo do autor)

Pensando no lugar de inserção e a forma de abordagem das matérias publicadas, escolhi a Revista Seleções do *Reader's Digest* como objeto de pesquisa para apurar as possibilidades de seu uso para as aulas de história no Ensino Médio. Para tanto, no próximo capítulo apresento alguns aspectos históricos da origem da revista nos Estados Unidos, sua introdução no mercado editorial brasileiro, e algumas apropriações que o meio acadêmico já fez desse material como objeto de pesquisa.

CAPÍTULO 2

A REVISTA SELEÇÕES DO *READER'S DIGEST*

Neste capítulo tenho como objetivo apresentar a revista a partir de seu contexto de origem, as especificidades que caracterizaram a sua edição nos Estados Unidos, sua expansão - sendo publicada em várias línguas e em diversos países - até a sua entrada no Brasil, em 1942, no contexto da Segunda Guerra Mundial e do Estado Novo. Assim, antes de apresentar a Revista Seleções e discutir suas potencialidades para o ensino, é necessário abordar algumas das formas como a academia interpretou esse veículo de comunicação no Brasil.

O primeiro momento do capítulo contextualiza a produção e expansão do periódico, e, com isso, aborda suas estratégias de venda e o próprio contexto em que ela surgiu e interferiu. O segundo momento do capítulo trata da Revista Seleções na sua chegada ao Brasil, em um contexto que me permite relacionar a política do Estado Unidos da América, nos anos de 1930, com o cenário brasileiro daquela mesma década. Por fim, no terceiro momento, faço uma apresentação dos estudos acadêmicos que colocaram a edição brasileira da Revista Seleções como objeto de pesquisa com as respectivas abordagens utilizadas pelos pesquisadores.

Selecionei, para esse fim, a dissertação de mestrado “A Guerra como Slogan: Visualizando o *Advertising Project* na Propaganda Comercial da Revista Seleções do *Reader's Digest* (1942-19445)” pela Universidade Federal do Rio de Janeiro de Érica Gomes Daniel Monteiro (2006) e a tese de doutorado de Silvio Luiz Gonçalves Pereira pela Universidade de São Paulo com o título “Seleções do *Reader's Digest*, 1954-1964. Um Mapa da Intolerância Política”.

Também, neste capítulo, busco interpretar o uso da revista Seleções nas aulas de História a partir do conceito de representação social à luz de Serge Moscovici (2015) e do conceito de representações coletivas e identidades sociais de Roger Chartier (1991). Isso porque Moscovici procurou compreender como a produção de conhecimentos plurais constitui e reforça a identidade de grupos, como influi em suas práticas e como estas reconstituem seus pensamentos, enquanto Chartier avalia como um grupo e/ou indivíduo se percebem, constroem e propõem a si mesmos e aos outros.

Para reconstituir a história de origem da revista, apropriei-me das diversas informações que os autores dos trabalhos acadêmicos citados anteriormente se utilizaram para compor suas pesquisas, bem como do trabalho de Mary Anne Junqueira, professora associada do Departamento de História da Universidade de São Paulo, especialista em História dos

Estados Unidos, cujos trabalhos publicados fazem referência à Revista Seleções e às relações dos Estados Unidos com o Brasil.

2.1 Os periódicos e a origem da Revista *The Reader's Digest*

O mundo dos impressos teve um *boom* significativo no contexto da Revolução Industrial e do Imperialismo praticado pelos países europeus do século XIX. As condições para que os periódicos se propagassem cada vez mais e em maior número estão relacionadas ao impulso e à disseminação dos meios de transporte, principalmente os trens que, nas palavras de Hobsbawm, por volta de 1880, alcançavam os centros das cidades e as mais remotas áreas da zona rural, “onde não penetrava nenhum outro vestígio da civilização do século XIX” (HOBSBAWN, 1998, p. 48).

Nessa época, quase dois bilhões de pessoas viajavam por ano pelas ferrovias, a maioria delas na Europa e nos Estados Unidos, e as rotas de transportes regulares que se inauguravam com as viagens de trens ou nos navios a vapor possibilitaram a circulação de periódicos, pois permitiam a entrega de forma segura e pontual.

Os meios de comunicação apresentavam um aspecto mais visível na capacidade de produção material e de comunicação rápida e ampla no mundo “desenvolvido”:

O mundo estava se tornando demograficamente maior e geograficamente menor e mais global — um planeta ligado cada vez mais estreitamente pelos laços dos deslocamentos de bens e pessoas, de capital e comunicações, de produtos materiais e ideias (HOBSBAWM, 1998, p. 31).

Luca (2018) aponta que o compromisso com a notícia e a informação constituiu-se noutra marca distintiva do período, uma vez que se formavam espaços comuns de circulação e de trocas em escala e ritmo inéditos, os quais descortinavam novas possibilidades para a produção cultural e o confronto de opiniões. À medida que surgiam novas formas de comunicação, como era o caso do telégrafo, eram cada vez mais precisos o local, data e horário de determinadas ocorrências.

Além dos meios de transporte deve-se ter em conta as mudanças técnicas significativas para a produção dos impressos que incluíram, ainda nas décadas iniciais do século XIX, a fabricação de papel contínuo, a prensa cilíndrica e o vapor, ao que se seguiram as cada vez mais rápidas prensas mecânicas.

Multiplicaram-se as novidades que saíam das tipografias - livros, revistas, jornais, folhetos, estampas, panoramas, propagandas e cartazes -, produzidas em escala industrial, isto é, cada vez mais baratas e atraentes, graças à incorporação da imagem,

por sua vez uma novidade de grande alcance e que propiciava inéditas experiências de visualidade (LUCA, 2018, p. 11).

“Nos Estados Unidos, o ‘progresso’ era uma ideologia nacional” (p. 53) diria Hobsbawm. E é sob essa ideologia de nacionalismo e progresso que vai surgir a revista americana *The Reader’s Digest* pelas mãos de DeWitt Wallace, um homem nascido no Oeste dos Estados Unidos, filho de pastor protestante e casado com uma mulher da mesma origem. Ao estudar a construção da imagem da América Latina que era então difundida pela revista Seleções do *Reader’s Digest* no Brasil, Mary Anne Junqueira (1998) afirma que, para conhecer a história da revista e os ideais desenvolvidos por ela, é necessário compreender a história de seu fundador. Assim, procura enfatizar o contexto histórico em que Wallace cresceu. Conforme a autora, ele nasceu em meados do século XIX e viveu a infância e adolescência num momento importante da história estadunidense, ou seja, a expansão territorial e o desbravamento do Oeste, a fronteira era o lugar onde se forjavam os “tipos nacionais norte-americanos” (JUNQUEIRA, 1998, p. 3).

Para compreender o contexto de formação desses tipos nacionais norte-americanos, Frederick Jackson Turner, ao trabalhar o significado da fronteira na formação dos Estados Unidos, afirma que:

A fronteira é a linha de mais rápida e efectiva americanização. A terra selvagem domina o colonizador. Encontra-o europeu na forma de vestir, nos seus esforços, ferramentas, modos de viajar e de pensamento. Tira-o da carruagem do caminho-de-ferro e coloca-o na canoa de madeira bétula. Arranca-lhe as roupagens da civilização e equipa-o com a roupa de caça e os mocassins. Coloca-o na cabana de madeira do Cherokee e do Iroquês e dispõe uma paliçada índia em seu redor. Em pouco tempo ele sai para plantar milho e arar com um pau afiado; brada o grito de guerra e tira o escalpe segundo o modo índio ortodoxo. Resumindo, na fronteira o ambiente é, ao início, demasiado forte para o homem. Ele tem de aceitar as condições que o ambiente lhe fornece, ou perecer, e, assim, ele instala-se nas clareiras índias e segue os trilhos índios. Pouco a pouco ele transforma a terra selvagem, mas o resultado final não é a velha Europa, nem simplesmente o desenvolvimento de germes germânicos [...] Assim, o avanço da fronteira significou um afastamento constante em relação à influência da Europa, um crescimento constante da independência segundo linhas americanas (TURNER, 2018, p.18).

Assim, nas palavras de Junqueira:

[...] os tipos nacionais norte-americanos estão relacionados ao Oeste. Primeiro eram os caçadores e negociantes de pele, que vão passar para a literatura. Os mais conhecidos foram David Crocket e Daniel Boone. Depois vão aparecer o pioneiro, o *farmer* e o cowboy. Sempre enfatizando o homem comum que construía a América e a pequena propriedade (JUNQUEIRA, 1998, p. 3).

Para Junqueira, a representação do norte-americano que estaria na visão do fundador da *The Reader’s Digest* e que vinha impressa nas páginas da revista era a do americano

simpático e espontâneo, e os Estados Unidos, um país harmonioso e ordenado, formado por uma sociedade WASP (*White, Anglo-Saxon, Protestant*), ou seja, branco, anglo-saxão e protestante, perspectiva que excluía católicos, negros, índios e imigrantes em geral (JUNQUEIRA, 1998, p. 324). As imagens expostas na sequência expressam essas ideias:

Imagem 1 - Exploradores



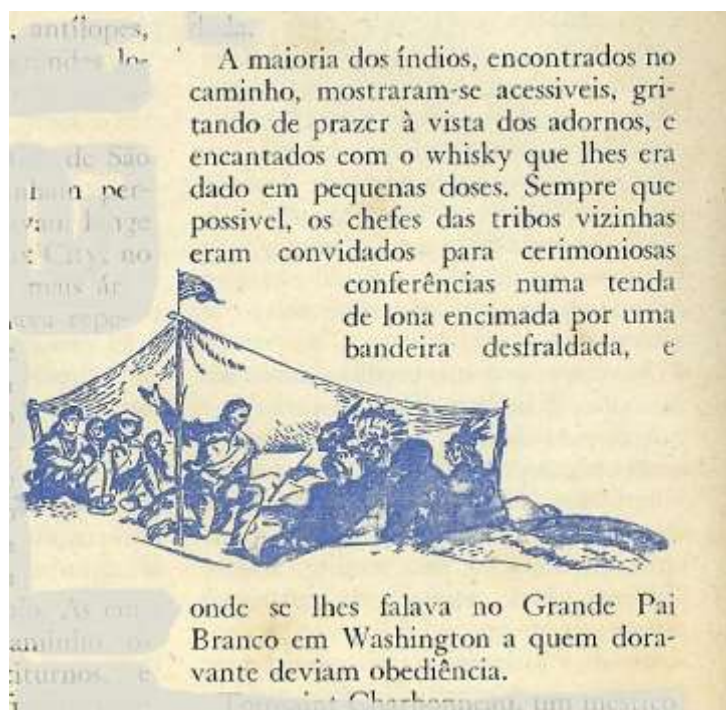
Fonte: Revista Seleções do Reader's Digest. Tomo IV, nº 20, setembro de 1943.

O condensado do artigo *Exploradores do Noroeste americano*, publicado originalmente por *American Legion Magazine*, descreve as façanhas dos desbravadores do noroeste americano, capitão Meriwether Lewis e o tenente William Clark.

No fragmento do artigo *Exploradores do Noroeste americano* (imagem 2), em meio à descrição do encontro dos exploradores com os nativos, é perceptível a narrativa de superioridade do homem branco representada pelos desbravadores que falavam aos índios sobre “o Grande Pai Branco em Washington a quem doravante deviam obediência”, narrativa comum nos artigos da revista.

Sob a inspiração do mito do progresso e da democracia americana que surge a partir dos tipos nacionais desbravadores, Roy William DeWitt Wallace e sua esposa, Lila Acheson Wallace, fundam a Revista *The Reader's Digest*, tendo seu primeiro exemplar lançado em fevereiro de 1922, nos Estados Unidos. Como o casal havia nascido nos estados do Oeste dos Estados Unidos no final do século XIX e eram filhos de pastores protestantes o casal manteve evidente esta origem nos anos que seguiram a primeira publicação (JUNQUEIRA, 1998, p. 122).

Imagem 2 - Exploradores



Fonte: Revista Seleções do Reader's Digest. Tomo IV, nº 20, setembro de 1943.

Conforme Junqueira, os editores

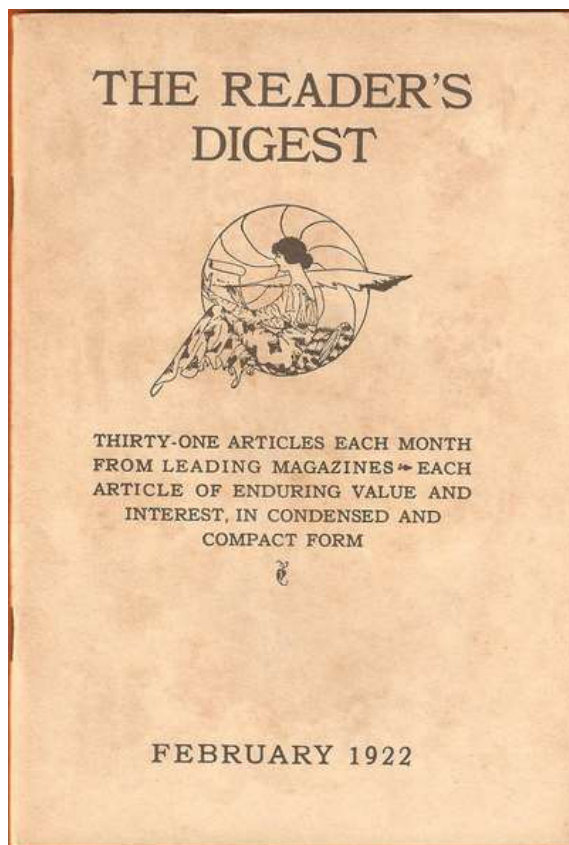
veicularam inúmeros artigos sobre o mitológico Oeste norte-americano, enfatizando o protestantismo de linhagem presbiteriana em vários artigos tanto nos Estados Unidos como nas suas versões internacionais. O projeto do *Digest* consistia em selecionar temas que Wallace considerava de interesse universal. Segundo o idealizador da revista, o corte de até um quarto do artigo original manteria a idéia central, desprezando frases e palavras pouco importantes. Esta seleção baseava-se unicamente em critérios pessoais. Quer dizer: universal do *Digest* era na verdade o que era universal para Wallace. (JUNQUEIRA, 1998, p. 122)

Em comparação com outras revistas que surgiam em meio aos agitados anos vinte, que custavam com os recursos de diferentes imagens e fotografias, a revista foi elaborada de maneira bastante peculiar. Era produzida a partir de artigos já publicados por outros jornais e revistas norte-americanos, como *Saturday Evening*, *National Geographic*, *The New Yorker*, entre outros, e composta somente de textos.

A edição de lançamento contava com 31 artigos distribuídos em 62 páginas. Pensada para atingir um público que desejava leituras rápidas, seus artigos eram condensados de outras publicações, para que o leitor pudesse ler um por dia, durante o mês. Foi sucesso imediato nos Estados Unidos, por tratar de temas tão presentes no imaginário social estadunidense, como o velho Oeste e seus personagens míticos, temas ligados ao puritanismo de temor a Deus e

temas tradicionais ligados à simplicidade, individualismo, boa-fé e patriotismo (JUNQUEIRA, 1998, p. 122).

Imagem 3 – Capa do primeiro número da Revista *The Reader's Digest*, Fevereiro de 1922.



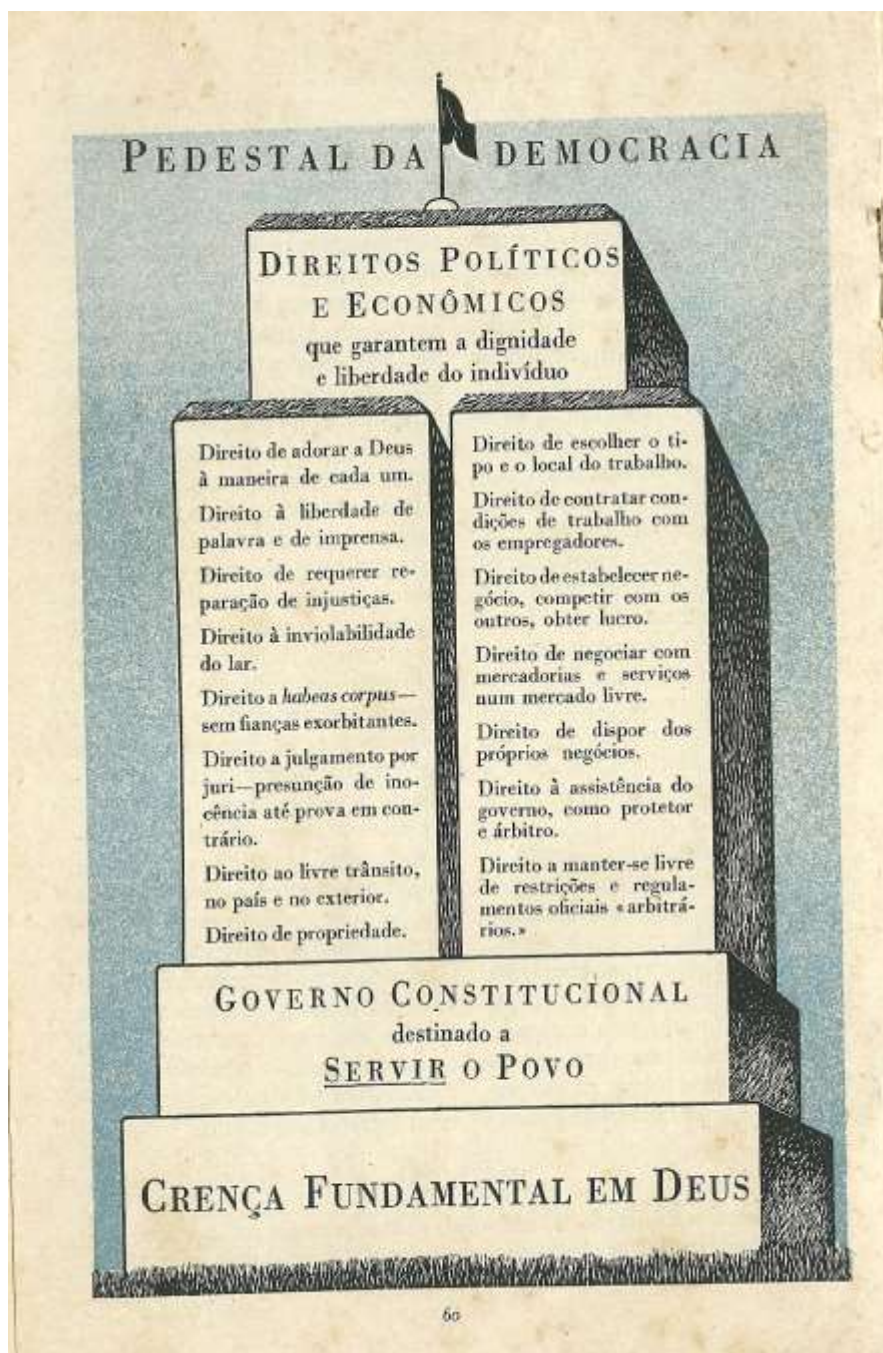
Fonte: domínio público.

Pereira (2006, p. 36) afirma que o primeiro número foi editado em preto e branco e, como já citado, não possuía ilustração nem publicidade. Teve tiragem de cinco mil exemplares, e foi recebida com reserva pelos jornalistas e editores. Assim, a partir da década de 1930 já atingia um milhão de exemplares, e em 1940, passava de três milhões. Havia, no escritório da revista, um comitê de leitura que passava cerca de cinco mil horas, mensalmente, lendo artigos oriundos de cento e cinquenta revistas e jornais de língua inglesa.

Conforme Monteiro (2006), a *Reader's Digest* procurava oferecer aos seus leitores uma grande diversidade de assuntos; com o seu crescimento, passou a convidar personalidades renomadas para escreverem na revista. Outro fator que também contribuiu para o sucesso da revista foi o fato de ter sido publicada, desde seu início, sem a presença de anúncios publicitários, o que permitiu que sofresse menos com os efeitos da crise econômica

de 1929 do que outros periódicos estadunidenses, que dependiam das cotas publicitárias. Nesse período a *Reader's Digest* viveu apenas das assinaturas (JUNQUEIRA, 1998).

Imagem 4 - Princípios da Democracia difundidos pela Revista Seleções do *Reader's Digest*.



Fonte: Revista Seleções, agosto de 1949, p. 60.

Culturalmente, a revista *Reader's Digest* nasce atrelada ao *American way of life*, um modo de vida entendido como um conjunto de valores relacionados à modernidade, progresso, ciência, tecnologia, abundância, racionalidade, eficiência, consumismo,

capitalismo, produção em grande escala, direitos individuais, defesa da liberdade e da democracia, temor a Deus, enaltecimento da família nuclear de classe média, vivendo em uma casa própria no subúrbio e com carro na garagem (LIMONCIC, 2004, p. 29).

Assim, desde o início do século XX, o *American way of life* já era representado de forma espontânea no cinema, jornais, revistas e propagandas. Na década de 1940, passou a ser incentivado pelo governo de Roosevelt, dentro da Política de Boa Vizinhança, com interesse de ganhar a simpatia, e com ela, o apoio, dos países latino-americanos (CARVALHO, 2015, p.14).

É importante ressaltar que, apesar de defender a modernidade, o progresso, a defesa da liberdade individual e da democracia, socialmente, os Estados Unidos apresentava uma discrepância muito grande se levar em consideração a questão racial marcada pela segregação e pelo conflito o que leva a pesar a ideia de uma democracia branca e excludente que fica claro ao analisar as imagens veiculadas pela revista, que é o foco desse trabalho no terceiro e quarto capítulo.

Politicamente, a revista procurava abordar temas relacionados à política interna e externa estadunidense, sempre buscando deixar claro para seus leitores uma propensa imparcialidade, o que, na visão de Silvio Luiz Gonçalves Pereira era questionável, pois um número considerável de artigos refletia a postura conservadora dos editores.

A partir de 1938, a revista *Reader's Digest* começou a expandir-se internacionalmente com uma edição destinada à Inglaterra. Érica Monteiro relaciona a revista à política de boa vizinhança a partir do contato do Departamento de Estado dos Estados Unidos com Willian DeWitt Wallace com a sugestão de uma versão da revista para os povos de língua hispânica do continente americano. O Departamento de Estado dos Estados Unidos acreditava que a revista poderia ser de grande auxílio na divulgação dos valores e estilo de vida dos estadunidenses, e que poderia ajudar o governo a conseguir colaboração dos países latino-americanos no combate ao crescimento de grupos nazistas na América Latina (MONTEIRO, 2006, p. 44).

Baseando-se em pesquisas de mercado e para garantir um preço mais acessível para o público latino, a revista passou a promover uma campanha para atrair anunciantes. Com o êxito da versão em espanhol da revista, cogitava-se a necessidade de lançar uma versão em português para o público brasileiro e de Portugal. Nesse cenário, as crescentes tensões na Europa e a entrada dos Estados Unidos na Segunda Guerra Mundial, em 1942, fizeram com que a política de boa vizinhança fosse posta em prática.

Dentro deste contexto, Nelson Rockefeller, que era coordenador do *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs* (OCIAA), solicitou a criação de uma versão em português, acreditando que esta seria de grande ajuda no esforço de divulgação da política de boa vizinhança, na medida em que o OCIAA e outros órgãos do governo norte-americano utilizaram os veículos de comunicação, como o cinema, o rádio e a imprensa periódica, para veicular propaganda norte-americana. Tal postura de Rockefeller pode ser claramente justificada pelo fato de o OCIAA procurar diferentes veículos para a propagação da política de boa vizinhança norte-americana. Como a *Reader's Digest* era uma revista que ressaltava em suas páginas o *american way of life*, Nelson provavelmente acreditava que sua veiculação em todos os países da América Latina seria um espaço privilegiado para se conquistar a simpatia e a colaboração da população perante o governo norte-americano (MONTEIRO, 2006, p. 47).

Diante do exposto, torna-se necessário compreender o contexto histórico do Brasil que possibilitou a publicação da Revista *The Reader's Digest* no mercado nacional.

2.2 A Revista Seleções do *Reader's Digest* e o Estado Novo

A Revista Seleções chega ao Brasil em um contexto controverso. Conforme Gerson Moura (1984), quando Franklin Roosevelt assumiu a presidência dos Estados Unidos, em 1932, o Brasil ainda vivia o rescaldo político resultante da revolução de 30. Esse período foi marcado por intensa mobilização política e social. O movimento paulista de 1932 teve como principal resultado político a convocação de uma assembleia constituinte, da qual emergiu um regime constitucional que durou de 1934 a 1937, tendo Vargas como presidente eleito. Foi um período de grande agitação e polarização político-ideológica, representado principalmente pela Ação Integralista Brasileira e pela Aliança Nacional Libertadora. O levante comunista de 1935 reforçou os elementos que planejaram e executaram, em 1937, um golpe de Estado: Vargas tornou-se ditador com o apoio militar e se inaugurou, então, o chamado Estado Novo, que duraria até 1945.

A política exterior do Brasil nesse período estava atrelada às questões econômicas, especialmente o comércio exterior, e com as profundas divisões políticas internas, que se combinavam às novas configurações e atores da política internacional. Havia no governo brasileiro, a partir desse panorama, uma disposição permanente de explorar as oportunidades criadas pela competição entre Alemanha e Estados Unidos por influência política e econômica na América Latina (MOURA, 1984, p. 13).

Levando em consideração que a Revista Seleções fazia parte de um plano maior que estava atrelado à política de “boa vizinhança”, além das questões econômicas e políticas relacionadas ao governo Vargas, é necessário considerar também as questões culturais do período. Ao chegar ao poder em 1930, Getúlio Vargas tomou providências para assumir o

controle político do país. Entre elas, destacou-se o uso intensivo dos meios de comunicação de massa, especificamente o rádio, e a criação de políticas culturais com a ótica de preservação e criação do nosso patrimônio histórico. Conforme Maria Ângela Borges Salvadori (2008), “o patrimônio serviria (...) como uma ‘pedagogia’ pública, capaz de mostrar ao brasileiro suas origens e deste modo, igualmente instruí-lo” (SALVADORI, 2008, p. 16).

Ainda na década de 1930, foi criado o SPHAN (Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional) sob a tutela de Mário de Andrade que “apontava para uma concepção integral da cultura, na qual concebia patrimônio em todas as vertentes e naturezas, sendo que o Estado deveria estar pronto para uma ação integradora” (CHUVA, 2012, p. 151). A matriz andradiana, nas palavras de Marcia Chuva, não se concretizou devido às tensões políticas da época, prevalecendo a visão tradicional de patrimônio material. Todo esse esforço estava ligado à ideia de construção da identidade nacional.

Usando o conceito de Nação de Benedict Anderson (2008) como “uma comunidade política imaginada - e imaginada como sendo intrinsecamente limitada e, ao mesmo tempo, soberana” (ANDERSON, 2008, p. 32) - é possível observar que o Brasil daquele período apresentava alguns problemas a serem resolvidos por seus governantes.

Segundo Anderson, a nação é “imaginada” porque os membros “jamais conhecerão, encontrarão, ou sequer ouvirão falar da maioria de seus companheiros, embora todos tenham em mente a imagem viva da comunhão entre eles” (ANDERSON, 2008, p. 32). O Brasil recebeu, entre 1889 e 1930, 3,2 milhões de imigrantes, italianos, portugueses, alemães, japoneses entre outros (LIPPI, 2001, p.23-4), que dificilmente teriam sentimento de “comunhão” com os demais. Isso impunha ao governo uma série de medidas para a construção dessa identidade coletiva.

Conforme Kelen Katia Prates Silva e Carlos Eduardo S. Carvalho (2016)

No Brasil, o Estado foi um dos grandes responsáveis pela formulação da identidade nacional, tendo como aliado os grandes intelectuais que desenvolveram propostas nacionalistas que unissem o povo. O movimento intelectual defendeu os interesses da elite governamental, seu discurso destacou a singularidade brasileira, sendo esta individualidade responsável por constituir a nação (CARVALHO; SILVA, 2016, p.249).

Com relação aos imigrantes, Vargas adotou a Campanha de Nacionalização com objetivo de integrá-los, e seus descendentes, à cultura Brasileira. Em 1939, com o endurecimento do regime, houve a proibição de falar uma língua estrangeira em público. Documentos, livros e demais publicações só poderiam circular em português, e cargos

públicos essenciais para o processo de aculturação só podiam ser ocupados por brasileiros letrados (MOMBACHI, 2012, p. 13).

Ainda em 1939, é criado o DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda), submetendo todos os órgãos de comunicação do país com o objetivo de impedir a disseminação nos lares brasileiros de “conteúdos nocivos” aos interesses do governo. O órgão também era responsável pela autorização da publicação de periódicos no Brasil (PEDRO, 1981, p. 186). Sendo assim, uma questão se tornou pertinente: se havia um movimento de caráter nacionalista que objetivava construir uma identidade nacional, por que o DIP permitiu que a revista estadunidense, permeada por valores e mensagens que representavam o ideal de democracia e progresso daquele país, fosse publicada no Brasil naquele momento?

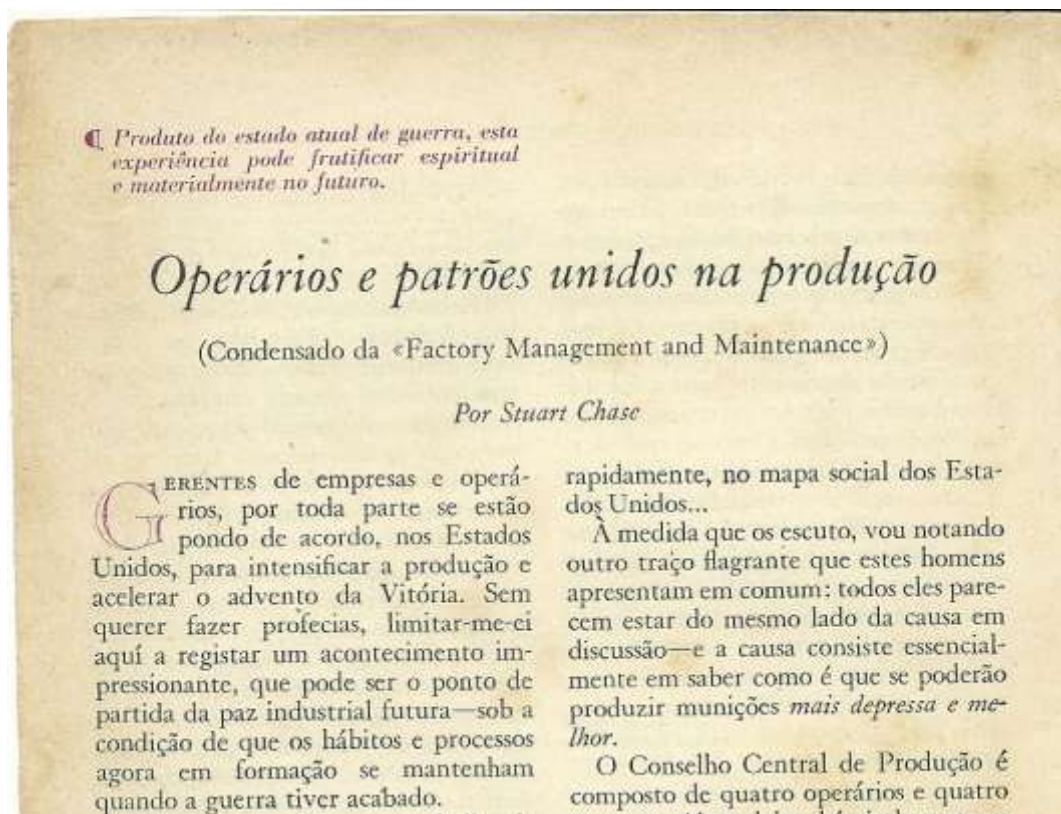
Para responder a essa questão, retomo Benedict Anderson que, ao tratar das origens do nacionalismo, coloca como fator preponderante o papel da indústria cultural para forjar a identidade nacional por meio da língua oficial, dos meios de comunicação de massa e da educação que, no caso do Brasil, tornava-se obrigatória já pela Constituição de 1934. Deste modo, as identidades nacionais não estão ligadas a questões de origem do indivíduo, mas são construídas e modificadas de acordo com a representação da cultura nacional da qual este sujeito participa e se sente participante.

Para Canclini,

aquilo que se entende por cultura nacional muda de acordo com as épocas. Isto demonstra que mesmo existindo suportes concretos e contínuos do que se concebe como nação (o território, a população e seus costumes etc.), em boa parte o que se considera como tal é uma construção imaginária (CANCLINI, 2004, p. 98).

No que tange à publicação da Revista Seleções no Brasil, deve-se levar em consideração, a efeito de hipótese, que o modo de vida americano impresso e expresso na revista veio ao encontro dos anseios de progresso dentro da política do trabalhismo varguista conforme podemos - Imagem 5 - no início de um condensado que revela um discurso de cooperação entre empregados e patrões nos Estados Unidos durante a Segunda Guerra Mundial o que justificaria sua disseminação no Brasil, além é claro do aspecto econômico favorável ao Brasil do qual Vargas aproveitou para a construção da Companhia Siderúrgica Nacional de Volta Redonda, por exemplo.

Imagem 5 – Operários e patrões



Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo III, nº 19, agosto de 1943. P. 82.

E ainda, durante o governo Vargas,

Foram criados diferentes instrumentos de educação coletiva com intuito de promover o ensino de bons hábitos. O indivíduo no novo Estado Nacional passa a ser “educado” pelo rádio, cinema, esporte, música popular. A cultura popular é usada para singularizar o Brasil, um aspecto relevante no projeto cultural estado-novista é a reconceituação do popular e a exaltação do sentido positivo de popular (SILVA, 2016, P. 251).

Assim, a indústria cultural, sob o esforço do governo de se utilizar dos elementos populares (futebol, samba) como instrumentos da ideologia oficial, colaborou por imprimir na sociedade brasileira uma “brasilidade” que não ocorreria de forma natural diante da diversidade étnica e cultural existente no Brasil daquele período.

J. B. Thompson (2002) afirma que:

O uso dos meios de comunicação implica a criação de novas formas de ação e de interação no mundo social, novos tipos de relações sociais e novas maneiras de relacionamento do indivíduo com os outros e consigo mesmo. Quando os indivíduos usam os meios de comunicação, eles entram em formas de interação que diferem dos tipos de interação face a face que caracterizam a maioria dos nossos encontros cotidianos. Eles são capazes de agir em favor de outros fisicamente ausentes, ou responder a outros situados em locais distantes. De um modo fundamental, o uso dos meios de comunicação transforma a organização espacial e temporal da vida social

criando novas formas de ação e interação, e novas maneiras de exercer o poder, que não está mais ligado ao compartilhamento local comum (THOMPSON, 2002, p. 13-14).

A revista *The Reader's Digest*, ao ser traduzida e lançada em espanhol para os países da América Latina e em português para o Brasil, disseminou valores, ideias, tipos ideais, conceitos de um determinado grupo, o que leva a considerá-la a partir da perspectiva de “mediação da cultura moderna” que deve ser entendida como

O processo geral através do qual a transmissão das formas simbólicas se tornou sempre mais mediada pelos aparatos técnicos e institucionais das indústrias de mídia. Vivemos, [...] em sociedade onde a produção e recepção das formas simbólicas é sempre mais mediada por uma rede complexa, transnacional de interesses institucionais (THOMPSON, 2002, p. 12)

Destaco assim, a importância das formas simbólicas contidas na Revista Seleções como fatores constitutivos ligados à criação e manutenção de relações sociais, quer seja entre indivíduos, classes, quer seja mesmo entre estados-nações. Seguindo essa linha de argumentação, as matérias e peças publicitárias veiculadas na revista serão consideradas como produções simbólicas concebidas, recebidas e decodificadas por indivíduos que estavam inseridas em contextos sócios-históricos específicos. Segundo Thompson,

Com o desenvolvimento dos meios impressos de comunicação de massa, a circulação das formas simbólicas foi sempre mais dissociada da partilha de um local físico comum e, com isso, a mobilização do sentido nas formas simbólicas foi se tornando, cada vez mais, capaz de transcender o contexto social em que essas formas eram produzidas (THOMPSON, 2002, p. 343).

Dessa forma, a partir das considerações acerca das produções acadêmicas que exponho a seguir, discuto também a revista no âmbito das representações em Chartier e Moscovici.

2.3 A Revista Seleções do *Reader's Digest* e a academia

A ideia de utilizar a revista Seleções como um objeto de estudos históricos não é nova, algumas pesquisas no âmbito acadêmico já o fizeram para fundamentar artigos científicos, dissertações de mestrado e teses de doutorado. Ao aprofundar as pesquisas sobre a revista foi possível observar uma série de estudos a partir desse material, tematizando a representação de gênero, as representações da América Latina, a publicidade, a política, entre outros aspectos relevantes.

Minha pesquisa no Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES, entre outros bancos de pesquisas acadêmicas, possibilitou contato com a tese de doutorado de Sandra Monteiro Lemos (2013) com o título “Seleções do *Reader's Digest*: leitores, leituras, textos e tramas”; esse texto tinha por objetivo investigar as relações entre leitura, material de leitura e leitor, focalizando, especificamente, a revista Seleções e seus leitores. Outro material de destaque é o artigo acadêmico “Revista Seleções do *Reader's Digest* (1943): a representação da mulher, um discurso em construção”, de Lérica Gherardini Malagueta Marcondes de Mello (2013); nele a autora discute a representação social feminina na revista no início dos anos 1940. Também há a dissertação de mestrado de Denise Rugani Töpke (2007) com o título “Miss anos dourados: as representações da mulher nos anúncios de Seleções do *Reader's Digest*” que investiga a influência de Seleções no imaginário brasileiro da década de 1950, sobretudo com relação às representações da mulher através dos anúncios de higiene pessoal e beleza. Ainda nessa pesquisa, encontrei a tese de doutorado de Charles Scherer Júnior intitulada “Os articulistas de *Selecciones del Reader's Digest* e a constituição da imagem dos estereótipos do *american way of life*: 1949/1950”, que analisa a significação dos estereótipos políticos por meio do estudo de um meio de comunicação que é a revista Seleções publicada em língua espanhola para a América Latina.

Como já ressaltado anteriormente, a revista Seleções do *Reader's Digest* trata-se de um conjunto de artigos já editados por outras revistas e condensados pelo *Digest*. A publicação divulgava como sua maior virtude o fato de ser uma publicação ‘neutra e apolítica’, pois não expressava opinião editorial, e apenas procurava posicionar-se como publicação que tratava de temas de caráter universal e de interesse permanente.

Alguns estudos acadêmicos que têm a revista Seleções como fonte tornaram conhecido o fato de que a *Reader's Digest* norte-americana e suas publicações traduzidas para vários países possuíam envolvimento direto com o Estado norte-americano e seus interesses geopolíticos no mundo. Conforme Junqueira (1996), algumas das edições estrangeiras foram iniciadas em cooperação com o Departamento de Estado, como parte do esforço de guerra, sendo a revista transportada, inclusive, pela força aérea dos Estados Unidos.

No período da Segunda Guerra, a revista alcança vários países. Foi lançada em 1938 na Inglaterra, em 1940 chegou ao México, e ao Brasil, em fevereiro de 1942, dois meses após o país se alinhar aos Estados Unidos e aliados na Segunda Guerra Mundial estreitando a política de “Boa Vizinhança” entre os dois países.

Em sua dissertação de mestrado - “A Guerra como Slogan: Visualizando o *Advertising Project* na Propaganda Comercial da Revista Seleções do *Reader's Digest* (1942-1945)” -

pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, Érica Gomes Daniel Monteiro (2006) procurou reconstituir um panorama de transformações com o processo de industrialização e urbanização pelo qual o Brasil passava no início do século XX. Essas transformações atingiam os padrões de comportamento da sociedade urbana. Nesse contexto de mudanças, as revistas ilustradas tinham papéis relevantes por possibilitar a divulgação e assimilação rápida de imagem de pessoas, objetos, lugares e eventos, contribuindo para a criação de um novo padrão de sociabilidade.

É a partir desse panorama que a pesquisadora discute como a publicidade comercial de empresas norte-americanas, durante a Segunda Guerra, mediante a implantação da política de boa vizinhança durante a Segunda Guerra, foi um veículo utilizado pelo governo estadunidense para a construção de sua hegemonia econômica e político-cultural na América Latina. Para tanto, buscou analisar anúncios publicitários veiculados na revista *Seleções do Reader's Digest*, durante os anos de 1940 como instrumentos de estudo para se conhecer “as ideologias, as práticas sociais e as transformações de hábitos e de comportamentos pela qual passava a sociedade brasileira” (MONTEIRO, 2006, p. 16).

A autora estrutura sua dissertação a partir de uma reconstituição histórica da formação do mercado publicitário brasileiro, tendo por base a disseminação de periódicos e revistas ilustradas, além de publicações próprias para reforçar e consolidar a propaganda comercial e o mercado de consumo de massa no Brasil. A autora destaca que a formação desse mercado publicitário, aliada ao estabelecimento de agências publicitárias estadunidenses no Brasil, contribuiu para melhorar as técnicas de venda, para fomentar a necessidade de consumo da sociedade brasileira e a preparou para receber uma “avalanche” crescente de anúncios estrangeiros, principalmente dos Estados Unidos (MONTEIRO, 2006, p. 40).

Segundo Monteiro,

a análise do mercado editorial das revistas ilustradas e da publicidade ao longo da primeira metade do século XX no Brasil, nos permite levantar novas questões no que tange a compreender a identificação da classe dominante dos centros urbanos brasileiros como modelo civilizatório, pautado na sociedade liberal burguesa norte-americana. Esta aproximação gerou um ambiente favorável que facilitou a receptividade dos produtos norte-americanos, como a versão em português da revista *Reader's Digest* (MONTEIRO, 2006, p. 41).

Também em 2006, Silvio Luiz Gonçalves Pereira, em sua tese de doutorado pela Universidade de São Paulo com o título “*Seleções do Reader's Digest*, 1954-1964. Um Mapa da Intolerância Política”, analisando o mercado publicitário, editorial e o caráter industrial da imprensa no Brasil, buscou conhecer a atuação da revista *Seleções* entre os anos de 1954 e

1964 a partir da seleção de 268 artigos que veiculavam a temática anticomunista. O autor procurou apreender alguns elementos que envolviam as disputas entre os Estados Unidos e União Soviética na hegemonia mundial e destacou que “Foram verificadas as representações que os norte-americanos construíam sobre seu opositor, na tentativa de justificar a superioridade da democracia e das liberdades existentes no ocidente, em oposição à tirania presente nos regimes comunistas” (PEREIRA, 2006, p. 10).

Para o autor,

Seleções moveu-se no campo da intolerância, especialmente da intolerância política. Os artigos veiculados pela revista no período escolhido para esta pesquisa revelam agressiva propaganda anticomunista, manifestada pela demonização do outro, que é considerado pelos autores como sendo o reino do mal, da tirania e do desapego aos valores da família, da prosperidade e da ordem.

A campanha anticomunista que orientava as ações do *Reader's Digest* e, automaticamente, de suas sucursais pelos diferentes países, acompanhando a mesma configuração geopolítica da guerra fria, ou seja, o “cordão sanitário” promovido pelos Estados Unidos em torno da Europa Central, da União Soviética, da China e demais países do Sudeste Asiático, negava, da mesma forma que a maioria da mídia norte-americana, os esforços para o estabelecimento de efetiva coexistência pacífica (PEREIRA, 2006, p. 11).

Na concepção do pesquisador, a revista Seleções reproduzia ideais anticomunistas elaborados pela matriz norte-americana, “positivando” o ocidente capitalista como lugar da democracia e da liberdade contra o bloco oriental representado pela intolerância.

A difusão contínua e exclusiva do modo de vida americano e a ignorância ou desqualificação dos costumes e tradições locais ou regionais, também era a expressão de intolerância cultural, praticada pela revista mundo afora. Ao propagar o ideal do *american way of life* - um dos componentes do americanismo -, divulgava-se para o mundo um modo de vida que imprimia, na consciência social, a crença de que somente pessoas que vivessem dessa maneira seriam capazes de atitudes e ações nobres, dignas de heróis comuns. [...] Nesse sentido, *Seleções* contribuía com o imperialismo norte-americano com formas de intolerância moral e ética (PEREIRA, 2006, p. 12).

Ainda conforme o autor, a americanização do Brasil não teve início com a influência das revistas estrangeiras em meados do século XX, mas muito antes. Lima Barreto já tratava do tema em uma crônica com o título “O nosso ianquismo”, publicada na Revista Contemporânea, no Rio de Janeiro, em 22 de março de 1919. Havia uma afirmativa na crônica que os brasileiros estavam ficando cegos com “as coisas americanas”.

Pereira utiliza o trabalho de Antonio Pedro Tota (2000), “O imperialismo sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra”, para aprofundar os temas da americanização e da intolerância. Para isso, emprega o conceito de “progressivismo” como

componente mais importante do americanismo. Segundo ele, apropriando-se dos ideais presentes no Destino Manifesto, o progressivismo ampliou seu poder ideológico, ou seja, a ideia de povo eleito por Deus, “que o judaísmo legou aos puritanos” (PEREIRA, 2006, p. 16, apud TOTA, 2000, p. 19).

A ideia de destino manifesto, legitimadora do expansionismo norte-americano, fundiu Deus e geopolítica numa relação diretamente proporcional: quanto maior a ação expansionista, maior a aprovação divina. Com o Destino Manifesto, os ideais dos Estados Unidos passaram a ser reconhecidos como de interesse universal da espécie humana: um “americanocentrismo” que definia a expansão imperialista norte-americana como evolução da raça humana, promoção da democracia, luta contra os regimes totalitários, conquista de liberdades civis etc. Mas, na verdade, este posicionamento político norte-americano era intolerante, pois negava a autodeterminação dos povos de outros países, e também a credibilidade de organismos internacionais, tais como as Nações Unidas, como ocorre ainda nos dias atuais (PEREIRA, 2006, p. 19).

Maria Lígia Coelho Prado (1995), ao realizar estudos sobre a política de “boa vizinhança” entre os países da América Latina e Brasil com os Estados Unidos durante a Segunda Guerra a partir da historiografia sobre o tema nos Estados Unidos e nos países latinos observa que nos Estados Unidos, embora haja uma criticidade aos posicionamentos norte-americanos, ainda é muito forte uma corrente mais tradicional que ao manterem um tom neutro e objetivo, “sentem-se muito à vontade quando trabalham esse período” da Segunda Guerra, evitando tratar de períodos anteriores, como os das intervenções armadas na América Central e Caribe, ou após a Segunda Guerra, com a Guatemala (1954) e Cuba (1959) (PRADO, 1995, p. 54).

Já a historiografia latino-americana enfatiza os tons imperialistas da política norte-americana. “Tal posição, quando radicalizada, apresenta os Estados Unidos como donos de um absoluto poder de decisão e os latino-americanos como marionetes manipuladas, a distância, pelas mãos dos estrangeiros” (PRADO, 1995, p. 54).

Para a autora,

A “boa vizinhança” significou fundamentalmente uma mudança de posição dos Estados Unidos com relação aos direitos internacionais. Com ela, os norte-americanos estavam abandonando - por pouco tempo, vale insistir - a política de intervenções na América Latina, que sempre se apoiaria na justificativa de que seus interesses estavam sendo ameaçados (PRADO, 1995, p. 54).

Meu posicionamento está próximo ao de Maria Lígia Coelho Prado (2000) que considera que “se, de um lado, o imperialismo exerce a dominação sobre o outro, isso não

significa afirmar que o outro não reaja e que aceite o que lhe é impingido passivamente, como se não tivesse passado ou história” (PRADO, 2000, p. 84).

Prado se apropria das análises de Fernando Ortiz sobre Cuba para apontar as possíveis transmutações culturais e conclui, então, que “nessa linha de reflexão, é possível observar como muitos dos produtos da cultura norte-americana foram relidos e ressignificados por autores e pelo público brasileiros” (PRADO, 2000, p. 84).

Isso leva a uma reflexão sobre as representações sociais uma vez que as relações entre emissor e receptor nunca ocorrem de forma passiva, pois o leitor é o sujeito que, a partir de saberes prévios, experiências de vida e pertencente à determinada comunidade de sentidos, não somente irá decodificar a mensagem como também irá se apropriar da mesma, interpretar, realizar mimeses. Dessa forma, a mensagem final não só é passível de uma rejeição pela crítica – aqui, sim, entrando o papel da escola –, como também pode sofrer toda sorte de desvios, rejeições, ressignificações e interpretações (inclusive aberrantes).

Conforme Serge Moscovici (2015) representações sociais

...se constituem em um instrumento explanatório e se referem a uma classe geral de ideias e crenças (ciência, mito, religião, etc.), para nós, são fenômenos que necessitam ser descritos e explicados. São fenômenos específicos que são relacionados com um modo particular de compreender e de se comunicar — um modo que cria tanto a realidade como o senso comum (MOSCOVICI, 2015, p. 49).

Na ótica do autor, é a partir das representações que convencionamos os objetos, procuramos tornar o desconhecido em algo familiar. Para ele, ciência e representações sociais são tão diferentes entre si e, ao mesmo tempo, complementares.

Ao contrário do que se acreditava no século passado, longe de serem um antídoto contra as representações e as ideologias, as ciências na verdade geram, agora, tais representações. Nossos mundos reificados aumentam com a proliferação das ciências. Na medida em que as teorias, informações e acontecimentos se multiplicam, os mundos devem ser duplicados e reproduzidos a um nível mais imediato e acessível, através da aquisição de uma forma e energia próprias. [...] A ciência era antes baseada no senso comum e fazia do senso comum menos comum; mas agora o senso comum é a ciência tornada comum (MOSCOVICI, 2015, p. 60)

E para dar uma feição familiar, segundo Moscovici, é necessário por colocar em funcionamento dois mecanismos de um processo de pensamento baseado na memória e em “conclusões passadas”: é a *ancoragem* e a *objetivação*. A ancoragem diz respeito a transformar ideias estranhas, reduzi-las e categorizá-las a ideias comuns, colocando-as num contexto familiar. Já a objetivação trata de transformar algo abstrato em algo quase concreto,

transferir o que está na mente em algo que exista no mundo físico (MOSCOVICI, 2015, p. 60-61).

Com base nesse conceito e tendo em vista os estudos realizados em nível acadêmico, podemos dizer que, ao se tratar da revista *Seleções*, os leitores daquele momento não necessariamente estavam passivos diante de todo o mecanismo empregado pela revista de propagar ideias e valores representados pelo modo de vida americano, pela sua política de “boa vizinhança”. Muitas informações eram ressignificadas, realocadas em um novo contexto, interpretadas, podendo ser inclusive rejeitadas.

É preciso considerar também que a leitura é, conforme Chartier (1991), uma prática “encarnada em gestos, espaços, hábitos” (CHARTIER, 1991, p. 178), e que há várias competências de leitura, vários graus de alfabetismo que impactam na relação com a leitura.

Os que podem ler os textos, não os lêem de maneira semelhante, e a distância entre os letrados de talento e os leitores menos hábeis, obrigados a oralizar o que lêem para poder compreender, só se sentindo à vontade frente a determinadas formas textuais e tipográficas. [...] De tais determinações, que regulam as práticas, dependem as maneiras pelas quais os textos podem ser lidos, e lidos diferentemente pelos leitores que não dispõem dos mesmos utensílios intelectuais e que entretêm uma mesma relação com o escrito. (CHARTIER, 1991, p. 179)

Ao mesmo tempo, pensando no contexto do uso da revista na sala de aulas, deve-se pensar que o estudante também vai fazer a sua interpretação levando em consideração seus valores. Como o estudante vai categorizar e transformar as informações dos documentos em algo familiar? Como o estudante vai transformar sua análise em algo concreto? Como vai expressar o que está imaginando?

Acredito que é a partir desse exercício de trabalhar a interdependência entre conhecimento, senso comum e o conhecimento científico encontrado em documentos históricos é que os estudantes conseguirão fazer narrativas sejam escritas, sejam a partir de cartazes ou de outros instrumentos que estejam próximos da realidade de cada turma.

CAPÍTULO 3

“HISTÓRIA EM REVISTA”: UM CADERNO DIDÁTICO PARA PROFESSORES E PROFESSORAS DE HISTÓRIA

Neste capítulo, procuro articular os conteúdos da revista *Seleções* ao produto didático que foi produzido a partir das reflexões já realizadas até aqui sobre o Ensino de História no cotidiano escolar. Para tanto, como primeiro tópico discutirei o trabalho com História em sala de aula, tendo em vista as principais ações para que o conhecimento histórico se efetive; como segundo tópico, apresentarei uma análise das fontes e as possibilidades de usos para o ensino de História.

3.1 A História na sala de aula

Para apresentar o produto didático a ser gerado a partir das considerações feitas sobre a Revista *Seleções Reader's Digest* torna-se necessário fazer alguns apontamentos sobre o trabalho com História em sala de aula. Para tanto, recorro às pesquisas da historiadora Margarida Maria Dias de Oliveira (2010) nas quais ela argumenta que o trabalho com História no ambiente escolar é uma construção coletiva e se faz a partir do saber aceito como legítimo pela comunidade de historiadores. Antes de tudo, porém, é preciso considerar que esse saber acadêmico não deve ser confundido com o conhecimento histórico escolar, embora lhe sirva de suporte (OLIVEIRA, 2010, p. 11).

Para Bittencourt (2017), o conceito de conhecimento histórico escolar ainda é um desafio que não pode ser entendido como mera e simples transposição de um conhecimento maior, proveniente da ciência de referência e que é vulgarizado e simplificado pelo ensino. As ressalvas ao conceito de transposição didática, proposta por Chevallard reiteram as especificidades do conhecimento escolar. André Chervel (1990), tomando a história das disciplinas escolares como um campo de pesquisa, diz que

Desde que se compreenda em toda a sua amplitude a noção de disciplina, desde que se reconheça que uma disciplina escolar comporta não somente as práticas docentes da aula, mas também as grandes finalidades que presidiam sua constituição e o fenômeno de aculturação de massa que ela determina, então a história das disciplinas escolares pode desempenhar um papel importante não somente na história da educação mas na história cultural [...]. O que caracteriza o ensino de nível superior, é que ele transmite diretamente o saber. Suas práticas coincidem amplamente com suas finalidades [...]. Face aos ensinos “superiores”, a particularidade das disciplinas escolares consiste em que elas misturam intimamente conteúdo cultural e formação do espírito. Seu papel, elas não exercem senão nas idades da formação, seja ela primária ou secundária. E a delicada mecânica que elas põem em ação não é somente

um efeito das exigências do processo de comunicação entre seres humanos. Ela é sobretudo parte integrante da “pedagogia” (CHERVEL, 1990, p. 184-186)

Assim sendo, é preciso pensar que a forma de construção do conhecimento histórico escolar e suas particularidades justificam sua necessidade como saber específico que, por sua vez, dialoga com um código disciplinar construído pela tradição escolar. Posto que esse saber tem objetivos e públicos distintos, será conduzido coerentemente com essa realidade. Se assim não for, haverá grandes chances de fracasso (OLIVEIRA, 2010, p. 11).

O conhecimento escolar é uma forma de saber que pressupõe um método científico no processo de transposição da ciência de referência para uma situação de ensino, permeando-se, em sua reelaboração, com o conhecimento proveniente do “senso comum”, de representações sociais de professores e alunos e que são redefinidos de forma dinâmica e contínua na sala de aula. [...] a história escolar não é apenas uma transposição da história acadêmica, mas constitui-se por intermédio de um processo no qual interferem o saber erudito, os valores contemporâneos, as práticas e os problemas sociais (BITTENCOURT, 2017, p. 25)

Pautada numa perspectiva próxima de Bittencourt ao abordar o potencial presente na construção do conhecimento em sala de aula, a historiadora Margarida Maria dias de Oliveira propõe que sejam dados os seguintes passos:

1. Elege-se uma problemática (tema, período histórico);
2. Tem-se o tempo como categoria principal (como o assunto em estudo foi enfrentado por outras sociedades);
3. Dialoga-se com o tempo por meio das fontes (utiliza-se o livro didático, mapas, imagens, músicas, documentos);
4. Utilizam-se instrumentos teóricos e metodológicos (conceitos, modos de proceder);
5. Constrói-se uma narrativa/interpretação/análise (pede-se um texto, um debate, uma peça teatral, uma redação, uma prova) (OLIVEIRA, 2010, p. 11).

Em outras palavras, seleciona-se o tema e o transforma em problema por meio de um conjunto de questões. Estuda-se, então, o passado para entrar em contato com as experiências dos seres humanos de outros tempos no enfrentamento desse problema, e analisa-se o presente, levando em consideração esse conhecimento do passado. Esse caminho sugerido pela autora foi o que almejei para elaboração do produto didático, que está em consonância com as metodologias ativas, apontadas por profissionais da educação como uma solução ao ensino tradicional ainda vigente em muitas escolas.

A professora e historiadora Carla Viviane Paulino (2018), ao fazer uma introdução ao mundo profissional da docência para os estudantes de História, discute a respeito de algumas

técnicas inovadoras de aula que são importantes para o professor que compreende que o protagonismo em sala de aula é construído juntamente com os alunos.

As metodologias ativas buscam propostas alternativas ao modelo tradicional de educação, uma vez que a principal estratégia de ensino/aprendizagem utilizada é a problematização, pois, diante de um problema, o aluno mobiliza seu repertório de conhecimentos a fim de encontrar as ferramentas necessárias para resolvê-lo de forma ativa. A aprendizagem ativa ocorre quando o aluno interage com o assunto em estudo, ouvindo, falando, perguntando, discutindo, fazendo, sendo estimulado a construir conhecimento ao invés de recebê-lo de forma passiva do professor. Ao professor cabe orientar, supervisionar e facilitar o processo de aprendizagem (PAULINO, 2018, p. 56).

Dessa forma, ao pensar na revista *Seleções* como uma fonte histórica para ser utilizada em sala de aula pelos estudantes do terceiro ano do Ensino Médio, busquei fazer com que houvesse uma construção de conhecimento pautada por questionamentos, leituras, interpretações e construções de narrativas. Já colocar a revista como fonte de pesquisa, torna-se necessário compreender o conceito de representação que, em razão de comportar uma pluralidade de sentidos, utilizo a concepção de Roger Chartier (1990). Segundo ele, a noção de representação para a história cultural tem por finalidade identificar o modo como, em diferentes lugares e momentos, uma realidade social é construída, pensada e dada a ler. (CHARTIER, 1990, p. 17). Essa concepção pode ser bem aplicada à necessidade de se identificar o modo como a revista apresenta suas formas e seus conteúdos, que são pensados, construídos e dados à leitura.

Conforme os PCN, as representações podem constituir discursos que, vinculados aos sujeitos sociais, interpretam realidades, expressando percepções e apreciações. Ao construir sentidos, as representações mostram ou escondem concepções de mundo e expõem tanto quem as representa quanto aquilo que é representado (PCN, 1999, p. 21).

Assim, ao incentivar os estudantes a interpretar a revista *Seleções*, como documento, pretendo fazer com que percebam que o saber histórico não é um dado pronto, mas construção cognitiva. O estudante pode exercitar sua capacidade de analisar fontes diversas, aproximando-se de alguns procedimentos do ofício do historiador. A ideia é estimular a sua percepção para a relação presente-passado e vice-versa, diante das possíveis expectativas frente às mudanças e permanências, rupturas e continuidades que se fazem presentes até nossos dias. Ao se falar em mudanças e permanências, torna-se necessário pensar no universo cultural no qual os professores/professoras e estudantes estão inseridos, um universo cultural marcado por uma complexa rede de informações.

O final do século XX e início do século XXI assistiu à emergência e/ou ao avanço das tecnologias de informação e comunicação, das artes e do entretenimento. É nesse mundo constituído pela televisão, cinema, rádio, *internet*, *smartphones*, *tablets*, computadores que se aproximam e identificam a cultura da mídia, conforme caracterizou Douglas Kellner (2001).

Segundo o autor,

[...] A cultura da mídia [...] fornece o material com que muitas pessoas constroem o seu senso de classe, de etnia e raça, de nacionalidade, de sexualidade, de “nós” e “eles”. Ajuda a modelar a visão prevalecente de mundo e os valores mais profundos: define o que é considerado bom ou mau, positivo ou negativo, moral ou imoral. As narrativas e as imagens vinculadas pela mídia fornecem os símbolos, os mitos e os recursos que ajudam a constituir uma cultura comum para a maioria dos indivíduos em muitas regiões do mundo de hoje. [...] A cultura da mídia almeja grande audiência; por isso, deve ser eco de assuntos e preocupações atuais, sendo extremamente tópica e apresenta dados hieróglifos da vida social contemporânea (KELLNER, 2001, p. 9).

Por isso, conforme Flávio Vilas-Boas Trovão (2018), ao apontar que as escolas e professores não acompanham de perto o desenvolvimento dessa sociedade de informação como os/as estudantes o fazem, o desafio em sala de aula é, portanto, entender e leva-los a compreender que informação não é o mesmo que conhecimento. Assim sendo, “como auxiliar os estudantes a transformar em conhecimento o quase infinito volume de informações disposto nas redes sociais e na internet?” (TROVÃO, 2018, p. 138).

O conhecimento escolar é para o autor

[...] fruto da vivência e dos saberes que os estudantes já trazem e acessam, mas que devem ser problematizados, questionados, desconstruídos, experienciados. E a história, nesse caso, é um saber privilegiado para problematizar as certezas e afirmativas do tempo presente (TROVÃO, 2018, p. 138).

Ao trabalhar alguns temas recorrentes da revista *Seleções*, procurei levar os/as estudantes a perceber a pedagogia cultural por trás dos artigos e anúncios publicitários publicados. Essa pedagogia cultural, segundo Kellner, muitas vezes não percebida, contribui “para nos ensinar como nos comportar e o que pensar e sentir, em que acreditar, o que temer e desejar – e o que não” (KELLNER, 2001, p. 10).

Notadamente é importante ressaltar, que por trás dessa pedagogia cultural dos meios de comunicação existe uma dimensão simbólica. Conforme Thompson o desenvolvimento dos meios de comunicação é,

[...] em sentido fundamental, uma reelaboração do caráter simbólico da vida social, uma reorganização dos meios pelos quais a informação e o conteúdo simbólico são

produzidos e intercambiados no mundo social e uma reestruturação dos meios pelos quais os indivíduos se relacionam entre si (THOMPSON, 1998, p. 19).

Daí, segundo Thompson, a existência de uma forma de poder simbólico que nasce da atividade de produção, transmissão e recepção do significado das formas simbólicas. Os indivíduos se ocupam constantemente com as atividades de expressão de si mesmos em formas simbólicas e ou de interpretações das expressões usadas pelos outros (THOMPSON, 1998, p. 24).

Essa forma de poder simbólico influencia os indivíduos a agir e intervir no curso de determinados acontecimentos com consequências as mais diversas. As ações simbólicas podem “provocar reações, liderar respostas a determinado teor, sugerir caminhos e decisões, induzir a crer e descrer, apoiar os negócios do Estado ou sublevar as massas em revolta coletiva” (THOMPSON, 1998, p. 24).

Dessa forma, o desafio torna-se maior à medida que é necessário a levar o/a estudante a perceber porque ele/ela precisa da História e como esta pode ser ferramenta de leitura do mundo no qual está inserido propiciando sua autonomia diante da cultura midiática, resistindo à sua manipulação, capacitando-o a conhecer a si a aos outros no tempo.

3.2 A Revista Seleções nas aulas de História

A ideia de levar a Revista Seleções para a sala de aula, como já mencionamos, deveu-se aos aspectos contextuais em que essa publicação foi produzida. Essa revista moldou o pensamento de seus leitores à medida que difundia valores ligados ao *american way of life* e à visão de mundo norte americana. Um exemplo cabal disso está no medo do comunismo, propagado nos anos 1950 e 1960 e senso comum nos dias atuais (MONTEIRO, 2006, p. 18).

Para fazer a análise dos artigos e peças publicitárias convencionou-se partir das teorias de representações sociais de Moscovici. Essa teoria auxilia na compreensão do processo de identificação dos sujeitos com o que era veiculado pela revista Seleções. Segundo o autor as representações convencionam objetos, pessoas ou acontecimentos, tudo passa a ser encaixado em um modelo criado em determinado contexto cultural, sob pena de não ser decodificado se estiver a margem desse padrão. Ao mesmo tempo prescrevem modos de interpretar o mundo através de uma tradição que decreta o que deve ser pensado (MOSCOVICI, 2015, p. 34).

Nenhuma mente está livre dos efeitos de condicionamentos anteriores que lhe são impostos por suas representações, linguagem ou cultura. Nós pensamos através de uma linguagem; nós organizamos nossos pensamentos, de acordo com um sistema que

está condicionado, tanto por nossas representações, como por nossa cultura (MOSCOVICI, 2015, p. 35).

As representações sociais influenciam modos de vida de um coletivo, delas resultam práticas que expressam tudo aquilo que foi apreendido no convívio social. Elas são formas de comunicar e compreender o que vemos, tornando familiar o não familiar, o desconhecido em conhecido, o incomum em comum.

Essa dinâmica de familiarização ocorre quando situação, pessoas e objetos são percebidos e compreendidos em relação a um conhecimento prévio, a um modelo já solidificado mentalmente.

Dois mecanismos criam as representações: ancoragem e objetivação. O primeiro mecanismo tenta ancorar ideias estranhas, reduzi-las a categorias e a imagens comuns, colocá-las em um contexto familiar. O segundo mecanismo é objetivar, transformar algo abstrato em algo quase concreto, transferir algo que está na mente em algo que exista no mundo (MOSCOVICI, 2015, p. 61).

Na análise dos artigos e dos anúncios publicitários da revista *Seleções* isso pode ser entendido quando o leitor se vê representado naquele personagem e/ou mensagem. A ancoragem seria o processo do leitor em se identificar com as ideias difundidas e a objetivação seria a incorporação dessas ideias, naturalizando-as.

Desse modo, no contexto da sala de aula, ao analisar um artigo ou um anúncio publicitário, o estudante deve, inicialmente, estar consciente de que cada veículo de comunicação carrega em si mensagens que agregam e alteram hábitos e pensamentos, inserindo novos significados. Por exemplo, as peças publicitárias, ao anunciar um novo produto, busca incorporar no leitor o uso do produto em seu cotidiano, naturalizando-o. O mesmo ocorre com as ideias difundidas, há nas mensagens dos artigos a difusão de valores categorizando o que é bom e o que é mau.

Dessa forma, a proposta desta pesquisa é potencializar a discussão de quatro temas nas aulas de História dentro das possibilidades do currículo, levando em consideração o contexto histórico em que a revista estava inserida. Portanto, considerou-se adequado desenvolver o projeto para o terceiro ano do Ensino Médio uma vez que o currículo escolar permite o estudo dos temas em questão.

Os temas propostos, que perpassa o período de análise da revista entre 1942 e 1949, foram o nazismo; o segundo eixo tem como tema a Política de “boa vizinhança” e o esforço de guerra; o terceiro eixo tem como tema o Comunismo e o quarto eixo as representações de

gênero, raça e classe. A seguir exponho uma análise direcionada do material para cada tema proposto.

3.2.1 Nazismo, Comunismo, Esforço de Guerra e Política de Boa Vizinhança

Em 2000, quando publicou seu livro *A Infelicidade do Século, sobre o comunismo, o nazismo e a unicidade da Shoah*, Alain Besaçon, historiador francês, dava como sepultada a ideologia nazista, e o que restava dela era uma memória histórica que fazia do nazismo “objeto de execração que não diminui com o tempo” (BESANÇON, 2000, p. 10).

O tempo passou e, vinte anos depois (2020) constata-se, no Brasil, pessoas e grupos fazendo apologia a um regime totalitário responsável pela morte de milhões de seres humanos. Pode-se citar para exemplificar essa constatação o caso de um homem denunciado pelo ministério público de Minas Gerais por usar, em um bar, uma braçadeira com a suástica; ou de quatro pessoas que foram indiciadas no Ceará por ameaçar a comunidade judaica, ou ainda de um homem que foi indiciado pela polícia de Santa Catarina por pendurar uma suástica na janela de seu apartamento na cidade de São José. Tudo isso no mês de janeiro de 2020, conforme relata o UOL Notícias, de 27 de janeiro de 2020, ao fazer uma reportagem sobre ameaça, intolerância e apologia nazista.

Essas ocorrências apontam que o nazismo ainda é um assunto importante que permeia o cotidiano e deve ser tratado como um problema do presente. Nesse sentido, cabe à disciplina de História problematizar o assunto trazendo a discussão para o contexto da sala de aula onde os estudantes podem, incentivados pelos professores, detectar esses fenômenos que circulam na mídia e aprofundar a questão, fazendo uma análise de fontes.

A problematização dessas fontes auxilia os estudantes a relacionar presente e passado, refletindo sobre rupturas e continuidades, levando-os à percepção de que os discursos presentes em um artigo ou em uma peça publicitária são testemunhos históricos resultantes da visão de mundo, da interpretação da realidade e construção de quem os produziu (KELLNER, 2001, p. 13).

Do lançamento da revista *Seleções do Reader's Digest* no Brasil, em fevereiro de 1942, ao fim da Segunda Guerra Mundial, em agosto de 1945, em todas as edições há referências à guerra; são artigos que descrevem batalhas, análise do poderio militar alemão, críticas à ideologia nazista, sempre exaltando a “liberdade e democracia” norte-americanas em detrimento à “tirania” do regime nazista.

As peças publicitárias, em sua maioria dentro do período citado, tinham como referência a guerra e objetivo delas era promover a união das Américas, exaltando os esforços

de guerra e prometendo maravilhas com o desenvolvimento tecnológico para o bem das famílias num futuro de paz.

É importante salientar que as preocupações do governo norte-americano com a nazificação na América Latina, e em especial o Brasil, não eram infundadas, conforme aponta Maria Luiza Tucci Carneiro (2013) ao afirmar, em artigo para a *Revista de História da Biblioteca Nacional*, que, sob o governo Vargas, o ideário de Hitler influenciou políticas e seduziu parte da população brasileira. Daí a necessidade estadunidense de demonizar didaticamente o nazismo por meio dos diversos meios de comunicação que distribuía na América Latina, e procurar estreitar suas relações por meio da política de “boa vizinhança”, afastando o território latino da influência do que era considerado nocivo naquele momento.

Nesse sentido, para a produção do material paradidático, foram selecionados artigos publicados pela revista *Seleções* que buscavam expor as “engrenagens” do nazismo na Alemanha, suas influências e relações com a população alemã, ressaltando práticas pouco ortodoxas que chocavam os leitores.

Imagem 6 – Seção de Livros “Educando Para a Morte!”



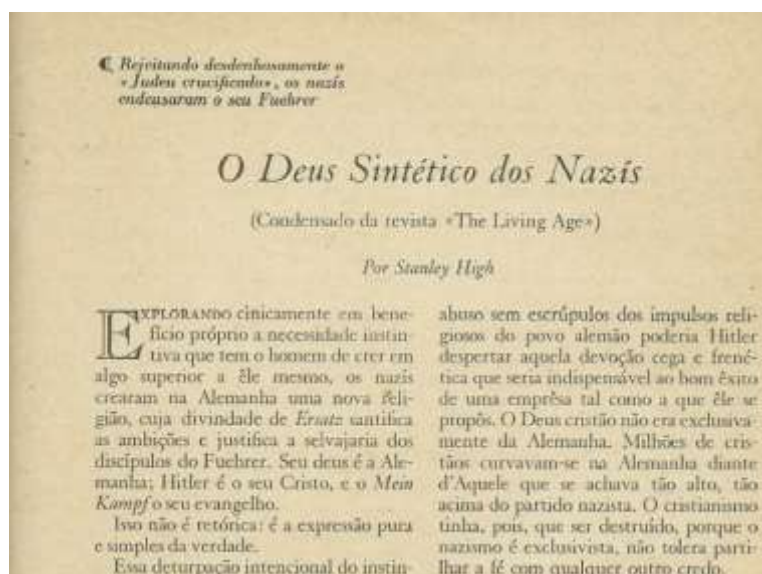
Fonte: Revista *Seleções do Reader's Digest*, Tomo II, nº 6, julho de 1942. P. 83-98.

É o caso do artigo condensado do livro de Gregor Ziemer, *Educando Para a Morte!*, publicado na revista Seleções de julho de 1942, onde o autor, a partir de visitas a clínicas pré-natais, a hospitais de esterilização, a escolas infantis e para “débeis mentais”, institutos para moças e rapazes, faz um relato de como o Ministério de Educação do Estado alemão “educa a infância e a mocidade para a morte”.

No livro que deu origem ao condensado, o autor relata o interesse do partido nazista pela criança antes mesmo de sua concepção. Na visão do autor, a Alemanha faz um esforço “científico” para evitar o nascimento de todos os indesejáveis com a finalidade de, seguindo os mandamentos do *Mein Kumpf*, formar uma raça superior a partir do cruzamento de indivíduos saudáveis. Daí a prática da esterilização de mulheres de baixa resistência que já haviam demonstrado não ser sua “progênie robusta”.

Em outro artigo condensado da revista *The Living Age*, escrito por Stanley High e publicado pela revista Seleções de setembro de 1942, com o título “O Deus Sintético dos Nazís”, há uma clara acusação ao Partido Nazista e sua intenção de transformar Hitler em um deus. Segundo o autor, “os nazís criaram na Alemanha uma nova religião, cuja divindade de *Ersatz* santifica as ambições e justifica a selvageria dos discípulos do Fuehrer. Seu deus é a Alemanha; Hitler é seu Cristo e o *Mein Kampf* o seu evangelho”.

Imagem 7 – “O Deus Sintético dos Nazís”



Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo II, nº 8, setembro de 1942. P. 37-40.

Seguindo a mesma linha ideológica do livro de Gregor Ziemer, o autor expõe a forma como o partido nazista constrói e explora a imagem endeusada de Hitler, ao mesmo tempo em

que apela para a destruição do moralismo cristão em favor do Estado e de sua necessidade de soldados para a guerra. A prática dessa doutrina, segundo o autor, é chamada de “revolução biológica”.

A “Revolução Biológica” explica em parte o fato do hitlerismo perseguir tão impiedosamente a Igreja Cristã, porque a doutrina alemã é violentamente contrária aos ensinamentos cristãos, que pregam a santidade do lar e do casamento; é oposta à ideia da importância da alma humana, que pode ser grande e forte nos corpos mais débeis; e combate o ideal cristão de castidade pré-nupcial. Em 1938 foi promulgado na Alemanha um decreto segundo o qual o casamento não é mais considerado instituição divina, sendo encarado como o núcleo celular do Estado. Dessa maneira, as relações sexuais de marido e mulher já não são “uma união íntima, pessoal e vital, baseada no consentimento mútuo”, são agora “atos públicos”. Atualmente, olha-se com reprovação a cerimônia do casamento, de acordo com os preceitos cristãos; prefere-se o “casamento alemão” oficializado.

O objetivo do matrimônio é o mesmo que o de qualquer indústria bélica: produção de material de guerra, de “carne para canhão”... A interpretação da nova lei do casamento declara franqueza que o propósito da união é a criação de filhos para o Estado. Se esse fim não é atingido, o casamento é considerado mau, e segue-se a anulação (HIGH. 1942, p. 38).

Tanto o condensado do livro de Gregor Zierner quanto o artigo de Stanley High, assim como outros inúmeros artigos publicados pela Seleções sobre o nazismo, buscavam retirar o Brasil e os outros países da América Latina da influência do Eixo.

Imagem 8 – Anúncio publicitário “Programas RCA Victor”



Frau Holtz recebe um visitante americano...
[e despeito do olho do carrasco]

Até a data em que o seu Hans morreu—pela glória do Fuhrer—essa pobre infeliz detestava de longe o mundo. Mas agora, Frau Holtz visitava bem pouco do mundo fora do Alemanha...

Mas quando seu último filho seguiu o caminho dos seus irmãos mais velhos, ela compreendeu que tinha de saber certas coisas. E um certo dia, voltou a um hotel, dando entrada em sua casa a um visitante americano. Foi então que a luz se fez no seu espírito: a compreensão surgiu do trabalho.

Esta noite, — em Alemanha, em França, na Checoslováquia — os outros Frau Holtz receberam a sua preleção da RCA-VICTOR, através das suas estações intermediárias de onda curta: WNBC e WRCA ... E isso

mostra que, nos últimos do Gestapo, se esperava a chegada de a olho do carrasco, se fossem apontados a seguir;

De todos os raios dados ao material de rádio RCA em curso desta batalha representava a liberdade e a terra, a maior a qual o mundo já conheceu, — isso, sem qualquer hesitação. Porque esse material não só está controlado para destruir a força física dos soldados da América — mas ajudando também a preparar as esperanças de todos os outros para uma paz duradoura e justa — dizendo ao Frau Holtz que o seu antigo dia não está mais longe, mas um pequeno tempo dela.

Comem se programar RCA Victor de onde está, também pelo rádio WNBC e WNBC — 4.470 e 11.780 kHz.

RCA VICTOR
RCA MANUFACTURING COMPANY, INC., CAMDEN, N. J., U. S. A.

Seguindo a mesma linha ideológica, os anúncios publicitários também procuravam explicitar o abismo que separava o mundo de censura em que estava mergulhado o povo alemão do mundo da liberdade de expressão da democracia americana. Isso é perceptível, por exemplo, no anúncio dos programas de rádio RCA Victor, publicado pela revista *Seleções* de setembro de 1942.

Na peça publicitária em questão, lê-se a narrativa de uma senhora alemã que perde o marido e três filhos para a guerra e que, ao desafiar a censura nazista, ouvindo programas de rádio proibidos na Alemanha, descobre que seu verdadeiro inimigo está em sua própria terra. O texto ressalta uma batalha entre “a liberdade e a tirania”, e que o uso do material que é difundido pela rádio “está contribuindo para dominar a força física dos inimigos da América” e preparando os “espíritos de todo mundo para uma paz duradoura e justa”.

A análise desse material permite ao professor explorar com os/as estudantes a questão da liberdade de expressão e de pensamento, pesquisar e debater a censura em diferentes regimes ditatoriais, bem como os efeitos provocados pela circulação desenfreada de informações que se proliferam no ambiente virtual da *Internet*, que se traduzem nas chamadas *fake news*. Por outro lado permite, também, explorar o discurso que buscava colocar os interesses estadunidenses como sendo os interesses dos países latino-americanos, o que fica mais explícito em outras peças publicitárias.

Para melhor compreensão dos propósitos do governo americano para com os países latino-americanos na intenção de estreitar suas relações é necessário conhecer o papel desenvolvido pela agência norte-americana, conhecida aqui no Brasil como Birô Internacional.

Fundada a partir de uma parceria público/privada, na representação do presidente Franklin Roosevelt e o empresário Nelson Rockefeller, a *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs* (Coordenador de Assuntos Interamericanos) (OCIAA) era formada por quatro divisões: a de comunicações, que incluía as seções de rádio, cinema, imprensa; a de comércio e finanças; de saúde que tinha como foco os programas sanitários e a divisão de relações culturais (MOURA, 1984, p. 9-15).

A Divisão de Comunicação e Informação foi o principal veículo para divulgar informações positivas sobre os Estados Unidos nos países latino-americanos. A tática de propaganda da agência abrangia a publicação de folhetos, pôsteres e artigos sobre as relações interamericanas para as principais publicações brasileiras (MONTEIRO, 2006, p. 61).

Em 1942, a agência formulou um projeto, chamado *Cooperation with U.S. Advertisers in the other American Republics* (numa tradução livre: cooperação com anunciantes dos

Estados Unidos nas outras repúblicas americanas) em conjunto com o Departamento de Comércio, de Tesouro e de Estado dos Estados Unidos, sugerindo que industriais, comerciantes e exportadores estadunidenses não deixassem de anunciar, apesar das dificuldades de se atender aos pedidos no período da guerra e que, em seus anúncios, publicassem mensagens que remetessem à política da boa vizinhança (MONTEIRO, 2006, p. 64).

O objetivo era garantir reserva de mercado para o pós-guerra, quando era necessário solidificar as marcas de produtos dos Estados Unidos nas outras repúblicas. Além do mais, a agência acreditava que a propaganda feita por exportadores norte-americanos durante a guerra poderia contribuir para explicar as razões da escassez de determinados produtos, fazendo com que a população pudesse solidarizar-se com o esforço de guerra e aprender a conservar os produtos mais escassos. Indiretamente, a manutenção dos anúncios publicitários foi fundamental para a sobrevivência da maioria dos meios de comunicação da época (MONTEIRO, 2006, p. 65).

Imagem 9 – O Arsenal das Democracias



Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo II, nº 10, novembro de 1942. P. 144.

Nesse sentido, percebem-se, por meio de análise das peças publicitárias, os reflexos da política externa dos Estados Unidos em se aproximar dos países da América Latina introduzindo um discurso que, ao mesmo tempo, divulgava o estilo de vida americano, preconizava a liberdade, democracia, um futuro de paz e prosperidade que só se consolidaria pela união das Américas.

É o que demonstra a Imagem 9, que tem como elemento central na ilustração o Capitólio, sede do congresso (Poder Legislativo) dos Estados Unidos, com as ondas do rádio emanando de sua abóboda, simbolizando a voz da democracia. O texto referencia o aparelho de rádio da marca Zenith como fundamental em várias situações que envolvem as batalhas, ao mesmo tempo em que demonstra o seu esforço para a vitória na guerra, representado pelo sacrifício da produção de novos aparelhos em nome das “Democracias da América”.

Nesse ponto é necessário fazer uma breve reflexão sobre o que é a “democracia” dos Estados Unidos. No século XIX, Alexis de Tocqueville escrevia *A Democracia na América*, onde exaltava um dos grandes pilares da república que era a igualdade (BASTOS; ARRIADA, 2007, p. 9). De fato, a Declaração de Independência dos Estados Unidos afirma, em seu início, que “todos os homens são criados iguais e são dotados por Deus de certos direitos fundamentais”, mas é bom salientar que tal proclamação não se aplicou a todos de imediato. Vários grupos sociais tiveram de lutar durante mais de dois séculos por essa igualdade e pela garantia de seus direitos. Alguns ainda lutam.

A escravidão africana, por exemplo, foi mantida nos Estados Unidos até a Guerra de Secessão (1861-1865). Os líderes da independência não trataram uma questão que afetava mais de meio milhão de negros que viviam em regime de trabalho escravo. No século XX assistiu-se a grandes embates contra o racismo.

Os direitos civis, fundados pela Declaração, também não alcançavam as mulheres nem os indígenas. Quem então exercia plenamente os direitos de cidadão assegurados pela Constituição dos Estados Unidos de 1797? Basicamente, a cidadania foi exercida pelos homens adultos e brancos pertencentes à elite econômica. Na década de 1940, pouca coisa havia mudado, e a Revista Seleções era um reflexo disso.

Outro produto que veio carregado de simbolismo em seus anúncios foi a Coca-Cola que desembarcou no nordeste do Brasil em 1941, junto com os soldados estadunidenses. Nascida em 1886, na cidade de Atlanta, Geórgia, pelas mãos do farmacêutico John Pemberton que buscava um remédio para amenizar dores de cabeça e males estomacais, a Coca-Cola resultou em uma mistura líquida de cor caramelo, com extrato de noz de cola, estimulante, com alto teor de cafeína e também extrato de folhas de coca. Em 8 de maio de 1886, o

farmacêutico levou o líquido para a *Jacob's Pharmacy*, lá foi misturado à água gasosa e vendido em copos a US\$ 0,05 aos clientes (DIEB, 2016, p. 2).

A presença da Coca-Cola no Brasil fazia parte, indiretamente, dos acordos firmados por Getúlio Vargas e Roosevelt, entre 1941/1942, e que definiram a participação brasileira ao lado dos aliados na Segunda Guerra Mundial. O Brasil cedeu bases no Nordeste às forças estadunidenses e se comprometeu com o esforço de guerra, fornecendo produtos primários como carne, açúcar, café, borracha, entre outros, e, em troca, recebeu aportes financeiros, reequipou as forças armadas com o que havia de mais moderno na época, além de conseguir as bases para a instalação da indústria siderúrgica brasileira (MOURA, 1984, 30).

Imagem 10 – Anúncio Coca-Cola



Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*. Tomo IV, nº 20, outubro de 1943. P. 144.

Amparada por um apurado faro comercial de seu presidente, Robert Woodruff, a Coca-Cola passou a levar seus produtos, por cinco centavos de dólar, a qualquer parte do mundo onde um soldado americano estivesse. Assim, nos países que eram liderados ou ocupados pelos soldados estadunidenses, os técnicos da Coca-Cola ocupavam fontes de água e empresas de bebidas para produzir o líquido que se tornaria símbolo do novo poderio cultural e que surgiria com o fim da guerra (DIEB, 2016, p. 3).

Desse modo, os anúncios publicitários da Coca-Cola expressavam não apenas o modo de vida americano, mas também os anseios da política de boa vizinhança que se materializavam nas imagens e personagens que representavam o que os idealizadores das peças publicitárias pensavam sobre a América Latina.

Essas representações dispostas nas imagens estavam em consonância com a missão do Birô Internacional que era, conforme Gerson Moura, ganhar “corações e mentes”, não só de políticos e militares, mas na medida do possível, “a massa da população politicamente significativa” (MOURA, 1984, p. 14).

Além de apresentado como sendo mais do que um simples refrigerante, o anúncio procura convencer o consumidor de que o produto é digno de confiança, dispondo a imagem da garrafa como que vista de baixo para cima, num enquadramento que enaltece o produto à vista do leitor/consumidor. O mapa das Américas com a frase “unidos hoje, unidos sempre” reforça a ideia da unidade de interesse e de amizade em todo o continente.

Imagem 11 - Anúncio Coca-Cola “Vendedores de flores em Caracas”



Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*. Tomo V, nº 28, maio de 1944. P. 169.

Imagem 12 – Anúncio Coca-Cola “Jogadores de polo argentinos”.

O Convite Universal...
“TOME UMA COCA-COLA!”



Campo de Polo

As façanhas dos jogadores de polo argentinos são conhecidas mundialmente. Depois de um renhido “match”, é natural deleitar-se com uma “Coca-Cola” bem fria — o refresco que se destaca pela sua qualidade!

Preço—Cr. \$1,00



COPYRIGHT 1944 BY THE COCA-COLA COMPANY
PROPRIEDADE LITERÁRIA E ARTÍSTICA. RESERVADA

UNIDAS HOJE
UNIDAS SEMPRE

Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*. Tomo VI, nº 34, novembro de 1944. P. 162.

As imagens 11 e 12 exploram paisagens latinas, Caracas, em seu cotidiano, com seus vendedores de flores e campo de polo na Argentina. Com o título “O Convite Universal”, que era repetido em quase todos os anúncios, a empresa convidava todos a saborearem o refrigerante. Em seu símbolo comercial, o grande círculo vermelho, trazia o mapa do continente americano reproduzido com a palavra Coca-Cola ao lado de uma garrafa da bebida, também num enquadramento de baixo para cima.

O *slogan* “Unidas hoje, unidas sempre”, que passava mensagem da aliança pan-americana, era fruto de sugestão do Birô Internacional que, em alguns casos, interferia diretamente na confecção das mensagens publicitárias, inserindo textos e comunicações relacionados à política de boa vizinhança. Isso explicita que o desenvolvimento da propaganda comercial na América Latina se fez estritamente vinculado às necessidades políticas dos Estados Unidos e às necessidades econômicas das grandes agências de publicidade e de seus clientes (MONTEIRO, 2010, p. 162).

Em praticamente todos os anúncios veiculados pela Coca-Cola na revista, durante 1942-1945, há a presença de um casal com uma representação física nos padrões do homem branco norte-americano. Para não se diferenciar tanto dos latinos, público ao qual o anúncio se destinava, os casais das ilustrações são “latinizados”, tendo a cor dos cabelos mais escura e trajados com roupas típicas dos países representados, dependendo do tema abordado. Já os latino-americanos, quando apareciam, eram quase sempre retratados de forma estereotipada (MONTEIRO, 2010, p. 166).

A mobilização de estereótipos nacionais dos países latino-americanos nos anúncios contribuiu para enaltecer a integração das culturas da América. Desse modo, a Coca-Cola, enquanto empresa norte-americana que se havia comprometido a participar do projeto do *Office*, cumpria o seu papel na promoção da unificação de hábitos de consumo, que se traduzia em um convite universal e na fomentação, perante os latino-americanos, de convicções de que sua cooperação com a política externa norte-americana era necessária agora e no futuro, como salientava o seu *slogan* “Unidas hoje, Unidas sempre” (MONTEIRO, 2010, p. 167).

Ao levar as imagens para análise em sala de aula, é interessante discutir a composição étnica dos povos latino-americanos e se ela corresponde ao que o anúncio busca representar. Trabalhar essas imagens nas aulas de História possibilita direcionar nossos estudantes a buscar um maior conhecimento do continente do qual fazem parte, refletir sobre a composição étnica dos povos que compõem a América e também pensar sobre as questões sociais no contexto da política de boa vizinhança e, por consequência, sobre difusão do modo de vida americano que se faz tão presente na imagem vislumbrada pelas agências publicitárias.

Outro fator importante refere-se ao público-alvo que os anúncios buscavam atingir. Nesse caso, deve-se levar em consideração o público da revista *Seleções* que, conforme Silvio Luiz Gonçalves Pereira, era oriundo da classe média. Segundo o autor, apesar da circulação de *Seleções* ser de nível nacional, 40% da distribuição no Brasil concentrava-se em São Paulo, outros 20% no Rio de Janeiro, concentração considerada natural, pois os índices de

alfabetização eram maiores no Sul e Sudeste e menores no Norte e Nordeste (PEREIRA, 2006, p. 98-99).

Esse fator leva a considerar o modo de vida americano retratado e difundido nas imagens do anúncio. Conforme Karnal, a indústria da propaganda e *marketing*, ajudada pelos jornais e revistas de grande circulação, disseminou a ideia de liberdade associada ao consumo em oposição à ideia da liberdade associada a mudanças nas relações de trabalho (KARNAL, 2018, p. 198). O casal representado na imagem 11 e os jogadores e suas companheiras representados na imagem 12 em momentos de lazer levam o leitor a experimentar a sensação de liberdade. Como afirma Karnal, o consumo se traduz no elemento essencial de felicidade e cidadania (KARNAL, 2018, p. 198).

Nos anúncios publicitários de outras marcas também é possível perceber os sinais da política de boa vizinhança, dos esforços de guerra e a conclamação do continente americano para a união em nome de um ideal que era a paz. Outras frases semelhantes à exibida pela Coca-Cola estavam presentes nesses anúncios.

Charles Scherer Júnior, em sua tese de doutorado, pela Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Pontífice Universidade Católica do Rio Grande do Sul, com o título “Os articulistas de *Selecciones Del Reader’s Digest* e a constituição da imagem dos estereótipos do *american way of life*: 1949/1950” escreveu que

A “boa vizinhança” [...] e o extenso programa de divulgação de seu significado através dos meios de comunicação, em especial *Selecciones*, não significou modificação na maneira pela qual os americanos compreendiam os seus vizinhos latinos, a não ser em raras exceções personificadas em movimentos de defesa liderados por minorias em geral compostas por intelectuais, ou de atos políticos programados pelos governos dos Estados Unidos e autoridades locais da América Latina, em que se encenava uma aproximação de fato. A América não estava dividida por muros, ou cercas, mas carecia de um senso de Pan-Americanismo. Naquela época, o *Tio Sam* tinha “primos pobres e atrasados”, mas que face ao contexto da Segunda Guerra se tornaram “bons vizinhos”. A ideia de um “espírito pan-americano” foi empresa bem arquitetada. A ação política do governo americano se encarregou de incentivar toda e qualquer produção que aludisse ao tema, de *cartoons* a cinema, e de sua parte buscou ao máximo a criação de um novo “*way of life*”, com base em valores, a princípio, comuns a todas as repúblicas do Continente. Os intelectuais da época foram chamados para colaborar e o fizeram (SCHERER JÚNIOR, 2009, p. 50).

Assim, a política de boa vizinha e esforço de guerra associados à divulgação do modo de vida americano se entrelaçavam nos artigos e nos anúncios de produtos que estavam com a produção suspensa por conta da guerra, ou até mesmo anúncios de empresas que não comercializavam produtos no mercado latino, tudo em nome da boa vizinhança, união pan-americana e defesa da democracia (SCHERER JUNIOR, 2009, p. 66).

Nas imagens 13 e 14, é possível perceber no destaque dado ao mapa representando o continente americano e as mensagens que conduzem o leitor a sensação de pertencimento.

Imagem 13 – Anúncio “Programa Rádio-Cometa”



PREVER PARA PROVER!

★ O mundo de amanhã será melhor se cada um de nós contribuir com sua parte—e para isso todos nós temos que estar bem informados—temos que saber bem hoje para agir melhor amanhã.

Não pode haver uma paz estável se não houver uma compreensão mútua entre todos os povos—e, para nos compreendermos mutuamente, temos que estar em dia com os acontecimentos vertiginosos de nossos dias.

As Emissoras dos Estados Unidos, pela maravilha das ondas curtas, mantêm os seus ouvintes ao par dos mais recentes acontecimentos, graças aos serviços de repórteres e de jornalistas que se acham em vários pontos do globo, transmitindo notícias colhidas no local.

As Emissoras dos Estados Unidos também apresentam inúmeros programas de ondas curtas—musicais, dramáticos e especiais—todos de grande interesse e variedade.

Programas completos, com horários, são enviados gratuitamente, mediante pedido à
COORDENADOR DE ASSUNTOS INTER-AMERICANOS
 Caixa Postal 860 K, Rio de Janeiro, ou Caixa Postal 205 K, São Paulo

Notícias à Volta do Mundo

Atravessamos uma época decisiva para a Humanidade. Os sucessos mais importantes, ocorridos nos quatro cantos do mundo, são apresentados diariamente no palpitante programa "RÁDIO-COMETA":

De New York—as notícias do último minuto, por Freitas Guimarães, e um sumário dos aspectos da guerra, pelos mais destacados peritos em assuntos militares.

De Washington—comentários dos assuntos mais momentosos do dia na capital dos Estados Unidos, por Alfredo Pessoa.

De Paris—um resumo das notícias importantes da Europa, por Marcelino Carvalho.

Do Extremo Oriente—reportagem da guerra no Pacífico, por Fernando de Sá.

Sintonizem os seus rádios, das 21,30 às 22,00 horas, para ouvir o programa RÁDIO-COMETA. Todos os dias, exceto aos domingos, nas estações

WRCA WCBX WGEA

Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo VIII, nº 44, setembro de 1945. P. 130.

Na primeira imagem, uma peça publicitária que, em seu texto, destaca a importância da informação para os ouvintes como orientadora para as ações do amanhã. O texto do anúncio destaca que “não pode haver uma paz estável se não houver uma compreensão mútua entre todos os povos”. Corroborando com o texto, a ilustração chama atenção ao apresentar

um círculo representando o globo terrestre com as bandeiras representando cada nação e dois casais. O casal da esquerda aparentando ser norte americano e o casal da esquerda, latino.

O anúncio faz parte do esforço do “Coordenador de Assuntos Inter-Americanos”, Birô Internacional, para difundir notícias favoráveis aos Estados Unidos por meio da rede de rádios WRCA, WCBX e WGEA no programa Radio-Cometa.

Os programas de rádio do Birô eram produzidos “na perspectiva do programa de guerra psicológica do governo americano” (MOURA, 1984, p. 21). Para evitar que se suspeitasse da influência do governo americano nessa propaganda, o anúncio aos jornais deveria ser feito pelas empresas de rádio diretamente. Foram contratados jornalistas brasileiros que adaptassem as notícias às necessidades e peculiaridades do país (MOURA, 1984, p. 21).

Imagem 14 – Anúncio Philco



Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo II, nº 10, novembro de 1942. P. 158.

A imagem 14, da fabricante de rádios *Philco Corporation*, chama a atenção pela ilustração: um círculo com um mapa representando o continente americano; o slogan “As Américas Unidas, Unidas Vencerão”, circundado por dois ramos, expressa a ideia de unidade

pan-americana, enquanto seu texto enfatiza o desejo de paz e expõe seu esforço para a liberdade e a vitória. Conforme o texto,

para assegurar o estabelecimento desta paz, os maiores fabricantes de rádio no mundo - a Philco Corporation - estão empregando seus vastos recursos e comprovada capacidade técnica na manufatura de partes vitais ao gigantesco conjunto de aeroplanos, tanques e armas mecanizadas.

Segundo o anunciante, com a paz assegurada voltará a fabricar os aparelhos de rádio, prometendo superação na qualidade de seus produtos. No final da página, vê-se a ilustração em miniatura de um tanque de guerra.

Ao mesmo tempo em que propagavam um discurso de união e paz entre os países americanos, os anúncios publicitários também apontavam inimigos comuns. Assim como os artigos que exibiam em sua temática críticas aos inimigos do Eixo e seus regimes antidemocráticos, os anúncios também evidenciavam a existência do inimigo comum que deveria receber a atenção dos países latino-americanos.

Entre 1942 e 1945, enquanto a guerra ocorria, o discurso de grande parte dos artigos estava centrado no combate ao nazismo principalmente. Os editores já selecionavam alguns artigos criticando a política comunista chinesa, como se pode observar na imagem 15.

Imagem 15 – Artigo “A sorte do mundo está em jogo na China”



Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest* Tomo VIII, nº 46 novembro de 1945, p. 71..

O artigo “A sorte do mundo está em jogo na China”, de Max Eastman e J. B. Powell, que demonstram suas preocupações com a influência soviética sobre a China e a crítica feita pelos comunistas à política externa norte-americana por meio de jornais oficiais.

O autor usa o recurso da divisão entre o “nós e eles”, ou seja, o mundo democrático, chamado pelo autor de “mundo livre”, e o mundo comunista que ceifa a liberdade em nome do regime. Até 1945 a revista poupava críticas ao regime soviético por conta do país exercer um papel importante ao lado dos aliados. Mas, terminada a guerra, à medida que o tempo passa, as atenções dos artigos se voltam sobre os problemas circunstanciais relacionados à Alemanha vencida e à nova ordem internacional, em que a União Soviética se desponha como rival. Contudo, ainda durante a guerra, além dos artigos, os anúncios publicitários eram emblemáticos ao direcionar a atenção do leitor para o “inimigo” comum.

O anúncio da RCA Victor, imagem 16, que mostra ao fundo uma fábrica, tem como título “Na Batalha da Produção” e, em primeiro plano da imagem, expressa a ideia de que a produção de guerra iria esmagar os principais líderes dos países do Eixo, representados por Hitler, Mussolini e o Imperador Hiroito.

O texto do anúncio busca evidenciar a coragem da RCA Victor que, por meio de seus gerentes, desde o início da guerra, esforçava-se para colocar a empresa em “pé-de-guerra”. Conforme o texto, a coordenação das comunicações é de alta relevância e “a defesa nacional está em primeiro lugar. Ao lado dela, nada mais nos parece importante”. Esse texto busca explicar para o leitor que a empresa estava trabalhando pela defesa da liberdade, e ressalta que todos os consumidores dos produtos da empresa, por meio de suas compras, contribuíram para que ela pudesse, mesmo em tempos de guerra, oferecer produtos de qualidade.

É possível notar na imagem a construção estereotipada dos líderes do Eixo, apontados como carrascos e tiranos, enquanto os norte-americanos são colocados como defensores da democracia, justiça e líderes da paz mundial.

Imagem 16 – Na Batalha da Produção



NA BATALHA DA PRODUÇÃO

Há mais de dois anos que os gerentes da RCA Victor vêm se esforçando para pôr a sua empresa em pé-de-guerra

Já em setembro de 1939, quando o macaréu sanguinolento do nazismo devastou a Polônia, a RCA Victor reconheceu imediatamente o papel que a sua utensilhagem viria a desempenhar numa guerra em que a rapidez e a coordenação das comunicações tinha tão alta importância. Foi esta uma das primeiras empresas a manufaturar materiais destinados a auxiliar as Nações Unidas, pelo sistema do arrendamento-empréstimo.

Quatro meses antes do ataque a Pearl Harbor, a RCA Victor dizia aos seus clientes: "Para a RCA Victor, a Defesa Nacional está em primeiro lugar. Ao lado dela, nada mais nos parece importante."

Atualmente, estamos trabalhando de dia e de noite para a defesa da liberdade. O material de rádio RCA Victor, as válvulas RCA e os instrumentos especiais de RCA Victor, estão-se batendo nas frentes de guerra.

Recebemos da Marinha de Guerra dos E. U. A. a invejada Flâmula "E"—emblema de excelência no labor pela defesa nacional—a mais alta honra que a Marinha dos Estados Unidos pode conferir a qualquer industrial.

V. S. tem a sua quota-parte nessa honra—e é digno de nossa gratidão. Porque V. S., e milhares de outros compradores Norte e Sul-Americanos dos produtos RCA Victor, tornaram possível, pelas suas compras do passado, a experiência e a qualidade da utensilhagem com que nós estamos hoje trabalhando.

Captem os programas RCA Victor de onda curta, emitidos pelas estações WRCA e WN8I—11.890 e 9.670 kcs.

RCA VICTOR

RCA MANUFACTURING COMPANY, INC., CAMDEN, N. J., E. U. A.

RCA Victor Brasileira-Caixa Postal 2726, Rio de Janeiro, Brasil

Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*. Outubro de 1942.

É necessário ressaltar que, por se tratar de uma empresa ligada ao setor de comunicações, a RCA Victor divulgava, em seus programas de rádio, imagens positivas dos Aliados, principalmente os norte-americanos, afirmando que eles se encontravam do lado do bem comum, enquanto os países do Eixo eram apresentados como anticristãos, militaristas, antidemocráticos, um inimigo a ser combatido.

Nesse mesmo sentido, o anúncio publicitário das empresas Lockheed Aircraft Corporation e Vega Aircraft Corporation - imagem 17- apresenta o sugestivo título "Caçando japoneses sem um só canhão", e por meio de narrativa de uma operação aérea exalta a

destreza de um caça de expedição de reconhecimento. Conforme o anúncio, o P-38 Lockheed Lightning, munido apenas com câmeras fotográficas, supera qualquer avião de caça inimigo.

Nota-se no anúncio a ideia de mostrar os japoneses como inimigos, ao mesmo tempo em que busca provocar no leitor o sentimento de confiança na superioridade da tecnologia testada e garantida pelas empresas. É importante salientar que as empresas não vendiam seus produtos no Brasil, mas estavam empenhadas no esforço de guerra e contribuíam para a imagem positiva dos Estados Unidos na América Latina por meio da política de boa vizinhança expressa na revista Seleções.

Há nos anúncios, representados nas imagens 16 e 17, a intenção de criar e exaltar as discrepâncias entre os ideais de democracia, liberdade e humanidade estadunidenses contra a censura, escravidão e atrocidades daqueles que, naquele momento, eram considerados inimigos e que precisavam ser combatidos, sempre almejando um futuro de paz e conforto nos moldes do modo de vida americano, que era pautado pelo consumo.

Imagem 17 – Caçando Japoneses



Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo III, nº 19, agosto de 1943. P. 143.

Visualizando um futuro promissor e de paz, a partir das inovações tecnológicas oriundas de pesquisas empenhadas nos esforços de guerra, a Westinghouse coloca um tom otimista do conflito em seu anúncio (imagem 18). O título “a guerra tem seu lado bom”, por ser o primeiro elemento a chamar a atenção, é sugestivo na medida em que leva o leitor a pensar no contexto da guerra onde há lados opostos, sendo bom, neste caso, o lado dos Aliados.

Imagem 18 – A guerra tem seu lado bom

Vejam o que oferece o futuro - em ELETRÔNICA

A guerra tem seu lado bom

Das cinzas da guerra começam a surgir maravilhas - coisas que prometem benefícios enormes à humanidade - como a *Eletrônica*, a ciência que virá iluminar no futuro os passos do gênero humano.

O trabalho será mais fácil, e mais agradável a existência; poderemos disfrutar de inúmeros confortos... Novos rádios, geladeiras, e muitos outros utensílios elétricos para o lar - todos simplificados e melhorados graças à *Eletrônica* - farão sobressair o gênio dos técnicos da Westinghouse, cujos triunfos no campo da *Eletrônica* metamorfosearão as calamidades da guerra em benefícios incontáveis, quando soar a hora da Paz.

A Westinghouse está sempre na vanguarda dos inventos e realizações destinados a transformar nossa vida futura. O labor de nossos cientistas - no domínio da *Eletrônica* e das *Matérias Plásticas* - dará ao mundo o fruto de tantas novidades já hoje postas em prática, de tantos progressos que já hoje são realidade. Quando tivermos ganho esta guerra, o distribuidor da Westinghouse oferecerá a V. S. uma infinidade de produtos que constituirão o melhor da vida moderna. No interm, todos os nossos esforços estarão concentrados na tarefa dos homens livres: alcançar a Vitória. Westinghouse Electric International Company, 40 Wall Street, Nova York, E. U. A.

Westinghouse
Estabelecida em 1886

"PRIMEIRA no Passado... PRIMEIRA no Futuro"

Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo III, nº 19, agosto de 1943. P. 158.

Numa observação mais atenta o anúncio mostra, na parte de baixo, a imagem de soldados em cenas de guerra, relacionando-os ao passado (cinzas); na parte de cima,

eletrodomésticos com aparência futurística para a época colocam as ações do presente da empresa como sendo um divisor de águas.

Conforme o anúncio, a eletrônica será a ciência que “virá a iluminar no futuro os passos do gênero humano”. No segundo parágrafo, o texto faz referência ao que apregoava o modo de vida americano: “O trabalho será mais fácil, mais agradável a existência; poderemos desfrutar de inúmeros confortos”.

O texto é otimista e aponta a guerra como uma questão vencida. O otimismo é atribuído à superioridade técnica e inventiva dos cientistas que colocam seus esforços na guerra e dessa “novidade” posta em prática nos campos de batalha “uma infinidade de produtos [...] constituirão a vida moderna”.

Os anúncios representados pelas imagens 17 e 18 foram veiculados pela revista Seleções em agosto de 1943. O exemplar traz 47 anúncios ou peças publicitárias. Desses, apenas nove anúncios não fazem menção ou referência à guerra; já dos 26 artigos, oito fazem referência ao conflito.

A análise desses números leva a interpretar a revista como um instrumento pedagógico dotado de uma estratégia de convencimento ao leitor de que a causa da guerra era dele também e que os seus esforços pessoais, mesmo que indiretamente por meio da economia de guerra, seriam recompensados.

As imagens 19 e 20 conscientizam o leitor/consumidor a usar de forma responsável seus respectivos produtos.

Imagem 19 – Anúncio “Pneus Goodyear”



Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo III, nº 19, agosto de 1943. P. 142.

Na peça publicitária da Goodyear, o desenho da mão indica o sinal de “Pare” ao mesmo tempo em que informa que a velocidade causa aquecimento aos pneus e desgaste, sugerindo que o consumidor reduza a velocidade para “ganhar quilometragem”. As pontas dos dedos indicam cinco dicas para economizá-los e aconselha que o consumidor peça ao revendedor o livreto “como economizar os pneus”.

Não há de forma direta nenhuma menção à guerra, mas, por conta do contexto do anúncio e também do detalhe - uma representação do mapa da América com a expressão “Unidos hoje, unidos sempre” - torna-se possível concluir a intenção do anúncio de racionamento.

A ideia de racionamento é mais clara no anúncio da Esso (imagem 20), que em seu *slogan* diz “Petróleo é munição, use-o com parcimônia”. Em seu texto o anúncio enfatiza a posição privilegiada do Brasil, se comparado a muitos outros, e afirma que nos Estados Unidos, “terra do petróleo, o racionamento veio (sic) não só muito antes como mais severo”. Por fim, aponta que está “fazendo tudo ao seu alcance {...} para dar um remédio à situação”.

Imagem 20 – Petróleo é munição



Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo II, nº 19, novembro de 1942. P. 131.

Próximo à logomarca, um texto em letras pequenas apela para que o leitor ouça o “Reporter Esso”, programa diário que era veiculado na Rádio Nacional, do Rio de Janeiro, na Record, de São Paulo, entre outras. O programa estreou em agosto de 1941, poucos dias antes do Brasil entrar na Segunda Guerra Mundial e sua última edição ocorreu em 31 de dezembro de 1968; o programa era patrocinado pela *Standart Oil Company of Brasil*, conhecida apenas como Esso do Brasil (AGUIAR, 2007, p. 117).

O anúncio apresenta as figuras de três veículos bélicos: um avião de guerra, um tanque e um navio, por fim, um carro de passeio. Há uma clara associação dos veículos de guerra, do carro com a utilização de combustível. O *slogan* ressalta a necessidade de economizar combustível. Os brasileiros precisavam racionar a utilização de gasolina assim como já faziam os norte-americanos.

Nessa peça publicitária, fica visível a atuação pedagógica da empresa explicando as necessidades de se poupar combustível em tempos de guerra, ao mesmo tempo, promove a mobilização de civis, mostrando sua importância no contexto da guerra. Mesmo não estando no *front*, suas ações colaborativas no cotidiano são importantes.

Imagem 21 –Por que lutamos?



Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo III, nº 20, setembro de 1943. P. 145.

Outra peça publicitária que dissemina valores e busca relacionar as ações colaborativas dos civis às ações militares como sendo importantes no contexto da guerra é o anúncio da fabricante de pneus *United States Rubber Export Co. Ltd.*

Na imagem 21, a ilustração destaca, na parte superior, um soldado, um mecânico (ou operário) e um agricultor, funções perceptíveis pelos instrumentos que estão portando. Abaixo, um globo em que aparece uma representação da América, destacando a América do Sul. À frente da ilustração, em um pergaminho, um texto onde se lê:

Por Que Lutamos?

Lutamos para que haja liberdade no mundo...

Para que os homens sejam e se sintam LIVRES...

LIVRES para a prática de sua religião...

LIVRES para expressar suas idéias e opiniões...

LIVRES da miséria econômica...

LIVRES de todo temor de opressão...

Lutamos para preservar a dignidade humana...
 Para abater a prepotência bestial que se ergue
 Contra todos! Lutamos para favorecer o verdadeiro
 Progresso, para estabelecer a igualdade de direitos
 ... concórdia e fraternidade entre os povos!
 United States Rubber ExportCo.,Ltd.
 Fabricantes dos pneumáticos Royal

A ilustração apela para a ideia de união de diferentes pessoas, com ocupações diferentes, civis ou militares, em torno de um objetivo comum, ao mesmo tempo, forja um sentimento de pertencimento pan-americano ao relacionar o globo terrestre com destaque para a América Latina.

O discurso prega a liberdade como objetivo comum. Liberdade de religião de expressão, econômica. Apesar de não citar quem é o inimigo contra quem lutam, o texto leva a presumir que há um inimigo contra quem lutar, e que esse inimigo pratica a violação de direitos, o retrocesso e a discórdia. Por isso é preciso lutar a favor do “verdadeiro progresso, para estabelecer a igualdade de direitos... concórdia e fraternidade entre os povos”.

O discurso suprime uma prática, ou seja, nos Estados Unidos, ao mesmo tempo em que se propagava o ideal de liberdade (como do anúncio), existia uma desigualdade bastante expressiva, em alguns Estados federados a segregação que por si só contrastava com o discurso.

Numa complementação textual abaixo da logomarca, a empresa expressa seu esforço e dedicação para com as Nações Unidas, justificando-se pela falta de seu produto no mercado para uso civil.

O discurso do texto explicita os valores propagados pela política de boa vizinhança e, ao declarar que luta pela liberdade, torna evidente que os países que fazem parte do Eixo praticam diversas formas de violação de direitos, tornando-se um inimigo a ser combatido, uma “prepotência bestial que se ergue contra todos”.

Diante do exposto, é evidente que, entre anúncios publicitários e artigos, a revista *Seleções do Reader's Digest* cumpriu um papel fundamental no contexto da Segunda Guerra Mundial e da política de boa vizinhança, difundindo valores, induzindo os indivíduos a se identificarem com as ideologias, as posições e as representações sociais e políticas dominantes.

Retomando Kellner quando trata do aspecto pedagógico da mídia, é possível afirmar que Seleções produziu e disseminou, num determinado espaço e momento histórico, estereótipos, heróis e inimigos que foram sendo incorporados no inconsciente coletivo. Mais do que isso, o discurso impresso nas páginas de Seleções também ensinava padrões de comportamento.

Numa análise mais apurada é possível perceber a definição dos papéis atribuídos aos homens e às mulheres; percebem-se nela também, ante a constatação do estereótipo latino representado nas ilustrações dos anúncios, as questões que envolvem os temas raça e classe. Daí a necessidade de abordar em sala de aula para análise e discussão os temas Gênero, Raça e Classe a partir das representações nos artigos e anúncios de Seleções.

3.2.2 *Gênero, Raça e Classe*

Desde 2007, a Secretaria Estadual de Educação do Estado do Paraná passou a contar com a Coordenação dos Desafios Educacionais Contemporâneos (CDEC), que faz parte do Departamento da Diversidade (DEDI), órgão criado para dar suporte às escolas estaduais no enfrentamento dos desafios que permeiam o processo educacional.

Conforme o departamento, Desafios Educacionais Contemporâneos são

demandas que se inserem nas diferentes disciplinas do currículo, muitas vezes oriundas dos movimentos sociais e, por isso, presentes na sociedade contemporânea. São de relevância para a comunidade escolar pois estão presentes nas experiências, práticas, representações e identidades de educandos e educadores (CDEC/DEDI, 2007).

Inserem-se nesses desafios a Educação Ambiental, Educação Fiscal, enfrentamento à violência nas escolas, História e Cultura Afro-Brasileira, Africana e Indígena, prevenção ao uso de drogas e sexualidade.

Apesar das lutas travadas pela igualdade de gênero, étnico-racial e também pelo respeito à diversidade ao longo do século XX e início do século XXI, há um predomínio de atitudes e convenções sociais discriminatórias em todas as sociedades; essa já realidade é persistente e naturalizada.

Nesse contexto, somente as leis não bastam para garantir direitos, respeito e valorização, é necessária a transformação de mentalidades e práticas. Daí o papel das disciplinas escolares para a estruturação de ações que promovam a discussão desses temas, motivando a reflexão e contribuindo para a superação e eliminação de qualquer tratamento preconceituoso.

O objetivo do ensino de História na Educação Básica é desenvolver a capacidade de analisar a sociedade de forma crítica e autônoma. Para que isso ocorra é necessária a aproximação com a cultura juvenil, problematizando aquilo que lhe dá um sentido de pertencimento (BITTENCOURT, 2017, p. 7).

O Referencial Curricular do Paraná afirma que os estudantes que constituem a escola atual são fruto de seu tempo histórico; suas experiências cotidianas refletem a sociedade contemporânea, expressam a cultura vigente, com rituais, imagens e códigos comunicativos, com sentidos e significados condizentes com a sociedade em que estão inseridos. Esses sujeitos também se constroem nas relações sociais que acontecem no ambiente escolar (CONSED/UNDIME, 2018, p. 17).

Guacira Lopes Louro (2000), em seu livro *Pedagogia da Sexualidade*, afirma que

É [...] no âmbito da cultura e da história que se definem as identidades sociais (todas elas e não apenas as identidades sexuais e de gênero, mas também as identidades de raça, de nacionalidade, de classe, etc). Essas múltiplas e distintas identidades constituem os sujeitos, na medida em que esses são interpelados a partir de diferentes situações, instituições ou agrupamentos sociais. Reconhecer-se numa identidade supõe, pois, responder afirmativamente a uma interpelação e estabelecer um sentido de pertencimento a um grupo social de referência (LOURO, 2000, p. 6).

Para a autora “nossos corpos constituem-se na referência que ancora, por força, a identidade” (LOURO, 2000, p. 8). Do corpo se deduz uma identidade de gênero, sexual, étnica, o que é por vezes uma dedução equivocada. Os corpos são significados pela cultura como uma marca definidora de identidade e, continuamente, alterados por ela. Por imposições culturais se constroem os corpos de modo a adequá-los aos critérios estéticos, higiênicos, morais dos grupos aos quais pertencem (LOURO, 2000, p. 8).

As imposições de saúde, vigor, vitalidade, juventude, beleza, força são distintamente significadas, nas mais variadas culturas e são também, nas distintas culturas, diferentemente atribuídas aos corpos de homens ou de mulheres. Através de muitos processos, de cuidados físicos, exercícios, roupas, aromas, adornos, inscrevemos nos corpos marcas de identidades e, consequentemente, de diferenciação. Treinamos nossos sentidos para perceber e decodificar essas marcas e aprendemos a classificar os sujeitos pelas formas como eles se apresentam corporalmente, pelos comportamentos e gestos que empregam e pelas várias formas que se expressam (LOURO, 2000, p. 9).

Ao estabelecer a forma como os corpos são moldados pela cultura, Louro desvenda como os corpos são educados para uma sexualidade “normal”, que, enquanto norma, estabelece papéis que vão marcar os sujeitos, definindo o masculino e o feminino. Para que essas marcas se efetivem, a família, a escola, a mídia, a igreja participam dessa produção.

“Todas essas instâncias realizam uma pedagogia, fazem investimentos que [...] aparecem de forma articulada, reiterando identidades e práticas hegemônicas enquanto subordinada, nega ou recusa outras identidades e práticas” (LOURO, 2000, p. 16).

Tendo a mídia como foco, e em seu bojo a atuação da revista *Seleções do Reader's Digest*, esta pesquisa propôs também o uso de peças publicitárias como fonte no ensino de História, visando desnaturalizar as representações sociais e buscando contribuir para problematizar os estereótipos e as relações de gênero, raça e classe.

O uso das peças publicitárias disponíveis na revista *Seleções* como documento em sala de aula é uma possibilidade interessante. Por serem comuns no cotidiano dos estudantes, as peças publicitárias são mais familiares do que outras fontes e podem ser analisadas a partir do contexto histórico em que foram produzidas.

Além disso, como já apontado anteriormente, a revista disseminava os valores do *american way of life*, que pregavam a modernidade e ser “moderno” significava seguir esse modelo.

A norma estabelecida pelo modo de vida americano e disseminada por *Seleções* que figura ainda hoje em nossa sociedade remete ao homem branco, heterossexual, de classe média urbana e cristão. Conforme Louro, os outros sujeitos sociais que, por não se enquadrarem nessas normas, serão “marcados”, que definirão e serão denominados a partir dessa referência (LOURO, 2000, p. 9).

Assim, ao analisar a revista *Seleções*, percebe-se como são representados os sujeitos (homens e mulheres) e como as questões de raça são imperceptíveis ou ausentes no contexto da produção do periódico, tornando possível, mesmo assim, apontar algumas conclusões.

Ao tomar a representação da mulher em *Seleções*, Lérica Gherardini Malagueta Marcondes de Mello (2013) afirma que há duas linhas contraditórias ao representá-la. Por um lado, é o “sexo frágil”, em outro, passa a ser utilizada como arma estratégica de guerra; é mulher independente que dirige e administra seu próprio carro e é vulnerável na relação com um mecânico de carro, por exemplo. “É notória a linha condutora do discurso que [...] ressalta a posição feminina independente, forte e lutadora entrando em contradição com os valores socialmente aceitos em que o papel da mulher se limite a ambiente privado” (MELLO, 2013, p. 8).

Imagem 22 – Anúncio Pond's: Impera a Beleza na América do Sul



Brasil

Dona Noêmia Prado Rubião

Chile

Señora Pila Subercaseaux

Argentina

Señorita Ana Rosa Martínez Guerrero

Impera a Beleza
na América do Sul!

Graciosas figuras do Brasil, da Argentina e do Chile — simbolizando a beleza da mulher sul-americana!

DONA Noêmia Prado Rubião, nome dos mais distintos da sociedade brasileira; Señorita Ana Rosa Martínez Guerrero, destacadada figura dos meios sociais da Argentina e Señora Pila Subercaseaux, formosa dama da elite chilena, tôdas observam o mesmo tratamento de beleza dos 2 Cremes Pond's. Ei-lo:

1. Aplique *Cold Cream Pond's* no rosto e no pescoço. Retire-o. Para amaciar a cútis, aplique mais uma camada.
2. Antes de fazer a «maquillage», use o *Crema Evanescente Pond's*, que, além de proteger a cútis contra a ação do sol e do vento, conserva o pó de arroz horas seguidas.

AMOSTRA GRÁTIS: Queira enviar-nos o coupon acompanhado de Cr. \$1,00 para as despesas de remessa de uma amostra grátis dos 2 Cremes Pond's.

JOHNSON & JOHNSON DO BRASIL,
Avenida do Estado, 5.537 — São Paulo 2-1111-25

Nome

Rua

Cidade Estado

Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, setembro de 1943. Tomo IV, nº 20, p. 148.

O anúncio do creme Pond's - imagem 22 - mostra três fotografias de mulheres em preto e branco, representando a beleza sul-americana, do Brasil, Argentina e Chile. O anúncio faz uma aproximação identitária dos três países ao relacionar as mulheres, destaques da elite, ao hábito comum do uso do creme.

Imagem 23 – Anúncio Creme Pond's: Mulheres que podem escolher



SENHORAS da mais fina sociedade de todo o mundo — que podem escolher qualquer tratamento para a *cútis*, sem considerar preço — elegeram o método dos 2 Cremes Pond's. Eis o valioso testemunho da Sra. Nelia R. S. Alves de Lima, da melhor sociedade brasileira: «O método Pond's de 2 cremes é a garantia da beleza e do aveludado de minha *cútis*». Siga, também, este método:

1. Aplique *Cold Cream Pond's* no rosto e no colo. Retire-o em seguida. Para amaciar a *cútis*, aplique mais uma camada.
2. Antes de fazer a «maquiagem», use o *Creme Evanescente Pond's*, que protege a *cútis* contra o sol e o vento, e conserva o pó-de-arroz horas seguidas.

Esteja entre as mulheres mais lindas do mundo: use o método Pond's dos 2 Cremes.

SRA. NELIA R. S. ALVES DE LIMA

*Mulheres que podem escolher
elegeram os Cremes Pond's!*

AMOSTRA GRATIS: — Queira enviar-nos o coupon, acompanhado de Cr. \$1,00 para despesa de remessa de uma amostra dos 2 Cremes Pond's.
JOHNSON & JOHNSON DO BRASIL
Caixa Postal 2638 — São Paulo 3-TTTT-25

Nome.....
Rua.....
Cidade.....
Estado.....



J. W. T.

Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, setembro de 1943. Tomo IV, nº 20, p. 148.

Conforme se pode observar, tanto na imagem 22 quanto na imagem 23, os anúncios são direcionados a um público específico, formado por uma elite, com poder aquisitivo maior. O enunciado do anúncio da imagem 23 revela que “Mulheres que podem escolher elegeram os Cremes Pond's!”. A primeira parte do texto do anúncio completa a ideia lançada pelo enunciado: “Senhoras da mais fina sociedade de todo o mundo - que podem escolher qualquer tratamento para a *cútis* sem considerar o preço - elegeram o método dos dois cremes Pond's”.

As fotografias dos dois anúncios em questão representam as mulheres num misto de estrelas de cinema com dona de casa moderna que preza pelo conforto.

De modo geral, os anúncios publicitários atribuíam papéis específicos para homens e mulheres. Enquanto os homens eram representados como provedores do lar, ativos, retratados em posição de comando em ambientes totalmente controlados por eles, as mulheres eram representadas como esposas/mães ideais, passivas e complementares aos homens.

Apesar de conquistar espaço no mercado de trabalho, os anúncios de produtos de limpeza, panelas, eletrodomésticos ainda eram direcionados para ela. Os anúncios precisavam convencer a mulher que trabalhava fora e queria mais autonomia e também a que desejava ser moderna mesmo cuidando da casa, dos filhos e maridos (JASKIU, 2018, p. 58).

Imagem 24 – Anúncio Esso: “A segurança começa aqui”



A Segurança Começa Aqui

Conservar a família em segurança e feliz é a aspiração de todos. Hoje isto envolve comodidades e bem estar desconhecidas da geração passada.

Agora as tarefas caseiras são largamente facilitadas pelo petróleo. O próprio gás comum de cozinha dificilmente poderia ser fabricado sem o petróleo. E' ele usado para aquecer a água para o banho do bebê, para iluminar e cozinhar.

O petróleo é essencial na fabricação e distribuição de materiais de construção, e como solvente na fabricação de tintas. Deste e de muitos outros modos, o petróleo torna os lares mais confortáveis e seguros.

O espírito de iniciativa da livre concorrência desenvolve continuamente novas maneiras de tornar o petróleo mais útil a mais pessoas.

O petróleo auxilia a tornar a vida melhor.

UM SÍMBOLO DE SERVIÇO **Esso** UM SÍMBOLO DE QUALIDADE

STANDARD OIL COMPANY
(of Brazil)

Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, abril de 1948. Tomo XII, nº 55, p. 152.

O modelo de família representado nos anúncios da revista era o da família burguesa branca, um sólido ambiente familiar, lar acolhedor, filhos educados, esposa dedicada, com boa reputação, prendada, enquanto o homem, para ser um bom marido, deveria ser honesto, trabalhador, capaz de manter a família com conforto.

No anúncio da Esso é colocada em evidência a relação entre a família estruturada e a ideia de segurança. A ilustração representa uma família em que a mulher branca, de joelhos, libera a criança para ir ao encontro do pai, que acaba de chegar. O conforto do lar ganha contornos de segurança com a presença masculina.

Com o título “A Segurança Começa Aqui”, o texto do anúncio complementa a ideia de conforto e facilidades proporcionadas pelo petróleo. “Conservar a família em segurança e feliz é a aspiração de todos. Hoje isto envolve comodidade e bem estar desconhecido da geração passada. Agora as tarefas caseiras são largamente facilitadas pelo petróleo”.

Na sequência, o texto elenca uma série de benefícios proporcionados pelos derivados do petróleo. Por fim, exalta a livre concorrência, característica do mercado capitalista, como fator de desenvolvimento para tornar a vida melhor.

O anúncio expõe um modelo de família que não correspondia à realidade das camadas populares, mas que era o ideal a ser conquistado, com segurança, conforto, ancorado na modernidade e que, ao mesmo tempo, delimita o espaço destinado aos homens e às mulheres.

Na imagem 25, o anúncio da General Electric apela para a modernização do lar, relacionando-o ao papel da mulher para que isso se concretizasse. Com o título “Modernize seu Lar” o anunciante sugere, “Como mulher que se orgulha de seu lar, V. S. há de querer possuir algum dia uma casa com melhoramentos mais modernos. Comece pela cozinha. Embeleze-a com os utensílios elétricos G. E. São tão úteis, tão higiênicos, tão modernos...!”. Há no texto a clara vinculação da mulher ao lar e às tarefas domésticas, principalmente à cozinha.

Os anúncios direcionados às mulheres retratavam o seu cotidiano; os produtos oferecidos a elas estavam ligados à sua realidade. Ao analisar as imagens, é possível concluir que a elas cabiam muitas decisões de gastos diários, produtos alimentícios, higiênicos, remédios. Ao mesmo tempo, a propaganda se utilizou da imagem feminina para vender produtos para os homens. “Esse fato marcou a presença da mulher na maioria dos anúncios publicitários que exploravam sua imagem de mãe, que comprava os produtos para sua família, quanto sua imagem como objeto erotizador do produto” (AZAMBUJA, 2006, p. 86).

Imagem 25 – Anúncio General Electric: “Embeleze seu lar”



MODERNIZE SEU LAR

**Comece pelos utensílios
elétricos da cozinha**

Como mulher que se orgulha de seu lar, V. S. há de querer possuir algum dia uma casa com os melhoramentos mais modernos. Comece pela cozinha. Embeleze-a com os utensílios elétricos G.E. São tão úteis, tão higiênicos, tão modernos...! E lembre-se de que o monograma G.E representa, agora como sempre, suprema qualidade.

42°B1140HJA

Produtos da General Electric Co. dos E. U. A.

GENERAL  ELECTRIC

Rio de Janeiro • São Paulo • Recife • Salvador • Curitiba • Porto Alegre

Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, maio de 1945. Tomo VII, nº 40, p. 142.

Tendo em vista que a revista *Seleções* tinha como alvo um público específico formado por uma classe média, branca e cristã, os anúncios refletiam, em suas ilustrações e em seus textos, o modelo ideal de consumidor ao mesmo tempo em que despertava no consumidor, que muitas vezes não tinha os atributos representados, o desejo de atingir o status idealizado e veiculado na revista.

Aqui, retomando Moscovici (2015), ocorre o processo de naturalização de usos e costumes difundidos nos anúncios que pode ser entendido quando o leitor/consumidor se vê representado naquele personagem e/ou mensagem, ancora o produto desconhecido na imagem que construiu sobre si mesmo e o transforma em prática.

Imagem 26 – Anúncio Johnson & Johnson: “Conversa entre mulheres”.

Conversa entre mulheres...

Meu Deus, V. não imagina que cara a empregada fez quando lhe dei minhas toalhinhas para lavar! Fiquei tão constrangida!

Pudera! Por que V. não adota logo os absorventes **Modess**! Não terá este problema e são tão mais higiênicos e seguros!

Modess

UM PRODUTO
Johnson & Johnson

GRÁTIS!
Queira me enviar, gratuitamente, um exemplar do livrinho "Ser quase mulher... e ser feliz", e 2 amostras de Modess, para o que estou remetendo Cr\$ 2,00 para porte registrado.

ANITA GALVÃO Consultora Feminina da Johnson & Johnson
Cx. Postal, 5030 - S. Paulo 1-HHH-25

Nome: Idade:
Rua: N.º:
Cidade: Estado:
*Escreva com letra bem legível
(Sentimos não poder atender pedidos vindos de fora do Brasil)*

Fonte: Revista Seleções do Reader's Digest, dezembro de 1949, Tomo XVI, nº 95. p. 6.

Ao representar e buscar atingir um determinado público, automaticamente, os anúncios e artigos de Seleções promoviam o apagamento de outros grupos de pessoas que, na realidade, constituíam uma maioria da população no Brasil do período do qual esta pesquisa se ocupa. Onde estava o negro nos artigos e anúncios? Onde estava o pobre? Onde estava a mulher negra e pobre?

Na imagem 26, as personagens conversam e citam a empregada, que não aparece na ilustração. A ausência da empregada no anúncio não impede que se tenha noção de qual grupo social venha a pertencer e qual a cor de sua pele, principalmente se levado em consideração o Brasil dos anos 1940. O anúncio possibilita a discussão de gênero, por meio de sua intersecção com raça e classe.

Até os anos 1970, perdurava nos movimentos feministas a ideia de que o patriarcado e a dominação masculina colocavam mulheres de culturas e classes sociais diversas em uma mesma situação. Foram as feministas negras que, no final da década de 1970, criticaram o feminismo branco, de classe média e heteronormativo. Em contraponto, as lutas sociais deveriam considerar as diferentes identidades, as interseções de raça, de gênero, de classe e de sexualidades (SILVA, 2016, p. 340).

A escritora e feminista negra estadunidense bell hooks³ (2013) argumenta que as mulheres brancas e de classes mais altas confinaram-se no espaço doméstico como uma forma de recusa à execução de trabalhos normalmente realizados por mulheres negras e de classes populares. Ela destaca ainda que a emancipação de mulheres brancas ocidentais esteve atrelada à subordinação da massa de mulheres de países em desenvolvimento (HOOKS, 2013, p. 85). Um exemplo dessa fala é a necessidade de usar o trabalho de mulheres negras como domésticas e em funções de cuidado como condição para que mulheres brancas e de classes privilegiadas possam ter sua liberdade de trabalhar fora de casa (SILVA, 2016, p. 341).

As críticas de bell hooks devem muito a outra escritora negra estadunidense, Angela Davis, que fez parte do grupo Panteras Negras, movimento de orientação socialista em defesa dos direitos dos negros. Feminista e socialista, Davis escreveu um dos livros – *Mulheres, Raça e Classe* - que mais chamaram a atenção para a condição específica da mulher negra, geralmente renegada nos próprios movimentos feministas, como o das sufragistas. A filósofa, no entanto, acredita que algumas situações aproximaram as mulheres negras das brancas, como a luta pela educação. Ler e escrever era, então, uma forma de resistência (SILVA, 2016, p. 341).

³ bell hooks, pseudônimo de Gloria Jean Watkins, grafado com letras minúsculas, com objetivo de reforçar o conteúdo de suas obras em detrimento da autoria.

Conforme Pereira,

A difusão contínua e exclusiva do modo de vida americano e a ignorância ou desqualificação dos costumes e tradições locais ou regionais, também era outra expressão de intolerância cultural, praticada pela revista mundo afora. Ao propagar o ideal do *american way of life* - um dos componentes do americanismo -, divulgava-se para o mundo um modo de vida que imprimia, na consciência social, a crença de que somente pessoas que vivessem dessa maneira seriam capazes de atitudes e ações nobres, dignas de heróis comuns. E consequentemente, esses indivíduos poderiam galgar extratos mais elevados da sociedade. Neste sentido, Seleções contribuía com o imperialismo norte-americano com formas de intolerância moral e ética (PEREIRA, 2006, p. 12).

A difusão prescritiva de um modo de vida ideal feita pela revista Seleções evidencia uma hierarquia social exclusiva, que valoriza determinados padrões de comportamento, de valores em consonância com o modo de vida americano, em detrimento de outros relacionados com aspectos locais, exóticos que acabam sendo estereotipados em suas representações.

A revista imprimia valores americanizados de democracia, associados aos heróis americanos; de progressivismo, ligado ao racionalismo, à ideia de um mundo de abundância que enaltecia o homem enérgico e livre, capaz de transformar o mundo natural (TOTA, 2000, p. 19).

Desta forma, eram o protagonismo norte-americano e a liderança dos desbravadores aliados à promessa de transformação da natureza selvagem em um mundo de progresso, segurança e conforto que acabavam sendo ressaltados nos artigos e anúncios de Seleções. Daí a ausência nos anúncios publicitários de grupos e indivíduos que não condiziam com os padrões estabelecidos.

O anúncio da Coca-Cola (imagem 26), de fevereiro de 1944, mostra um casal bebendo o refrigerante no alto de um mirante na cidade do Rio de Janeiro, ambos brancos, desfrutando momentos de lazer, ele tem o braço esquerdo apoiado no ombro dela, demonstrando certa intimidade.

Assim como outros anúncios da Coca-Cola já citados anteriormente, a peça publicitária em questão representa personagens com traços latinos, com roupas que remetem a um determinado padrão social que não correspondia à grande maioria da população brasileira.

Imagem 27 – Coca-Cola

O Convite Universal

“TOMEMOS UMA COCA-COLA”



Vista da baía e da cidade do Rio de Janeiro

Os brasileiros têm uma nova maneira de dizer: “Como vai, amigo?” O convite cordial que se ouve tantas vezes é: “Tomemos uma Coca-Cola”. Todo o mundo já verificou que a “Coca-Cola” possui um sabor delicioso e uma qualidade que inspira confiança. Eis porque *a pausa que refresca* com uma “Coca-Cola” bem gelada se tornou um costume geral entre amigos.

COPYRIGHT 1944 BY THE COCA-COLA COMPANY
PROPRIEDADE LITERÁRIA E ARTÍSTICA-RESERVADA



UNIDOS HOJE
UNIDOS SEMPRE

Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, fevereiro de 1944. Tomo V, nº 25, p. 143.

Considerando o contexto histórico da época, os outros atores sociais ausentes nesses anúncios, principalmente os negros, ainda lutavam por sua inserção no mundo cultural onde era marginalizado, pois ainda imperava no Brasil um imaginário de condição submissa e subalterna do negro (DOMINGUES, 2008, p. 72).

Imagem 28 – As Lanchas Higgins



Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, setembro de 1944. Tomo VI, nº 32, p. 139.

Na imagem 27 – uma propaganda das Lanchas Higgins - temos duas ilustrações: uma representando o presente (da publicação), com a lancha inserida num contexto guerra, com o tanque de guerra sendo descarregado direto para o campo de batalha; na outra, representando um futuro próximo, a lancha inserida num mesmo território que serviu como campo de batalha, agora como local onde se pratica o comércio.

É importante notar os papéis desempenhados pelos personagens das ilustrações. Na primeira, no contexto da guerra, são representados soldados, todos aparentemente iguais devido às fardas e ao objetivo que era lutar contra um inimigo comum. Na segunda imagem há uma diferença sutil entre os personagens; dois homens brancos, em posição de comando, tomando decisões, representados com camisa, e paletó, e outros cinco homens, negros, com camisetas sem mangas ou com o tórax desnudo, como subalternos, desempenhando funções servis.

No canto, à direita, na parte inferior, junto à logomarca está uma referência à cidade de Nova Orleans enaltecida como “fulcro das Américas”, ou seja, referenciando a cidade estadunidense como sendo o ponto de apoio das Américas.

Imagem 29 – Servel, Inc



*Ajudando a Conseguir Quinino
para os que Combatem nas Selvas*

HOJE, nas altas montanhas vulcânicas dos Andes, trabalha ativamente um exército de trabalhadores e de cientistas, colhendo a casca da árvore chamada cinchona para o fabrico do quinino, do qual há premente necessidade afim de que os combatentes, atualmente nas selvas do Pacífico, possam dominar a malária.

Para alcançar a região montanhosa onde se colhe a melhor “casca da malária,” os trabalhadores e os cientistas têm de vencer os maiores obstáculos e instalar seus acampamentos no coração da mata. Do seu equipamento complexo, fazem parte essencial os Refrigeradores Servel.

Servel. De trem ou carro de boi, os refrigeradores são transportados até os mais longínquos destacamentos, onde permitem que se conservem remédios e alimentos.

Os Refrigeradores Servel foram escolhidos para tal tarefa justamente porque podem ser levados a qualquer lugar, e funcionam com perfeição, não importa onde. Hoje, há milhares de Servels dando sua contribuição ao esforço de guerra das Nações Unidas, em todos os pontos do globo. E, nos lares e hospitais das Américas, funcionam atualmente mais de dois milhões desses refrigeradores.

SERVEL, Inc. 

Departamento de Exportação
51 East 42nd St., New York 17, N.Y.
E.U.A.

FABRICANTES DAS GELADEIRAS SERVEL A QUEROSENE E A GÁS

Em outra peça publicitária - imagem 28 -, também de setembro de 1944, da fabricante de geladeiras a querosene e a gás, Servel, a empresa ressalta a importância e utilidade de seu produto para a guerra devido ao fato de poder ser utilizado sem a necessidade de energia elétrica. Em sua ilustração, vê-se, em primeiro plano, um homem negro, sem camisa, desempenhando uma tarefa de extração da casca de uma árvore chamada cinchona, usada para a fabricação de quinino, um alcaloide que tem funções antimaláricas. Mais adiante, um homem branco, trajando camisa e calças confortáveis, aparentemente dando ordens a outro homem que move a geladeira de sua embalagem.

Tanto na imagem 27, quanto na imagem 28, presume-se a ideia de hierarquia social do homem branco, civilizado, sobre o homem negro, mestiço e servil que vai tendo seu ambiente natural domesticado pela modernização e progresso, fruto da “boa vontade” do vizinho norte-americano.

Os apontamentos feitos até o momento sobre as diversas imagens expostas nessa pesquisa respaldam a iniciativa de construir novos materiais pedagógicos que rompam a fronteira do livro didático e permitam novas possibilidades. O objetivo não rechaçar ou abolir o livro didático, que é ainda a única alternativa em muitas realidades, tanto de alunos quanto de professores. Mas, permitir que a ele sejam somados novos documentos que permitam aos estudantes perceber outras histórias que estejam entrelaçadas com suas experiências pessoais ou as experiências do seu próprio tempo.

Dessa forma, na sequência, apresento o material didático que preparei a partir das narrativas e representações da Revista Seleções do *Reader's Digest*.

Analisar esse material permite ao/a professor/professora desenvolver com os/as estudantes a ideia de que comportamentos, costumes, relações políticas e sociais são construções, e ao se materializar por meio das diversas mídias trazem representações dos grupos que a criaram, com seus valores e visões de mundo.

Esse caderno didático está estruturado em quatro eixos temáticos, que por sua vez são divididos em temas. Cada eixo é precedido por textos introdutórios com definição de conceitos; cada tema está acompanhado por encaminhamentos metodológicos, sugestões de endereços eletrônicos e vídeos para aprofundamentos temáticos, discussões e debates.

Os Eixos Temáticos são: Eixo 1: Nazismo; Eixo 2: Política de “Boa Vizinhança e esforço de guerra; Eixo 3: Comunismo; e Eixo 4: Gênero, Raça e Classe.

História em Revista

APRESENTAÇÃO	106
SELEÇÕES VAI À SALA DE AULA: CONHECENDO A REVISTA	109
EIXO 1- NAZISMO	111
Introdução ao Eixo 1	112
NAZISMO E EDUCAÇÃO.....	114
A SACRALIZAÇÃO DO NAZISMO	121
NAZISMO E OS JUDEUS	126
NAZISMO E COMUNICAÇÃO	132
EIXO 2 - POLÍTICA DE BOA VIZINHANÇA E ESFORÇO DE GUERRA	136
Introdução ao Eixo 2	137
QUEM SÃO OS INIMIGOS?	140
POLÍTICA DE “BOA VIZINHANÇA”.....	144
POLÍTICA DE “BOA VIZINHANÇA” E ESFORÇO DE GUERRA.....	150
EIXO 3 – COMUNISMO	157
Introdução ao Eixo 3	158
O COMUNISMO SOB SUSPEITA	160
EIXO 4 – REPRESENTAÇÃO DE GÊNERO, RAÇA E CLASSE.....	169
Introdução ao Eixo 4	170
RAINHA DO LAR.....	173
MODERNA E DECIDIDA.....	179
RAÇA.....	186
GÊNERO, RAÇA E CLASSE.....	194
CONCLUSÕES.....	203
REFERÊNCIAS.....	204

APRESENTAÇÃO

Este material paradidático foi elaborado como requisito básico do Programa de Mestrado Profissional de História, ProfHistória, com o objetivo dar suporte aos professores de História do Ensino Médio para aprofundar temas, muitas vezes tratados de formas superficiais nos livros didáticos. Oportuniza ao professor levar para as aulas de história fontes documentais que propiciem aos estudantes a oportunidade de construir sua competência leitora.

A escolha por trabalhar artigos e peças publicitárias como documento em sala de aula se deve à sua aproximação com o cotidiano dos estudantes, e podem ser analisadas por vários aspectos, considerando seu valor de produção e representação de um determinado contexto histórico.

O uso de periódicos, jornais, revista para a produção de narrativas históricas é recente. Até a década de 1970 eram poucos os trabalhos que se valiam de jornais e revistas como fonte de conhecimento da História do Brasil. Com a renovação temática que incluíam o inconsciente, o mito, as mentalidades, as práticas culinárias, o corpo, as festas, os filmes, os jovens, as crianças, as mulheres, e outra infinidade de questões antes ausentes do território da História⁴, a imprensa começa a ser objeto de análise de historiadores.

O pesquisador de jornais e revistas trabalha com aquilo que se tornou notícia, por isso precisa dar conta dos motivos que levaram à decisão de publicar algo. É necessário atentar para o destaque que se deu ao que foi publicado, o que foi dado destaque na capa, se o texto interno corresponde ao destaque dado à capa. Fora essas questões, existem os problemas das hierarquias das seções de um periódico, onde um movimento grevista, por exemplo, pode figurar numa seção política ou numa seção policial⁵.

Jornais e revistas não são obras solitárias, mas reúnem um conjunto de indivíduos, o que torna projetos coletivos, pois agregam pessoas em torno de ideias, crenças e valores que se pretende difundir a partir de palavras escritas e/ou imagens.

Pensando no lugar de inserção e a forma de abordagem das matérias publicadas, elegemos a Revista Seleções do *Reader's Digest* como objeto de pesquisa para apurar as possibilidades de seu uso para as aulas de história no Ensino Médio, e apresentamos nesse trabalho os resultados obtidos em formato de material paradidático para colaborar com o

⁴ LUCA, Tania Regina de. História dos, nos e por meio dos periódicos. PINSKY, Carla Bassanezi. **Fontes históricas**. São Paulo: Contexto, 2018. P. 118.

⁵ Id.

professor, dando suporte para ir além dos conteúdos e possibilidades apresentados nos livros didáticos.

A escolha por trabalhar recortes de artigos e de anúncios publicitários da Revista Seleções do *Reader's Digest* em sala de aula deveu-se ao significado dos aspectos contextuais em que estava inserida essa publicação. Riquíssima em artigos e imagens que representavam o *american way of life* (modo de vida americano), a revista foi fundada em 1922, na cidade de Nova York por um casal de norte-americanos — Roy William DeWitt Wallace e Lila Acheson Wallace — e, devido ao seu formato de bolso, com artigos selecionados de livros e outras publicações e condensados de modo que pudessem ser lidos com rapidez e facilidade, conquistava e ampliava o número de leitores a cada nova edição. A revista chegou ao Brasil em fevereiro de 1942, dois meses após o país se alinhar aos Estados Unidos e aliados na Segunda Guerra Mundial estreitando a política de “Boa Vizinhança” entre os dois países. A partir de uma análise apurada durante o ProfHistória, pude perceber o potencial da revista, uma vez que, acompanhava o desenrolar da Segunda Guerra Mundial, elegendo os nazistas, os japoneses e, depois, no pós-guerra os comunistas como “inimigos”. Configurava-se, assim, num material farto para se trabalhar vários assuntos com os estudantes em sala de aula através da análise de textos e imagens.

O conceito de conhecimento histórico escolar ainda é um desafio que não pode ser entendido como mera e simples transposição de um conhecimento maior, proveniente da ciência de referência e que é vulgarizado e simplificado pelo ensino. É preciso pensar que a forma de construção do conhecimento histórico escolar e suas particularidades justificam sua necessidade como saber específico que, por sua vez, dialoga com um código disciplinar construído pela tradição escolar⁶.

O conhecimento escolar é uma forma de saber que pressupõe um método científico no processo de transposição da ciência de referência para uma situação de ensino, permeando-se, em sua reelaboração, com o conhecimento proveniente do “senso comum”, de representações sociais de professores e alunos e que são redefinidos de forma dinâmica e contínua na sala de aula. A história escolar não é apenas uma transposição da história acadêmica, mas constitui-se por intermédio de um processo no qual interferem o saber erudito, os valores contemporâneos, as práticas e os problemas sociais⁷.

⁶ BITTENCOURT, Circe Maria Fernandes. **O Saber Histórico na Sala de Aula**, São Paulo: Contexto, 2017. P. 25.

⁷ Id.

Desse modo, para construção de conhecimentos a partir da Revista Seleções do *Reader's Digest*, convencionou-se selecionar o tema e o transformar em problema por meio de um conjunto de questões. Estudar, então, o passado para entrar em contato com as experiências dos seres humanos de outros tempos no enfrentamento desse problema, e analisar o presente, levando em consideração esse conhecimento do passado⁸.

A metodologia pauta-se na aprendizagem ativa, que ocorre quando o aluno interage com o assunto em estudo, ouvindo, falando, perguntando, discutindo, fazendo, sendo estimulado a construir conhecimento ao invés de recebê-lo de forma passiva do professor. Ao professor cabe orientar, supervisionar e facilitar o processo de aprendizagem⁹.

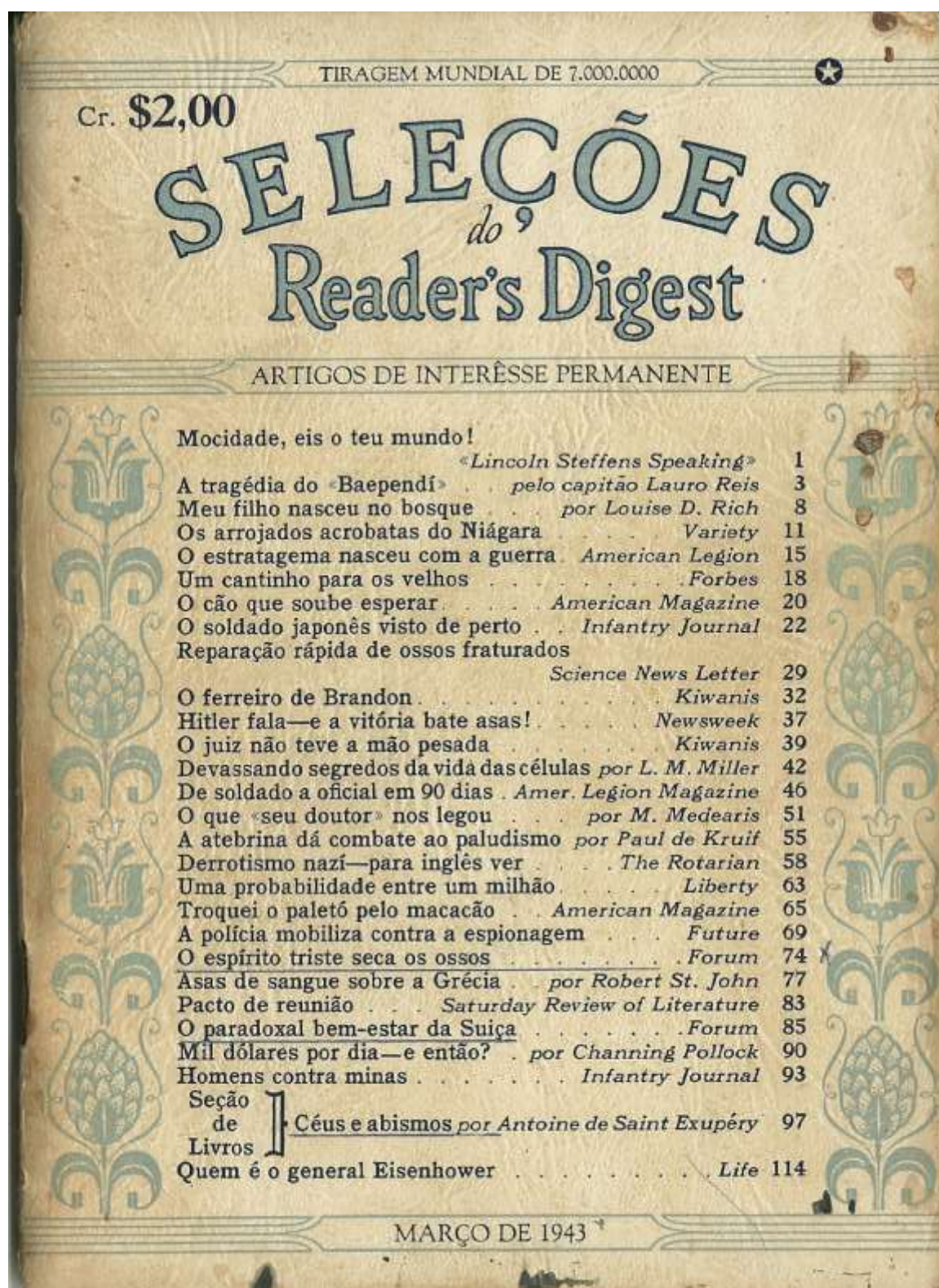
Ao incentivar os estudantes a interpretar a revista Seleções como documento, pretende-se fazer com que percebam que o saber histórico não é um dado pronto, mas construção cognitiva. O estudante pode exercitar sua capacidade de analisar fontes diversas, aproximando-se de alguns procedimentos do ofício do historiador. A ideia é estimular a sua percepção para a relação presente-passado e vice-versa, diante das possíveis expectativas frente às suas mudanças e permanências, rupturas e continuidades que se fazem presentes até nossos dias.

O material consta de recortes de artigos e publicidade da Revista Seleções do *Reader's Digest* publicadas entre os anos de 1945 e 1949 que abordam quatro eixos temáticos: o primeiro tem como tema o nazismo; o segundo eixo traz a Política de “boa vizinhança” e o esforço de guerra; o eixo três tem como tema o Comunismo e o quarto eixo as representações de gênero, raça e classe, que poderão ser utilizados como documentos pelo professor no contexto das aulas de História.

⁸ OLIVEIRA, Margarida Maria Dias de (Coord.). **História: ensino fundamental**. Brasília: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Básica, 2010. (Explorando o ensino, v. 21).

⁹ PAULINO, Carla Viviane [et al.]. **Perspectivas do Ensino de história: teorias, metodologias e desafios para o século XXI**. Curitiba: Intersaberes, 2018. P. 56.

SELEÇÕES VAI À SALA DE AULA: CONHECENDO A REVISTA

Capa da Revista Seleções do *Reader's Digest* de março de 1943.

Num primeiro momento, para trabalhar a revista Seleções como documento nas aulas de História é fazê-la conhecida. Para isso sugerimos que o/a professor/professora motive os/as estudantes a pesquisar na internet informações sobre sua origem, seu contexto de criação, o público alvo e como chegou ao Brasil.

Com a turma dividida em grupos, distribua entre eles diferentes informações a serem pesquisadas, certifique-se que todos tenham condições de participar, com acesso à *internet* para fazer a pesquisa fora do período de aulas. Se não for possível, organize a pesquisa durante a aula no Laboratório de Informática do Colégio.

O/a professor/professora pode deixá-los pesquisar de forma espontânea, fornecendo pista e direcionando questionamentos e incentivando-os a buscar novas informações à medida que avançam nos resultados. Ou direcioná-los a sites previamente consultados, onde os/as estudantes desenvolverão a leitura anotando os resultados.

Como sugestão para pesquisa, o/a professor/professora poderá utilizar os seguintes endereços:

www.selecoes.com.br, site oficial da publicação;

<http://blogs.opovo.com.br/pliniobortolotti/2009/08/19/readers-digest-vai-a-falencia-nos-estados-unidos/>, blog de notícias;

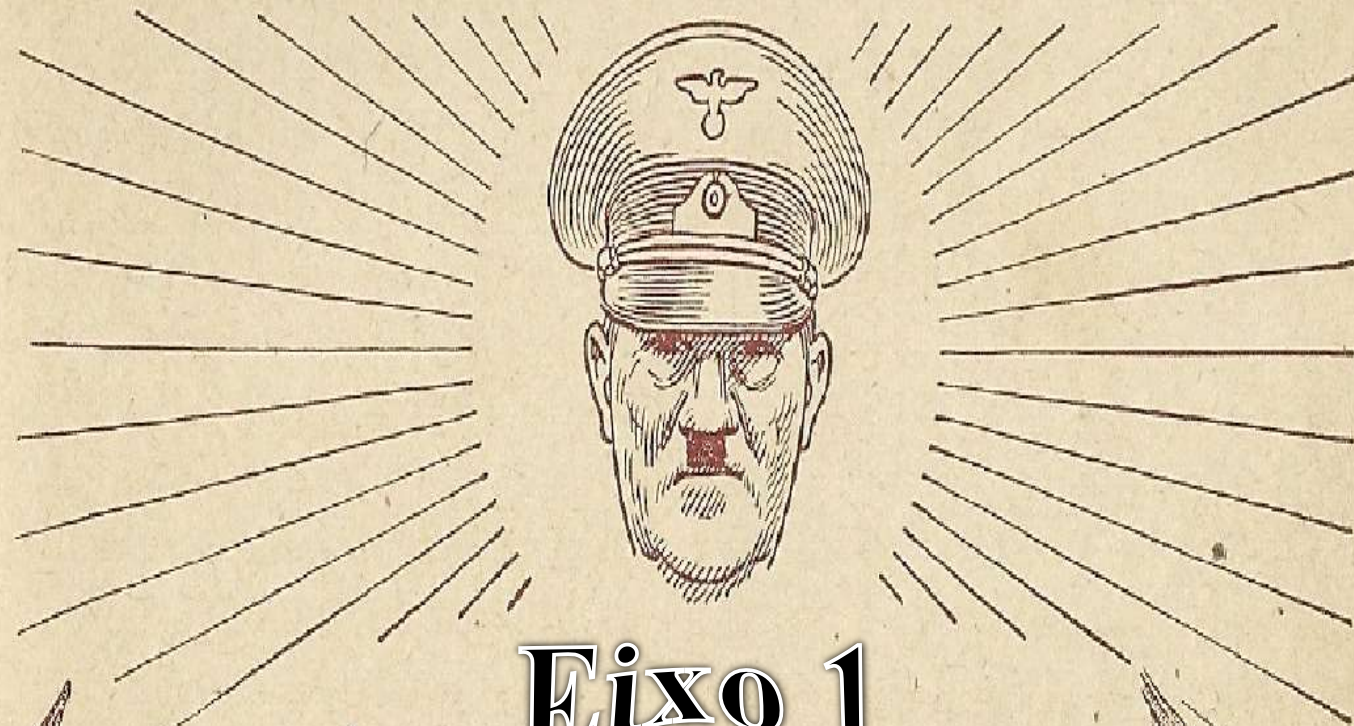
<http://mundodasmarcas.blogspot.com/2006/08/readers-digest-most-involving-magazine.html>, blog de curiosidades.

De posse das informações necessárias, promover a socialização das informações por meio da confecção de cartazes que serão expostos em um mural, ou até mesmo, por meio de um mural eletrônico utilizando a ferramenta virtual *padlet*, ambiente colaborativo disponível em <https://pt-br.padlet.com/dashboard>.

Após a socialização o professor direciona os/as estudantes ao tema que considerar pertinente, disponível neste material.

Usando o *padlet*

Professor, Para acessar esse ambiente o/a professor/professora deverá estar cadastrado no *gmail*. Com o uso de *login* e senha do *gmail* acesse a plataforma clique em “+ Fazer um *padlet*”, na sequência clique em “mural”. Os/as estudantes deverão estar organizados em um grupo de rede social (WhatsApp) onde o/a professo/professorar vai compartilhar o endereço do mural. A partir deste ponto, cada estudante, ou cada grupo liderado por um/uma estudante pode dar sua contribuição por celular.



Eixo 1



Nazismo

Sobreposição de imagens desta página: Suástica, Revista Seleções de Novembro de 1942;
Saudação a Hitler, Revista Seleções de julho de 1942, p. 83.

Introdução ao Eixo 1

O Nazismo foi um conjunto de ideias e práticas associadas ao Partido Nacional-Socialista dos Trabalhadores Alemães, e teoricamente é um desdobramento do fascismo italiano adaptado à situação política, econômica, social e cultural da Alemanha entre as décadas de 1920 e 1940¹⁰.

O nazismo, ao lado do fascismo italiano e do stalinismo praticado na União Soviética, foi um regime totalitário, fenômeno político do século XX, que mobilizou de modo surpreendente grandes segmentos da sociedade de diversos países.

Uma das principais características do Estado nazista seria sua associação com as sociedades de massas. Essa sociedade, desencantada com o Estado e as instituições democráticas, que passavam no entre guerras, por séria depressão econômica, humilhada após o desfecho da Primeira Guerra e carente de lideranças fortes, era o ambiente propício para a ascensão de regimes salvacionistas que canalizassem as frustrações pessoais e coletivas por meio de uma propaganda bem elaborada¹¹.

Portanto, para trabalhar o tema “Nazismo” nas aulas de História, pode-se situá-lo no contexto do uso dos meios de comunicação de massa para fins políticos, ocorrido na primeira metade do século XX.

Introduz-se o tema por meio do questionamento junto aos estudantes sobre os meios de comunicação atuais, principalmente se os jornais, as revistas, os programas televisivos e as redes sociais podem influenciar nossa maneira de pensar, nos mais diversos aspectos. Por exemplo, as propagandas publicitárias, muitas vezes, criam estereótipos sobre determinados grupos sociais, bem como promovem padrões de comportamento relacionados ao consumo, à beleza, ao modo de se vestir, de pensar e de ser. As redes sociais oferecem um espaço de discussão política e troca de conhecimentos, mas ao mesmo tempo podem ser utilizadas para incentivar atitudes preconceituosas e violentas ou disseminar notícias falsas.

Os jornais, revistas, podem distorcer e ocultar informações sobre acontecimentos, agindo de forma parcial para defender um ponto de vista, privilegiando determinados grupos políticos e econômicos.

O objetivo, ao promover uma discussão inicial com os/as estudantes, é levá-los a perceber a importância de checar e analisar todas as informações recebidas de modo crítico, incentivando a busca pelo conhecimento, a reflexão e a promoção de um espaço de discussão democrático.

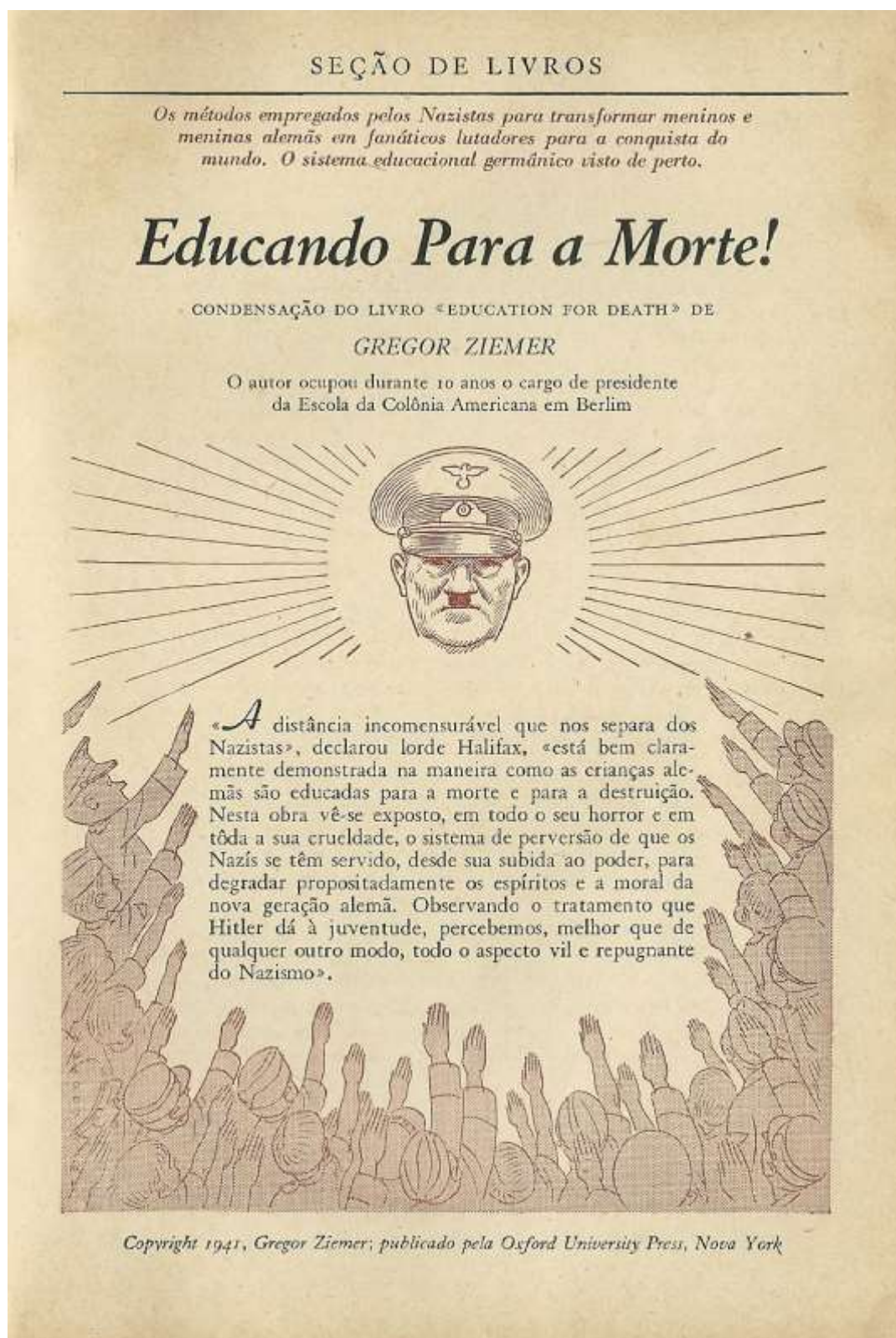
¹⁰ SILVA, Kalina Vanderlei. **Dicionário de conceitos históricos**. 3ª ed. São Paulo: Contexto, 2017. P. 141.

¹¹ Ibid., p. 142.

Por outro lado, a discussão permite construir e fortalecer nos/nas estudantes o conceito de fontes e documentos históricos como ferramenta de análise de determinado momento histórico. Contribui com a sua formação de forma atuante e com capacidade de observação, reflexão, análise e posicionamento para a construção de narrativas, com pensamento crítico sobre o que lê, formador de novos conceitos e construtor de novos objetivos de leitura.

DOC. 1 - TEMA: NAZISMO E EDUCAÇÃO

Imagem 1 – Primeira página da Seção de Livros da Revista Seleções do *Reader's Digest*: Condensação do livro “*Education for Death*” de Gregor Ziemer (1941).



Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo II, nº 6, julho de 1942. P. 83-98.

Explorando o tema

Professor, o livro *Educando para a Morte!* É de autoria de Gregor Ziemer, que exerceu o cargo de presidente da Escola da Colônia Americana em Berlim durante 10 anos. Na revista *Seleções*, no resumo do livro, descrevia-se o sistema educacional germânico através de métodos empregados pelos nazistas e como esse sistema criava meninos e meninas para morrerem pelo nazismo. É interessante notar o forte conteúdo antinazista em contraposição ao sistema educacional democrático norte americano como podemos observar na chamada da capa:

“Está bem claramente demonstrada na maneira como as crianças alemãs são educadas para a morte e para a destruição. Nesta obra, vê-se exposto, em todo o seu horror e em toda a sua crueldade, o sistema de perversão de que os nazis se têm servido, desde sua subida ao poder, para degradar propositalmente os espíritos e a moral da nova geração alemã. Observando o tratamento que Hitler dá à juventude percebemos, melhor que qualquer outro modo, todo o aspecto vil e repugnante do nazismo”. *Seleções do Reader’s Digest*, Tomo IV, julho de 1942.

Adaptado: SUPPO, Hugo Rogelio; LESSA, Mônica Leite (org.). **A quarta dimensão das relações internacionais**. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2013. P. 276.

Texto I:

EDUCANDO PARA A MORTE!

Condensação do Livro “*Education for death*”¹² de

GREGOR ZIEMER¹³

[...] Ao cabo de longas démarches burocráticas, recebi licença do Ministério da Educação para visitar as instituições nazistas de ensino. Seguiram-se visitas a clínicas prenatais, a hospitais de esterilização, a escolas de primeira infância e para débeis mentais, e institutos para moços e moças de todas as idades. Conversei com pais de alunos, professores, estudantes e funcionários. Sempre que falava com gente mais interessante, tomava notas; não podendo escrever na presença de meus interlocutores, fazia esforços por decorar suas palavras e lançava-as ao papel tão depressa quanto podia. São essas resmas de notas que agora me permitem recompor rigorosamente quanto vi e ouvi.

¹² Copyright 1941, Gregor Ziemer; publicado pela *Oxford University Press*, Nova York.

¹³ O autor ocupou durante 10 anos o cargo de presidente da Escola da Colônia Americana em Berlim.

Tirei de tudo isso uma conclusão de ordem geral: as escolas nazistas cumprem com a diabólica eficácia a sua sinistra tarefa - educar a infância e a mocidade para a morte, preparando-as intensivamente para o holocausto ao Fuehrer, que um dia disse:

“Deixai vir a mim os pequeninos, que me pertencem para a vida e para a morte!”

Infância Pre-Natal, à Moda Nazista

- Quando começa o partido nazista a se interessar pela criança alemã? - perguntei um dia a um alto funcionário nazista, no imponente gabinete de Baldur von Schirach, marechal da Jovem Alemanha Militante.

- Antes da concepção da criança! - foi a resposta imediata.

Vendo meu assombro, explicaram-me então que a expulsão dos impuros judeus seria de pouca utilidade, se a Alemanha não fizesse um esforço “científico” para evitar o nascimento de todos os indesejáveis. A finalidade do *Fuehrer* era uma raça superior, coisa que só poderia resultar do cruzamento de indivíduos saudáveis.

- Mas não é certo que há sempre alguns indesejáveis que conseguem ter filhos? - perguntei.

- É, mas em breve não haverá mais crianças raquíticas, nem débeis mentais na Alemanha! Gostaria de ver a prova do que lhe afirmo? Diga-me uma coisa: tem bons nervos?

...

Assegurei-lhe que os tinha tão fortes como o comum dos mortais.

Acompanhou-me então a um edifício de tijolo, de sinistra aparência, no centro da cidade velha. Era aquilo (explicou o meu guia) uma *Frauenklinik* - um hospital da cidade para mulheres. Um guarda de elite (S.S.), uniformizado, abriu-nos todas as portas. Vestimos capas de médicos e galgamos alguns lanços de escada até chegar a uma galeria, que uma parede de vidraça separava da sala de operações profusamente iluminada. Seis médicos operavam lá embaixo.

O que vi então me fez empalidecer até o âmagô. As camas de rodas entravam e saíam com precisão cronométrica. Os médicos operavam rapidamente, praticando destrás incisões nos ventres alvos das mulheres; abriam o corte, aplicavam grampos cirúrgicos, sondavam o interior, erguiam delicadamente um tubo que logo embrulhavam e cortavam. A ferida era imediatamente cosida, e a cama rodava para fora, para logo ser substituída por outra...

- Que estão eles fazendo? Perguntei.

- Esterilizando mulheres - respondeu o guia.

[...] Perguntei que mulheres eram essas, que assim estavam sendo punidas. Informaram-me que se tratava de “doentes mentais”, mulheres de baixa resistência, que tinham demonstrado mais de uma vez não ser a sua progênie robusta.

- Estamos até eliminando o daltonismo no Terceiro Reich, - disse o meu informador. - Precisamos de soldados capazes de reconhecer as cores. Como sabe, só a mulher transmite o daltonismo.

Não sabia dizer-me quantas mulheres eram anualmente esterilizadas; mas só naquela clínica havia seis médicos, operando quatro dias por semana. O processo estava em marcha desde 1933, em todas as grandes cidades da Alemanha.

- Quem determina quais mulheres que devam ser esterilizadas?

- Temos tribunais, meu caro *Herr Direktor* Ziemer! Nós temos tribunais! Tudo isto é feito do modo mais legal, esteja tranquilo...

Glossário

Frauenklinik: Clínica feminina.

Herr Direktor: Senhor Diretor.

DIALOGANDO

1 – Que elementos do texto permitem afirmar que o movimento nazista era racista?

2 – Quais ações do Estado Nazista podem ser percebidas no texto que fundamentam a resposta da primeira questão?

Texto II

Como se Fazem Tropas “Mecanizadas”...

Poucos dias depois andei a fazer visitas domiciliárias com uma das enfermeiras encarregadas de velar pelos filhos do Estado. *Fräulein* Knoblauch era idosa, mas tão fanática como qualquer jovem nazista; levava no braço esquerdo a insígnia oficial da NSV (Serviço de Beneficência Nacional-Socialista, é o equivalente hitleriano à Cruz Vermelha), que, segundo me informou sem qualquer sinal de embaraço, é o símbolo da concepção: efetivamente, uma inspeção mais atenta do complicado símbolo levou-me a concordar que sim...

Fräulein Knoblauch precisava visitar quatro mulheres, que tinham estado hospedadas no Home das mães e filhos de Fürstenberg. Na primeira casa que visitamos, [...] encontramos um menino de 4 anos, louro e rechonchudo, muito direitinho ao lado da mamãe, mirando-nos com seus olhos muito azues e brilhantes.

- Que diz um menino bem criado? - perguntou a mãe.

O menino bateu os calcanhares, ergueu a mãozinha papuda, e gritou “*Heil Hitler!*” A enfermeira respondeu vivamente à saudação, aprovou com um “muito bem”, e em seguida perguntou ao garotinho se ele sabia quem era Hitler.

- Hitler é o nosso *Fuehrer* bem amado, - respondeu ele, como quem repete com muito juízo a lição bem decorada.

- Está direito. E todos nós amamos o *Fuehrer*, não é assim?

- Todos nós amamos nosso *Fuehrer*, - respondeu o pirralho sem convicção.

- É preciso que você cresça e se faça um rapagão, para poder lutar pelo seu *Fuehrer*! - continuou *Fräulein* Knoblauch.

- Mas eu não gosto de lutar! - respondeu inesperadamente o gurí...

A enfermeira ficou sinceramente chocada com semelhante resposta e olhou com severidade a mãe do menino. Depois, com muita paciência, explicou ao gurí que todos os jovens hitlerianos devem lutar pelo chefe. Todos devem crescer bravos e fortes, para serem bons soldados.

- E eu sou bom soldado? - perguntou o menino.

- É, sim. Você é soldado de Hitler! E vai crescer muito, para ser um combatente da causa do *Fuehrer*! Então você vai ter um fuzil para dar muitos tiros!

[...] Mas na paragem que fizemos a seguir, fomos recebidos com menos entusiasmo: a mãe de família, mulher ainda nova mas pálida e magra, saudou-nos com modo apático. A enfermeira pediu para ver a pequenina.

- A minha menina?... Morreu! Morreu semana passada... - disse a mãe.

Fräulein Knoblauch ficou primeiro atônita, depois zangou-se, e perguntou por que razão a NSV não fora informada conforme os regulamentos. E nem uma palavra de condolência ou pesar, nem uma pergunta sobre a causa da morte! Só rancor, o rancor burocrático pelo desrespeito aos regulamentos!

Aparentando um cansaço indescritível, a mãe explicou que ela própria estivera doente, mas fizera na véspera uma participação ao departamento local. Com isto, a enfermeira se conformou e se mostrou aliviada de um grande peso.

- Mas porque está tão triste, tão abatida, *gnaedige Frau*? - disse com censura.

- Eu queria muito a minha menina! - disse a pobre mãe, sem ousar erguer os olhos para a inquisidora.

A enfermeira Knoblauch pregou-lhe então um sermão, aconselhando a triste mãe a esquecer a filha, “uma simples garota”, e ter outros filhos, muitos filhos. As mulheres do

Terceiro Reich não tinham tempo a perder com fúteis sentimentalismos; havia trabalho, muito trabalho a fazer! Mas ia tratar das cousas, para ela ir passar algumas semanas no mesmo *home* onde antes tinha estado.

- Não! - disse a mulher, encolhendo-se com ar suplicante, - nesse não!

- Vamos, vamos! - fez a enfermeira com severidade. - acabemos com o luto pelos mortos! Não pode haver isso no nosso Terceiro *Reich*! Vamos manda-la então para outro *Home*, na Baviera. A não ser que a senhora prefira não ir...

A pergunta disfarçava uma ameaça, e na face incolor da pobre eu lia o medo:

- Não, eu vou, eu quero ir... - disse ela numa voz apagada.

“Idiota!” murmurou a enfermeira quando descíamos a escada.

Glossário

Fräulein: Jovem. Era forma de tratamento formal para as mulheres solteira de qualquer idade na Alemanha até a década de 1970.

Gnaedige Frau: Minha senhora.

Homes: Locais mantidos pelo Serviço de Benevolência Nacional-Socialista (NSV) onde mulheres alemãs casadas ou não casadas se mantinham enquanto geravam “filhos do Estado nazista” (outrora chamados de filhos ilegítimos), concebidos a partir da intervenção do Estado e acima das convenções morais da época.

DIALOGANDO

- 1 – Como pode ser percebida a educação dada aos meninos a partir da leitura do texto? Qual era a finalidade desse tipo de educação?
- 2 – É possível encontrar na História outras sociedades com educação de caráter militarista?

Conexão com a Rede

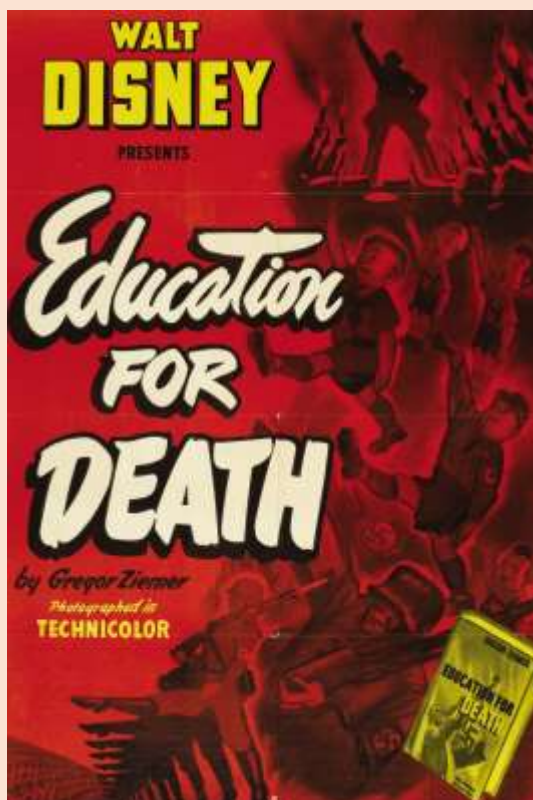
O LIVRO, A DISNEY, O FILME

O primeiro desenho animado sonoro, o primeiro desenho com o sistema *Technicolor*, o primeiro longa-metragem animado e o primeiro programa de TV completamente colorido. Esses são alguns dos feitos do maior ganhador do Oscar de todos os tempos, Walter Elias Disney.

Mas nem tudo foram flores na vida do velho Walt. Ele e seu estúdio passaram por várias crises, e uma delas foi durante a Segunda Guerra Mundial. Praticamente falido depois de “Fantasia”, e enfrentando uma greve que paralisou metade de sua força de trabalho, Disney viu com bons olhos o contrato proposto pelo governo para produzir 32 curtas animados entre 1941-1945, a US\$ 4,500 cada um, filmes tanto de treinamento para soldados quanto para levantar a moral da população. Esse contrato gerou trabalho para os empregados e ajudou a se recuperar. E o “esforço de guerra” também gerou outros produtos, como pôsteres e quadrinhos.

Um desses curtas foi *Education for Death – The Making of the Nazi* (1943), uma poderosa propaganda anti-nazi e com uma linguagem um pouco agressiva para os padrões Disney.

Fonte: <<https://otrecocerto.com/2015/05/27/educacao-para-a-morte/>> Acesso: 12/01/2020



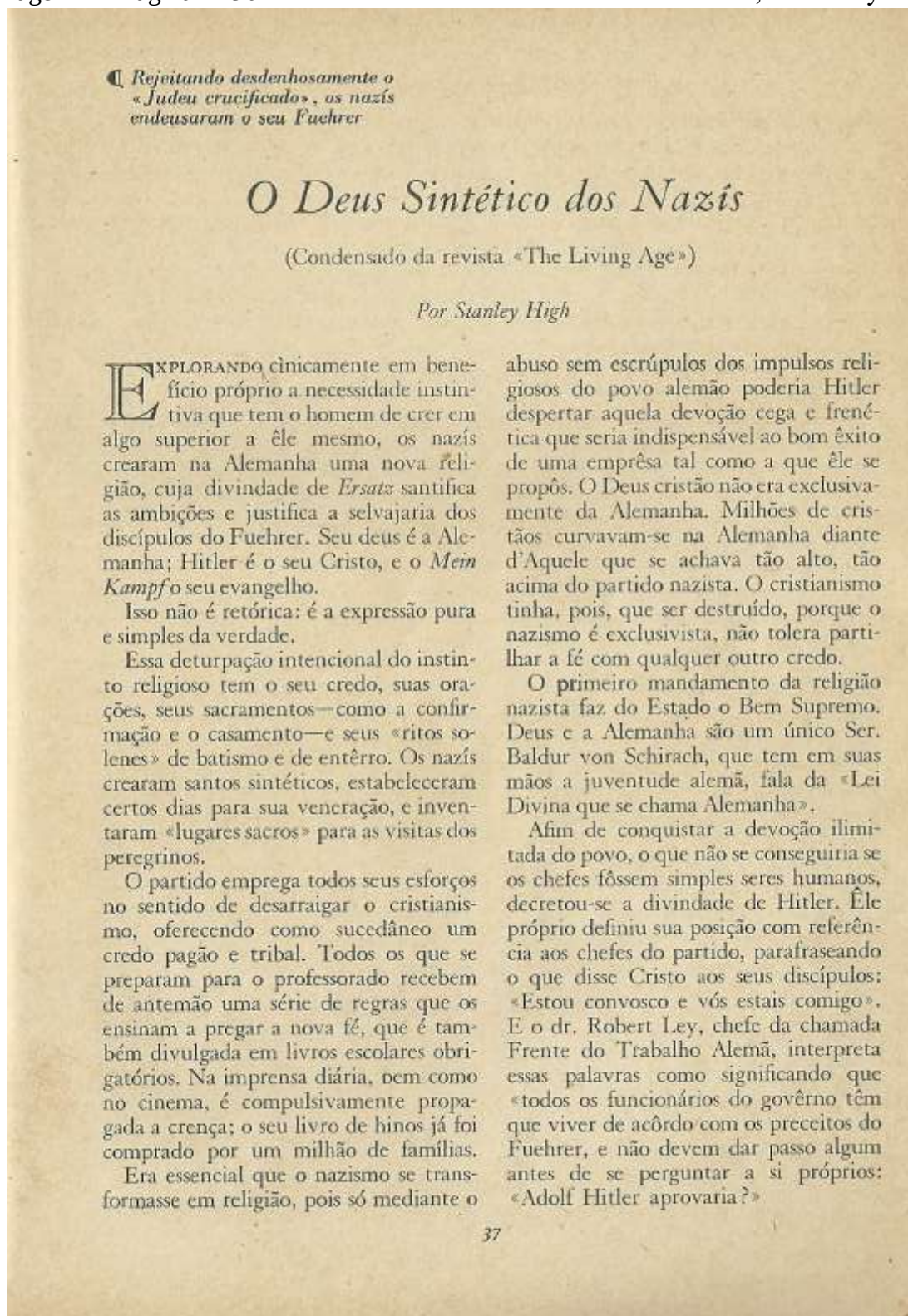
Para enriquecer o debate disponibilizamos o curta-metragem em

https://drive.google.com/open?id=1T3OzRn9PC7ie_2vp6FA7eaOk1r3vu6fB

Também inspirado no livro *Education for Death* de Gregor Ziemer. O filme conta a história de Hans, um garoto alemão, desde seu nascimento. O vídeo mostra como Hans é influenciado na escola a pensar de acordo com a doutrina nazista. O curta possui diálogos em alemão, mas os fatos mais importantes são narrados em inglês, com legendas em português.

DOC. 2 – A SACRALIZAÇÃO DO NAZISMO

Imagem 2 – Página inicial do condensado “O Deus Sintético dos Nazís”, de Stanley High



Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo II, nº 8, setembro de 1942. P. 37.

Rejeitando desdenhosamente o
 “Judeu crucificado”, os nazís
 endeusaram o seu *Fuehrer*

O Deus Sintético dos Nazis
 (Condensado da revista “The Living Age”)
 Por Stanley High

Explorando cinicamente em benefício próprio a necessidade instintiva que tem o homem de crer em algo superior a ele mesmo, os nazis criaram algo superior a ele mesmo, os nazís criaram na Alemanha uma nova religião, cuja a divindade de *Ersatz* santifica as ambições e justifica a selvageria dos discípulos do Fuehrer. Seu deus é a Alemanha; Hitler é seu Cristo e o *Mein Kampf* o seu evangelho.

Isso não é retórica: é a expressão pura e simples da verdade.

Essa deturpação intencional do instinto religioso tem o seu credo, suas orações, seus sacramentos [...] e seus “ritos solenes” de batismo e enterro. Os nazis criaram deuses sintéticos, estabeleceram certos dias para a veneração, e inventaram “lugares sacros” para as visitas dos peregrinos.

O partido emprega todo o esforço no sentido de desarraigar o cristianismo, oferecendo como sucedâneo um credo pagão e tribal. Todos os que se preparam para o professorado recebem de antemão uma série de regras que os ensinam a pregar a nova fé, que é também divulgada em livros escolares obrigatórios. Na imprensa diária, bem como no cinema, é compulsivamente propagada a crença; o seu livro de hinos já foi comprado por um milhão de famílias.

Era essencial que o nazismo se transformasse em religião, pois só mediante o abuso sem escrúpulo dos impulsos religiosos do povo alemão poderia Hitler despertar aquela devoção cega e frenética que seria indispensável ao bom êxito de uma empresa tal como ele se propôs. O Deus cristão não era exclusivamente da Alemanha. Milhões de cristãos curvavam-se na Alemanha diante d’Aquele que se achava tão alto, tão acima do partido nazista. O cristianismo tinha, pois, que ser destruído, porque o nazismo é exclusivista, não tolera partilhar a fé com qualquer outro credo.

O primeiro mandamento da religião nazista faz do Estado o Bem Supremo. [...]

Afim de conquistar a devoção ilimitada do povo, o que não se conseguiria se os chefes fossem simples seres humanos, decretou-se a divindade de Hitler. Ele próprio definiu sua posição com referência aos chefes do partido, parafraseando o que disse Cristo aos seus discípulos: “Estou convosco e vós estais comigo”. [...]

“A Fé Alemã”, diz um porta-voz do nazismo, “só aceita um Deus: Adolf Hitler”, Ernest Hauck, educador alemão, declarou, num convenio público em Coburgo, que “Cristo foi grande, porém Hitler é maior”. Muitos chamam Hitler de “nosso Redentor”. O famoso hino cristão intitulado *Ó Cristo, Senhor da Nova Era*, teve seu texto mudado para *Ó Hitler, Senhor da Nova Era*.

Os retratos oficiais de Hitler mostram sua cabeça banhada em luz mística. Tais fotografias são muitas vezes usadas nos “altares” do partido; e abaixo da imagem vêem-se preces a Hitler. Eis uma boa amostra:

A ti, meu *Fuehrer*, pertence
 Tudo aquilo que possuímos;
 Nossos bens e nossas vidas,
 Nossos corações e nossas almas.

Em muitos orfanatos do governo, as crianças são obrigadas a rezar, antes das refeições, uma oração a Hitler, nos seguintes termos: “A ti só, eu devo o meu pão de cada dia; nunca me abandones, protege-me sempre, *Fuehrer*, meu *Fuehrer*, minha Fé e minha Luz”. [...]

Considerando que são de ordem física as necessidades dos nazistas, o partido criou uma nova moralidade, baseada exclusivamente na parte física da personalidade humana. Segundo a ética nazista, o bem supremo é a obtenção de “corpos cada vez melhores e em maior número”. A prática dessa doutrina é o que os nazis chama de “Revolução Biológica”.

A “Revolução Biológica” explica em parte o fato do hitlerismo perseguir tão impiedosamente a Igreja Cristã, porque a doutrina alemã é violentamente contrária aos ensinamentos cristãos, que pregam a santidade do lar e do casamento; é oposta à ideia da importância da alma humana, que pode ser grande e forte nos corpos mais débeis; e combate o ideal cristão de castidade pré-nupcial. Em 1938 foi promulgada na Alemanha um decreto segundo o qual o casamento não é mais considerado instituição divina, sendo encarado como o núcleo celular do Estado. Dessa maneira, as relações sexuais de marido e mulher já não são “uma união íntima, pessoal e vital, baseada no consentimento mútuo”, são agora “atos públicos”. Atualmente olha-se com reprovação a cerimônia do casamento, de acordo com os preceitos cristãos; prefere-se o “casamento alemão” oficializado.

O objetivo do matrimônio é o mesmo que o de qualquer indústria bélica: produção de material de guerra, de “carne para canhão”... A interpretação da nova lei do casamento declara franqueza que o propósito da união é a criação de filhos para o Estado. Se esse fim não é atingido, o casamento é considerado mau, e segue-se a anulação.

A única obrigação moral da mulher alemã é ter filhos. Num apelo publicado no *Schwarze Korps* em princípios de 1940, dizia-se: “não podemos permitir que nesta guerra o número de nascimentos caia a um nível abaixo do médio. A mulher que fugir desse modo ao seu dever é tão traidora como o soldado desertor. Homens da Alemanha! Mostrem que estão prontos não só a dar a vida pela pátria, mas também a dar à nação muitas outras vidas, antes de morrerem”.

Heinrich Himmler, chefe da Gestapo, declara que as moças alemãs “de puro sangue” tem um dever de guerra “que transcendem o casamento, e nada tem haver com ele. Esse dever consiste em terem filhos, encontrando-se para isso com soldados que seguem para o front”.

Por causa de tais apelos, vêem-se nos jornais anúncios como este:

“Tenho 22 anos, sou soldado, louro, de olhos azues. Antes de ir para a guerra dar a vida pelo *Fuehrer* e pela pátria, quero conhecer mulher alemã com que possa ter um filho e herdeiro para a glória da Alemanha”.

E este outro:

“Moça alemã deseja tornar-se mãe duma criança cujo pai seja soldado alemão lutando pelo Nacional-Socialismo”.

Não se permite que um escrúpulo normal e civilizado impeça a execução desse plano de reprodução. Diz o *Schwarze korps*: “Em casamentos estéreis, sendo a mãe sadia, deve-se empregar a fecundação artificial. Se esse método falhar, peça-se o auxílio de outro homem, de preferência um irmão do marido”.

O Estado se incumbe de cuidar dos filhos de pais não casados. Aos soldados que “possam comprovar” a alegação de serem pais solteiros, prometem-se bonificações que serão concedidas após a guerra. Enquanto isso, as mães solteiras são tratadas à custa do Estado.

O nazismo adotou e perverteu cerimônias e símbolos que tinham significações para os cristãos. [...]

O sacramento do batismo é substituído pela “solene adoção de um nome”. O Ministro do Interior avisou aos pais alemães que não mais se aceitarão os nomes de santos ou de mártires cristãos. Entre outros, foram proibidos os seguintes: Ana, Isabel, jacó, João e Maria.

[...]

É claro que há milhões de alemães anteriores ao advento de Hitler, cujo respeito pela conduta decente e cuja forte fé religiosas não podem ter sido inteiramente aniquilados pelo neo-paganismo. [...]

Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo II, nº 8, setembro de 1942. P. 37-40

Glossário:

- *Ersatz*: substituto; sucedâneo.

- *Schwarze Korps*: **Das Schwarze Korps** era o jornal oficial da *Schutzstaffel* (SS), publicado toda quarta-feira e distribuído gratuitamente. Era solicitado a cada membro da SS que o lesse e também incentivasse outras pessoas a fazer o mesmo. O chefe da redação era Gunter d'Alquen e o editor era Max Amann, diretor da Franz-Eher-Verlag (Central de publicações do Partido Nacional Socialista). O jornal hostilizava vários grupos, frequentemente publicando artigos condenando a Igreja Católica (denunciando atos de "catolicismo político"), os judeus, o comunismo e a franco-maçonaria, entre outros. A publicação mantinha estreita cooperação com o *Sicherheitsdienst* (serviço secreto da SS), que também exercia significativo controle sobre a linha editorial.

A primeira edição de *Das Schwarze Korps* foi publicada em 6 de março de 1935, com tiragem de 70.000 exemplares; em novembro do mesmo ano, atingiu 200.000 cópias e, em 1944, 750.000. O jornal também circulava fora da Alemanha. Durante os anos 1930, podia ser encontrado nos Estados Unidos, em pelo menos uma livraria associada à organização German American Bund.

Explorando o tema

Professor, os temas dos documentos um e dois estão relacionados à **ditadura nazista**, propriamente dita, na qual o líder, *Führer*, tinha plenos poderes. A ditadura de Adolf Hitler teve como características a militarização da sociedade alemã, a máquina de propaganda intensiva em torno da figura do líder, bem como um cuidadoso culto de sua personalidade e dos ritos e símbolos que o partido desenvolveu.

Os documentos permitem, a partir de debates, expor questões importantes sobre o papel da educação proporcionada pelas instituições do Estado; a influência dos meios de comunicação no convencimento da população articulado aos interesses do Estado. Por outro lado, observar a publicação desses condensados como uma forma encontrada pela revista Seleções em influenciar seus leitores contra as ideias difundidas pelo nazismo que seduziu parte da população brasileira da época.

Conexão com a Rede

Em 1936 Hitler empenhou-se para que os Jogos olímpicos fossem na Alemanha, disposto a comprovar a tese de superioridade racial dos alemães.

Com base no termo “revolução biológica” citado no documento dois, incentive os/as estudantes a pesquisarem sobre a influência da política nos Jogos Olímpicos de 1936.

Na História recente, diversos casos de atitudes racistas foram registrados no futebol. A partir da análise de imagens e notícias atuais, incentive uma discussão sobre as práticas racistas presentes nos meios esportivos em nossos dias.

Na sequência, usando o laboratório de informática, com base no termo “revolução biológica” citado no documento 2, e na análise e discussão das imagens e notícias atuais, incentive os/as estudantes a pesquisarem sobre a influência da política nos Jogos Olímpicos de 1936 através de notícias veiculadas na *internet*. Promova discussões e debates sobre o assunto e organize uma campanha antirracismo na sua escola, bairro ou comunidade.

Sugestões:

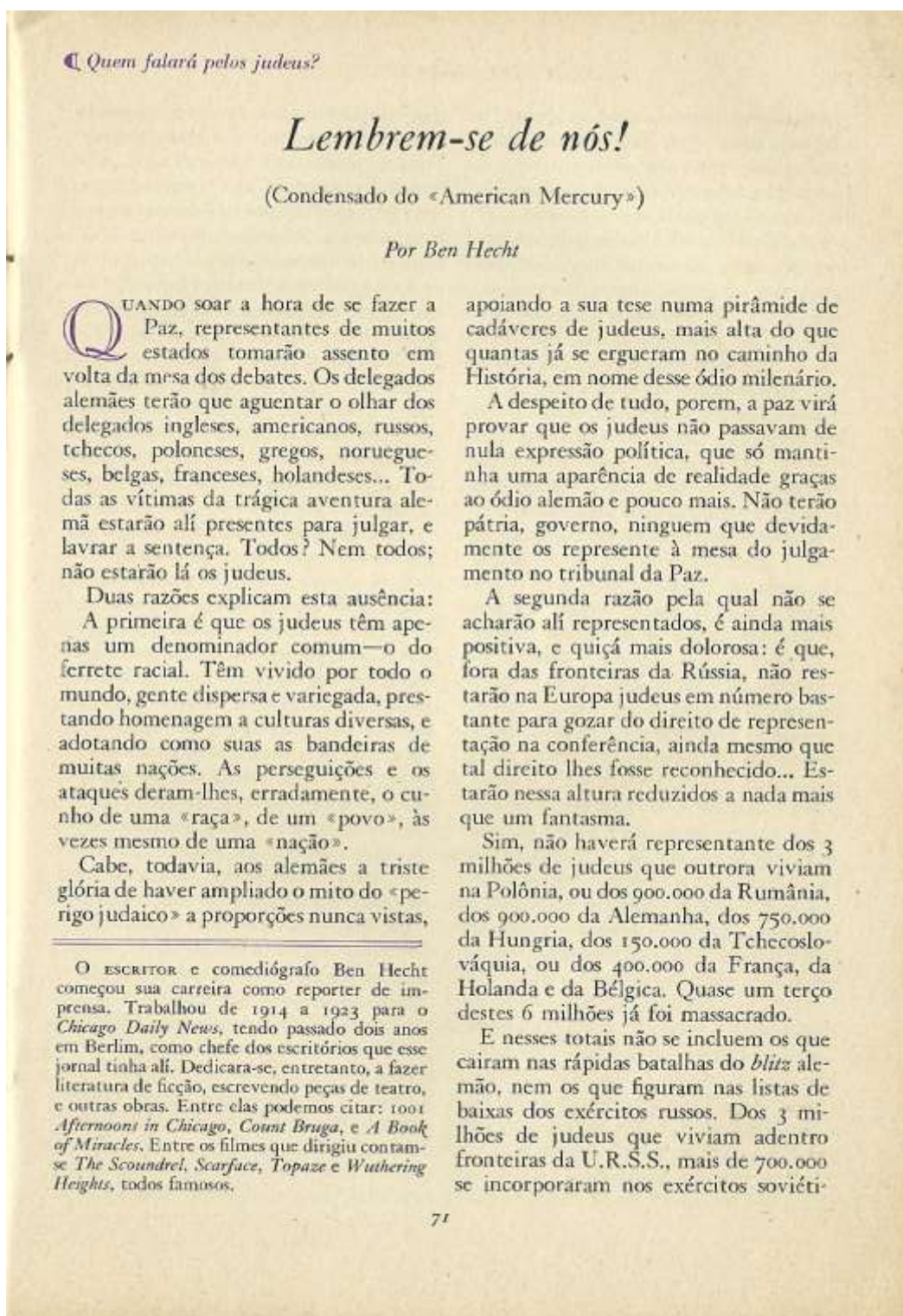
<https://www.gazetaesportiva.com/bastidores/veja-os-principais-casos-de-racismo-na-historia-recente-do-futebol-brasileiro/>, sobre os casos de racismo na História recente.

<https://www.gazetadopovo.com.br/esportes/olimpiadas/2008/jogos-olimpicos-berlim-1936-b3ukkh9a8jrlocdkjsirz13i/>, sobre as olimpíadas de 1936 em Berlim.

Disponibilizamos uma imagem de protesto contra o racismo no futebol, como exemplo, *link* https://drive.google.com/open?id=1_GFGz1Jy-vBM2u7EZh9YWnLrrJPFYWWR

DOC. 3 – TEMA: NAZISMO E OS JUDEUS

Imagem 3 – Primeira página do Artigo “Lembrem-se de Nós!” de Ben Recht.



Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo III, nº 16, maio de 1943. P. 71-73.

Texto I:

¢ Quem falará pelos judeus?

Lembrem-se de nós!

(Condensado do <American Mercury>)

Por Ben Hecht¹⁴

Quando soar a hora de se fazer a Paz, representantes de muitos estados tomarão assento em volta da mesa dos debates. Os delegados alemães terão que aguentar o olhar dos delegados ingleses, americanos, russos, poloneses, gregos, noruegueses, belgas, franceses, holandeses... Todas as vítimas da trágica aventura alemã estarão ali presentes para julgar, e lavrar a sentença. Todos? Nem todos; não estarão lá os judeus.

Duas razões explicam essa ausência:

A primeira é que os judeus têm apenas um denominador comum - o ferrete racial. Têm vivido por todo o mundo, gente dispersa e variegada, prestando homenagem a cultura diversas, e adotando como suas bandeiras as de muitas nações. As perseguições e os ataques deram-lhes, erradamente, o cunho de “raça”, de um “povo”, às vezes mesmo de uma “nação”.

Cabe, todavia, aos alemães a triste glória de haver ampliado o mito do “perigo judaico” a proporções nunca vistas, apoiando a sua tese numa pirâmide de cadáveres de judeus, mais alta do que quantas já se ergueram no caminho da História, em nome desse ódio milenário.

A despeito de tudo, porém, a paz virá provar que os judeus não passavam de nula expressão política, que só mantinha uma aparência de realidade graças ao ódio alemão e pouco mais. Não terão pátria, governo, ninguém que devidamente os represente à mesa do julgamento no tribunal da Paz.

A segunda razão pela qual se acharão ali representados, é ainda mais positiva, e quicá mais dolorosa: é que, fora das fronteiras da Rússia, não restarão na Europa judeus em número bastante para gozar do direito de representação na conferência, ainda mesmo que tal direito lhe fosse reconhecido... Estarão nessa altura reduzidos a nada mais que um fantasma.

Sim, não haverá representante dos 3 milhões de judeus que outrora viviam na Polônia, ou dos 900.000 da Rumânia, dos 900.000 da Alemanha, dos 750.000 da Hungria, dos 150.000

¹⁴ O escritor e comediógrafo Ben Hecht começou sua carreira como repórter de imprensa. Trabalhou de 1914 a 1923 para o *Chicago Daily News*, tendo passado dois anos em Berlim, como chefe dos escritórios que esse jornal tinha ali. Dedicara-se, entretanto, a fazer literatura de ficção, escrevendo peças de teatro, e outras obras. Entre elas podemos citar: *1001 Afternoons in Chicago*, *Count Bruga*, e *A Book of Miracle*. Entre os filmes que dirigiu contam-se *The Scoundrel*, *Scarface*, *Topaze* e *Wuthering Heights*, todos famosos.

da Tchecoslováquia, ou dos 400.000 da França, da Holanda e da Bélgica. Quase um terço destes 6 milhões já foi massacrado.

E nesses totais não se incluem os que caíram nas rápidas batalhas do blitz alemão, nem os que figuram nas listas de baixas dos exércitos russos. Dos 3 milhões de judeus que viviam adentro fronteiras da U.R.S.S., mais de 700.000 se incorporaram nos exércitos soviéticos, tendo-se batido e derramado o seu sangue nas valorosas batalhas dos moscovitas. Mas esses são judeus afortunados da Europa, e não há contemplá-los entre os de que vimos tratando.

Os milhões de israelitas que foram enforcados, queimados, fuzilados, não morreram - como intrépidos gregos, holandeses, franceses ou tchecos - sonhando com a vingança das humilhações sofridas, ou com a restauração dos lares arruinados. Tais anelos, que tanto ajudam a sustentar a alma do homem, são desconhecidos dos judeus. Quando estes caem sob o cutelo homicida, nenhuma esperança de desagravo futuro lhes amanece na alma para mitigar a dor, prometer venturas a seus filhos, ou sequer ruína dos seus inimigos. Porque nenhuma pátria é a pátria deles, por muito que nela hajam vivido, ou por melhor que a tenham servido e amado.

Quando à mesa da futura conferência da paz, se estiverem entretecendo os planos do mundo novo, quando forem pesadas as culpas e repartidas as compensações - os judeus da Europa nada poderão dizer, exceto a tímida e triste frase: “Lembrem-se de nós!”

Os mortos de muitos países estarão ali de pé, pedindo e alcançando justiça; só o judeu não terá quem fale por ele. Sua voz ficará fora do pretório, só ali será ouvida quando, abertas de par em par as janelas, nele puder penetrar o eco triste e apagado do seu lamento:

“Lembrem-se de nós! Na cidade de Friburgo, na Floresta Negra, duzentos dos nossos foram enforcados e ficaram balouçando suspensos das janelas das cozinhas, para assistirem ao incêndio da nossa Sinagoga, e às torturas que puseram termo à vida do nosso rabino”.

“Em Szczucin, na Polônia, na manhã de 23 de setembro, que é o Dia de Penitência, estávamos na sinagoga rogando a Deus que perdoasse nossos pecados. Toda a comunidade se reuniria ali. Cobrindo o sussurro de nossas preces, chegou-nos o trepidar de caminhões que se acercavam. Pararam em frente da sinagoga; os soldados alemães que neles vinham pularam em terra, empunhando archotes, e pegaram fogo ao templo. Os que tentamos escapar através do cerco das chamas, fomos ceifados a tiro de metralhadora. Pegaram em nossas mulheres, despiram-nas, e fizeram-nas correr assim, às chicotadas, em volta da praça do mercado. Antes de findo o nosso Dia de Penitência, todos estávamos mortos. Lembrem-se de nós!”

“Em Wloclawek, os alemães chegaram também quando estávamos entregues às nossas preces. Arrancaram os chalés da oração de sobre as nossas cabeças e, à ponta de

baioneta e a vergalhadas, obrigaram-nos a usá-los como esfregões para limpar as latrinas dos soldados nazistas. Ao por do sol éramos todos mortos. Lembrem-se de nós!”

“Em Mogielnica, em Brzeziny, em Wengrow, e em muitos outros lugares onde vivíamos no respeito das leis, ganhando o pão com o suor do nosso rosto, e sem causarmos dano a quem quer que fosse, os alemães chegaram da mesma maneira, empunhando achotes e baionetas, para nos humilhar primeiro, e matar-nos depois lentamente, e assim poderem gozar por mais tempo o espetáculo dos nossos padecimentos”.

“Em Varsóvia levamos o ano de 1941 contando nossos mortos: ao fim dos doze meses eles eram 72.279, na maioria fuzilados. Mas muitos milhares foram assassinados com baionetas, pelo crime sem nome de serem surpreendidos rezando pela libertação. Lembrem-se de nós!”

“Em sete meses, a contar de junho de 1941, 60.000 fomos chacinados na Bessarábia e na Bucovina. Mais do que isso foram mortos só em Minsk, na Rússia Branca. Pendíamos, enforcados, das janelas; éramos queimados vivos nos porões, e espancados mortalmente nos mercados: foi esse um tempo de grandes celebrações para os alemães”.

“Lembrem-se de nós, os que fomos encurralados, em França, na Holanda e na Bélgica, a bordo dos trens que partiam para o Leste. Morremos de pé nos vagões, porque não havia pão, nem ar, nem água. Os que sobrevivemos, fomos mandados para a Transnístria, e ali perecemos lentamente de privações, sob o olhar vigilante de alemães e rumenos”.

“Milhares de nossos corpos se encontram ainda hoje nas águas do Dnieper, e por muito tempo ninguém poderá beber água desse rio, ou nadar nele. Porque nós ainda ali estamos presentes. E também isto é um artigo de libelo contra nós, que empeçonhamos as águas com os nossos cadáveres!”

“Lembrem-se de nós, os que estávamos na Ucrânia. Aconteceu aqui que os alemães se irritaram conosco, porque a nossa liquidação lhe estava custando demasiado tempo e munição. Imaginaram então um processo menos dispendioso: levaram nossas mulheres e nossos filhos para as estradas, atados uns aos outros; depois fizeram rodar sobre os corpos amontoados os seus pesados caminhões de guerra... Morremos assim aos milhares, sob as rodas dos carros alemães, que passavam e tornavam a passar sobre corpos martirizados”.

“Lembrem-se de nós, os de Ismail, quando chegaram os rumenos: levaram dois dias numa azáfama, carregando judeus para a sinagoga. Fecharam-nos por fim todos ali. Depois os Guardas de Ferro fizeram-nos voar pelos ares.”

“Em Ungheni, na Rumânia, os alemães nos acusaram de supostos atentados contra a polícia. Fomos julgados, três mil réus. Os alemães seguiram-nos depois até nossas casas; tinham-lhes proibido desperdiçar munições com judeu. Éramos velhos e desarmados, mas ainda assim levaram dois dias a moer-nos com coronhas das espingardas e acabar-nos a vida a golpes de baionetas”.

“Lembrem-se também de nós, os que, embora não assassinados pelos alemães, cometemos suicídio por causa deles. Não se sabe quantos somos, ninguém contou: talvez 100 ou 200 mil.”

“A nossa morte a ninguém aproveitou; mas foi para nós uma felicidade morrer depressa, e saber que roubamos aos alemães o prazer, para eles supremo, de nos acabar pela tortura...”

São estas algumas das vozes; mas haverá milhares de outras...

Quando os delegados da Alemanha se sentarem à mesa da conferência de Paz, nem filhos, nem sobreviventes, nem representantes desses milhões de mortos estarão presentes para os acusar, pedir-lhes contas, aplicar-lhes justiça. E por essa altura se verá bem que os judeus só são judeus quando caem sob as coronhas dos rifles alemães, sob as rodas dos carros de guerra nazistas, ou quando pendem das varandas das cozinhas do gueto, enforcados nos cinturões de soldados do Reich... Mortos, ver-se-á que os judeus não têm governo que os represente nem que os vingue, e que nenhuma bandeira flutuará no céu do seu futuro.

Explorando o tema

Professor, o Documento

2 permite refletir sobre

as condições dos judeus,

o tratamento

direcionado a esses

povos durante o contexto

de expansão territorial

alemã. É possível a partir

da leitura do documento

dialogar com a disciplina

de geografia, dar a leitura

mapas para que os

estudantes localizem

lugares citados no texto,

bem como ampliem seus

conhecimentos sobre a

composição sócio

espacial da Europa

durante a Segunda

Guerra Mundial.

Só isso que aqui fica escrito - e o mais que sobre eles se escreverá - há de ser como um eco longínquo da voz dos mortos, que o vento levará, através das janelas abertas, ao Pretório da Paz.

DIALOGANDO

- 1 – Qual a ideia central discutida pelo autor do texto?
- 2 – É possível afirmar que o texto apresenta denúncia à forma de tratamento dada pelos nazistas aos judeus? Se sim quais? Explique.

Conexão com a Rede

O texto *Lembrem-se de nós!* de Ben Hecht, documento 3 alude a um tempo de paz vindoura onde os alemães deverão sentar-se à mesa com os vencedores para um acerto de contas. O texto inicialmente publicado pela revista *The American Mercury*, condensado e incluído na edição de maio de 1943 de *Seleções*, denunciava a situação de perseguição vivida pelos judeus no contexto das invasões alemãs.

Antes do término da guerra, houve quem dissesse que o extermínio de judeus era invenção da propaganda antinazista, mas, com o fim do conflito descobriram-se inúmeras provas desse crime contra a humanidade. Em 1942 paralelamente aos campos de concentração (locais onde os prisioneiros trabalhavam como escravos), os nazistas criaram campos de extermínio, locais onde um grande número de pessoas, especialmente judeus, eram mortos. Esses campos de extermínio estavam ligados à “solução final”, nome que os nazistas deram à sua decisão de exterminar todos os judeus da Europa.

Em 1961 o diretor Erwin Leiser, aproveitando-se de imagens dos arquivos secretos da guarda de elite alemã produziu o documentário *Minha Lutai*, narrativa que mostrou a ascensão e queda de Adolf Hitler. Em meio às imagens, várias sequências mostram o tratamento dispensado aos judeus, nos guetos, nos campos de concentração e nos campos de extermínio.

Recortamos e disponibilizamos uma sequência do documentário para exibição em sala de aula, oportunizando um aprofundamento sobre a questão.

O material está disponível em <https://drive.google.com/open?id=1jxnJYeNH-eGLJIf-gl7g5COtOLGN07tG>

DOC. 4 – TEMA: NAZISMO E COMUNICAÇÃO

Imagem 4 – Anúncio publicitário RCA Victor.

**Frau Holtz recebe um visitante americano....**

[a despeito da acha do carrasco!]

Até à data em que o seu Hans morreu—pela glória do Fuehrer—num ponto indeterminado da frente oriental, há dois meses, Frau Holtz conhecia bem pouco do mundo fora da Alemanha...

Mas quando seu último filho seguiu o caminho dos dois irmãos mais velhos, ela compreendeu que *tinha* de saber certas cousas. E uma noite deu volta a um botão, dando entrada em sua casa a um visitante americano. Foi então que a luz se fez no seu espírito: a compreensão amarga da traição.

* * *

Esta noite,—na Alemanha, em França, na Checoslováquia—mil outras Frau Holtz escutarão a voz proibida da RCA-NBC, através das suas estações internacionais de onda curta: WNBI e WRCA... E isso

ainda que, nos cárceres da Gestapo, as espere o chicote ou a acha do carrasco, se forem apanhadas a escutar.

* * *

De todos os usos dados ao material de rádio RCA no curso desta batalha suprema entre a liberdade e a tirania, a maior a que o mundo já assistiu,—êsse nos orgulha imensamente. Porque êsse material não só está contribuindo para dominar a força física dos inimigos da América—mas ajudando também a predispor os espíritos de todo o mundo para uma paz duradoura e justa,—dizendo às Frau Holtz que o inimigo delas não está dêste lado, mas na própria terra delas.

Captem os programas RCA Victor de onda curta, emitidos pelas estações WRCA e WNBI—9.670 e 11.780 kcs.

**RCA VICTOR**

RCA MANUFACTURING COMPANY, INC., CAMDEN, N. J., E. U. A.

Texto I:

Frau Holtz recebe um visitante americano

Até à data em que o seu Hans morreu - pela glória do *Fuehrer* - num ponto determinado da frente oriental, há dois meses, Frau Holtz conhecia bem pouco do mundo fora da Alemanha... Mas quando seu último filho seguiu o caminho dos dois irmãos mais velhos, ela compreendeu que *tinha* de saber certas cousas. E uma noite de uma volta a um botão, dando entrada em sua casa a um visitante americano. Foi então que a luz se fez no seu espírito: a compreensão amarga da traição.

DIALOGANDO

1 – O cerceamento da liberdade de expressão e de imprensa é característico nos regimes ditatoriais. Pesquise sobre os principais regimes ditatoriais conhecidos (nazismo, fascismo, stalinismo) e elabore um relatório com as principais formas de censura estabelecidas por esses regimes.

2 – É possível afirmar que na atualidade, com novas formas de mídias (TV, Internet) ainda existam países que promovem censuras à expressão e comunicação? Pesquise e promova um debate em sala de aula socializando as informações coletadas.

Explorando o tema

O anúncio em questão pode ser trabalhado, em sala de aula, explorando a imagem que trás representação de uma senhora alemã apreensiva junto ao aparelho de rádio, um dos principais meios de comunicação na década de 1940. O título do anúncio “Frau Holtz recebe um visitante americano...” remete à ideia de liberdade de expressão americana propagada pela revista *Seleções* e que estaria vinculada aos programas de rádio e às notícias vindas de outros meios que não fossem alemães.

A linha editorial de *Seleções* do *Reader's Digest* seguia objetivos definidos pelo governo dos Estados Unidos na política de “boa vizinhança”. Ao veicular informações sobre o nazismo, a revista buscava chocar seus leitores, convencendo-os da existência de um lado bom e um lado mau. Convertia-se nazismo alemão em um regime que deveria ser combatido.

Nos dias atuais, diversos meios de comunicação, inclusive as redes sociais por meio de seus usuários, propagam informações. Ao incentivar os/as estudantes a pesquisa sobre os meios de comunicação, desenvolva um estudo voltado para as *fake news*, buscando estratégias de combates as notícias falsas.

Construindo Narrativas

Professores/professoras, antes de articular a turma para a produção de narrativas sobre os conteúdos abordados nesse material, propõe-se uma reflexão sobre a importância das narrativas na educação a partir da leitura do artigo de José Moran, professor e pesquisador de inovações na educação. O artigo “Construindo novas narrativas significativas na vida e na educação” está disponível em:

<http://www2.eca.usp.br/moran/wp-content/uploads/2016/04/construindo.pdf>

Depois da análise de documentos e um amplo debate, considerando os aspectos contextuais em que a revista *Seleções* estava inserida, no passado, e os aspectos contextuais em que os estudantes estão inseridos, no presente, é hora de organizar com os/as estudantes a construção de narrativas.

As narrativas são linguagens que contribuem para tornar significativa a aprendizagem na vida dos estudantes por meio da interação e pela reelaboração das diversas experiências (BRUNER, 2001).

Para realizar esse trabalho, é necessário levar em consideração que cada estudante vive em nível sócio econômico distinto, em diferente nível de acesso às tecnologias. Por isso, sugerimos que, dentro das possibilidades, a/o professor/professora se certifique das condições dos/das estudantes para escolher a forma adequada de desenvolver as atividades.

Se a escola conta com laboratório de informática, o/a professor/professora pode propor a construção coletiva de um *blog*.

Divida a turma em grupos; divida o blog em seções; estabeleça as tarefas de cada grupo. Estimule a colaboração entre os/as estudantes para que aqueles que entendem da tecnologia ajudem e ensinem os colegas, que não dominam a tecnologia, a usá-la.

Se o colégio não possui laboratório de informática, organize um jornal, onde cada grupo fica responsável por uma seção. Estabeleça os temas de cada seção, estimule os/as estudantes a colaborarem com ideias e com o desenvolvimento da editoração.

Outra forma de narrativa pode ocorrer a partir da produção de vídeos, por meio das câmeras dos celulares dos/das estudantes. Cada grupo escolhe uma forma de produção (telejornal, fazendo a releitura de alguns dos temas; encenação; documentário, entre outros).

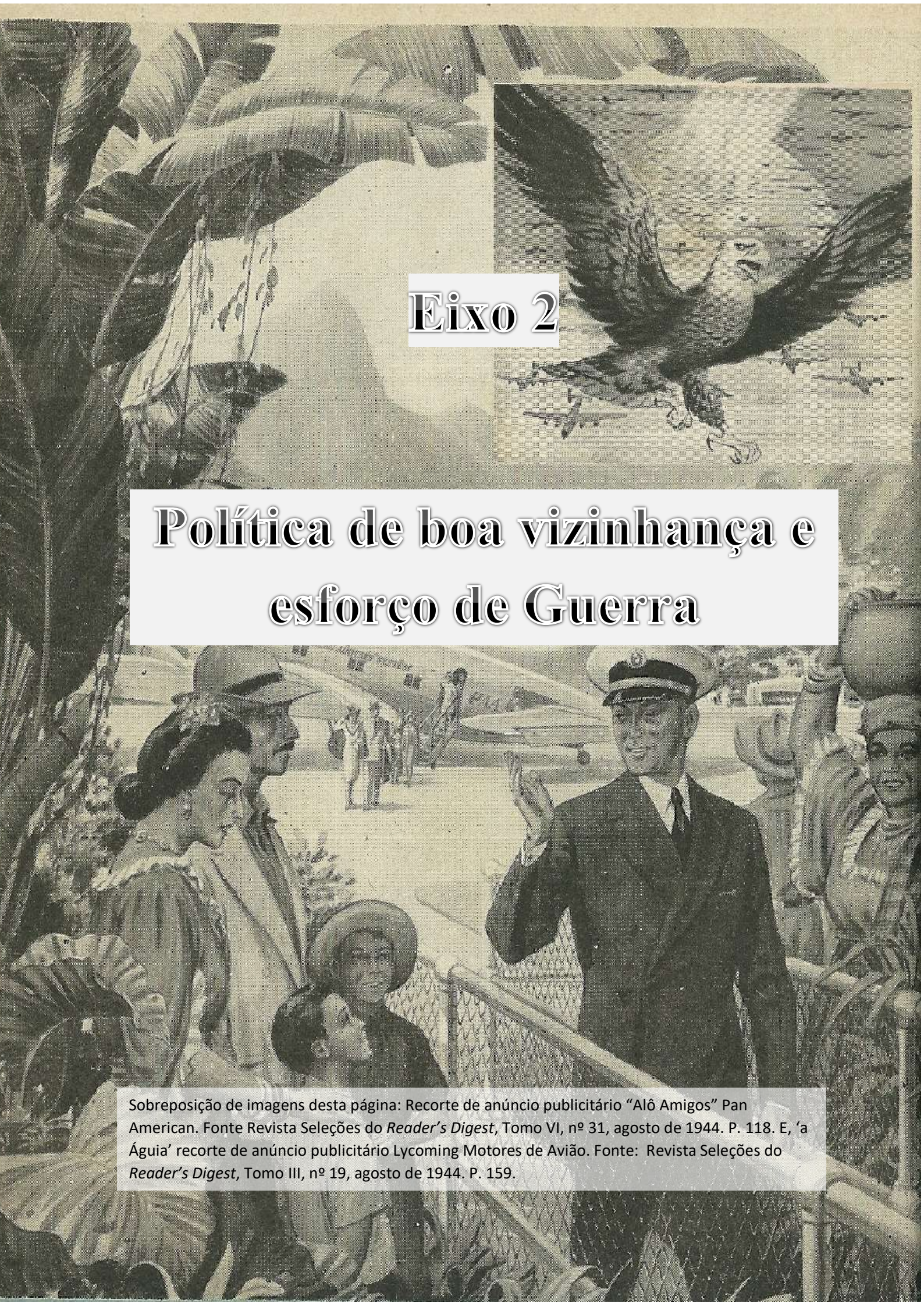
Em último caso, a narrativa também pode ocorrer de forma individual, a partir da produção textual conforme modelo disponibilizado na sequência.

ATIVIDADE PROPOSTA – PRODUÇÃO DE TEXTO

ALUNO: _____ **DATA** _____ **TURMA:** _____

Com base nas leituras, análises, debates sobre os documentos 1, 2, 3 e 4, elabore um texto explicitando as principais características do regime nazista relacionando-os aos seus conhecimentos prévios e às informações do livro didático.

This image shows a full page of white paper with horizontal blue or grey ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page, providing a template for handwriting practice. There are no margins, text, or other markings on the page.



Eixo 2

Política de boa vizinhança e esforço de Guerra

Sobreposição de imagens desta página: Recorte de anúncio publicitário "Alô Amigos" Pan American. Fonte Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo VI, nº 31, agosto de 1944. P. 118. E, 'a Águia' recorte de anúncio publicitário Lycoming Motores de Avião. Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo III, nº 19, agosto de 1944. P. 159.

Um texto para começar

A “POLÍTICA DE BOA VIZINHANÇA” E O BRASIL

Nos anos de 1930 e 1940, o governo do presidente Roosevelt pôs em prática uma política de aproximação com a América Latina conhecida como “política da boa vizinhança”. O texto a seguir aborda esse assunto:

No esforço de conquista de aliança para a guerra, os Estados Unidos intensificaram sua política de “boa vizinhança”. [...]

Essa política de alianças, baseada na “boa vizinhança”, deveria ir além de seus aspectos diplomáticos e econômicos. [...] Assim, os principais objetivos da política [...] norte-americana para com seus “bons vizinhos” continentais não se limitariam a garantir a liderança política [...] mas também incluíam a disseminação do *American Way of Life*, através da divulgação dos valores culturais e ideológicos do capitalismo liberal norte-americano.

À medida que a sombra da guerra se espalhava pela Europa e atingia o Norte da África, e o Eixo conquistava, cada vez mais, simpatizantes na América do Sul, os esforços norte-americanos para garantir o apoio latino-americano às suas políticas iam sendo ampliados.

[...] Das medidas de “boa vizinhança” empreendidas, as mais visíveis foram aquelas de caráter cultural. Hollywood “descobriu” a América latina e vários filmes foram feitos utilizando suas temáticas, cenários e atores. No Brasil, a presença de Carmem Miranda em películas de Hollywood, a criação do personagem Zé Carioca, por Walt Disney, e a produção nunca acabada de um filme do cineasta Orson Welles, tornaram-se as “contribuições” mais notórias. [...]

Contudo, por mais que se apresentasse como uma via de mão dupla, na verdade a política de “boa vizinhança” consistiu na disseminação unilateral de valores e produtos de consumo norte-americano. [...] A essência de todos os programas de intercâmbio era clara: os norte-americanos eram aqueles que ensinariam os irmãos latinos a crescerem e se desenvolverem como nações em todos os sentidos [...]. Enquanto isso, a contrapartida latino-americana, e do Brasil, em particular, era enviar recursos materiais estratégicos e oferecer suas culturas nacionais “exóticas” para o entretenimento [...] das massas consumidoras norte-americanas. A curta duração desse intercâmbio mostra quão pragmática, para os Estados Unidos, foi essa aproximação. [...]

Fora da área econômica, política e estratégica, as principais consequências, para o Brasil, dessa política de “boa vizinhança”, foram, por outro lado, a consolidação do imperialismo cultural, principalmente com a difusão dos produtos da indústria de entretenimento e, por outro lado, a instituição definitiva do norte-americanismo como paradigma cultural, em substituição ao paradigma europeu (principalmente o modelo francês, até então padrão de “civilidade” cultural das elites urbanas do país).

Fonte: FERRAZ, Francisco Cesar. **Os brasileiros e a Segunda Guerra Mundial**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005. p. 28-32.

Explorando o tema

Para melhor compreensão dos propósitos do governo dos Estados Unidos para com os países latino-americanos na intenção de estreitar suas relações é necessário conhecer o papel desenvolvido pela agência norte-americana, conhecida aqui no Brasil como Birô Internacional.

Fundada a partir de uma parceria público/privada, na representação do presidente Franklin Roosevelt e o empresário Nelson Rockefeller, a *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs* (Coordenador de Assuntos Interamericanos) (OCIAA) era formada por quatro divisões: a de comunicações, que incluía as seções de rádio, cinema, imprensa; a de comércio e finanças; de saúde que tinha como foco os programas sanitários e a divisão de relações culturais (MOURA, 1984, p. 9-15).

A Divisão de Comunicação e Informação foi o principal veículo para divulgar informações positivas sobre os Estados Unidos nos países latino-americanos. A tática de propaganda da agência abrangia a publicação de folhetos, pôsteres e artigos sobre as relações interamericanas para as principais publicações brasileiras (MONTEIRO, 2006, p. 61).

Em 1942, a agência formulou um projeto, chamado *Cooperation with U.S. Advertisers in the other American Republics* (numa tradução livre: cooperação com anunciantes dos Estados Unidos nas outras repúblicas americanas) em conjunto com o Departamento de Comércio, de Tesouro e de Estado dos Estados Unidos, sugerindo que industriais, comerciantes e exportadores estadunidenses não deixassem de anunciar, apesar das dificuldades de se atender aos pedidos no período da guerra e que, em seus anúncios, publicassem mensagens que remetessem à política da boa vizinhança (MONTEIRO, 2006, p. 64).

O objetivo era garantir reserva de mercado para o pós-guerra, quando era necessário solidificar as marcas de produtos dos Estados Unidos nas outras repúblicas. Além do mais, a agência acreditava que a propaganda feita por exportadores norte-americanos durante a guerra poderia contribuir para explicar as razões da escassez de determinados produtos, fazendo com que a população pudesse solidarizar-se com o esforço de guerra e aprender a conservar os produtos mais escassos. Indiretamente, a manutenção dos anúncios publicitários foi fundamental para a sobrevivência da maioria

dos meios de comunicação da época (MONTEIRO, 2006, p. 65).

Nesse sentido, percebem-se, por meio de análise das peças publicitárias, os reflexos da política externa dos Estados Unidos em se aproximar dos países da América Latina introduzindo um discurso que, ao mesmo tempo, divulgava o estilo de vida americano, preconizava a liberdade, democracia, um futuro de paz e prosperidade que só se consolidaria pela união das Américas.

O Eixo dois tem como tema a “*Política de Boa Vizinhança*” e *Esforço de Guerra*, e a revista *Seleções do Reader’s Digest* teve papel fundamental na divulgação dos valores estadunidenses no Brasil, dentro desse contexto histórico.

Neste eixo, apresentaremos diferentes anúncios publicitários divulgados nas páginas da revista *Seleções*. No contexto da sala de aula, ao analisar um artigo ou um anúncio publicitário, o/a estudante deve, inicialmente, estar consciente de que cada veículo de comunicação carrega em si mensagens que agregam e alteram hábitos e pensamentos, inserindo novos significados. Por exemplo, as peças publicitárias, ao anunciar um novo produto, busca incorporar no leitor o uso do produto em seu cotidiano, naturalizando-o. O mesmo ocorre com as ideias difundidas, há nas mensagens dos artigos a difusão de valores categorizando o que é bom e o que é mau.

REFERÊNCIAS

MONTEIRO, Érica Gomes Daniel. **A Guerra como Slogan**: visualizando o *Advertising Project* na propaganda comercial da revista *Seleções do Reader’s Digest* (1942-1945). Rio de Janeiro, 2006. 174 f. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Rio de Janeiro.

MOURA, Gerson. **Tio Sam chega ao Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 1984.

TEMA: QUEM SÃO OS INIMIGOS?

DOC. 1 – ANÚNCIO LOCKHEED

O RAIO FULMINANTE . . .

Rápido e fulminante como o raio, de que toma o nome; prodígio de agilidade a elevadas altitudes—o Lockheed *Lightning* é um interceptor de “nervos de aço”, uma aeronave construída para atingir novos tetos de altitude—e manter-se lá por cima, dando e levando com vigor!

É o avião próprio para deter os bombardeiros inimigos,—sejam eles de mergulho ou de grande raio de ação, a

baixas ou grandes altitudes,—antes de poderem alcançar os seus objetivos. Construído também para escolta e combate ao lado de nossos próprios bombardeiros, é o avião próprio para varrer os céus inimigos e policiar nossos próprios céus, ao lado de outros rijos aparelhos de combate, de construção americana, voando ao serviço das Nações Unidas, para conquistar a supremacia aérea nesta guerra.

COM *Lockheed* SEMPRE NA VANGUARDA

Lockheed Aircraft Corporation • Burbank, Califórnia, E.U.A.



Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*. Tomo II, nº 6, julho de 1942. p. 117.

DOC. 2 – ANÚNCIO LOCKHEED: CAÇANDO JAPONESES

CAÇANDO JAPONESES SEM UM SÓ CANHÃO

Armado de máquinas fotográficas em vez de canhões, um P-38 Lockheed Lightning fotografava a base japonesa de Rabaul. Subitamente dez aviões japoneses, tipo Zero, surgem da banda do sol. Antes que o piloto desse acordo de si as balas traçadoras atingiram-lhe o avião, paralisando um dos motores.

Com um motor apenas, o piloto ainda conseguiu subir oito quilômetros e safar-se, para ser atacado 600 quilômetros mais adiante, por três outros Zeros. De novo o piloto logrou escapar a seus inimigos — chegando finalmente à Nova Guiné com fotografias que vieram a ser de importância vital para a vitória do Mar de Coral.

O Lightning é usado para expedições de reconhecimento fotográfico porque pode voar mais depressa, mais longe e mais alto que qualquer avião de caça inimigo. Pode aguentar muita pancada e ainda assim completar sua missão. Essas qualidades são o resultado de meses de estudo e mais meses de testes. *Antes* de começar a fabricá-los, experimentamos todos os novos tipos nos nossos tuneis de ensaio, e assim conseguimos garantir a perfeição básica de desenho que dá aos aviões Lockheed e Vega a sua extraordinária resistência e durabilidade. Lockheed Aircraft Corporation, Vega Aircraft Corporation, Burbank, California, E.U.A.

Com **Lockheed** sempre na vanguarda



Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*. Tomo III, nº 19, agosto de 1943. p. 143.

DOC. 3 – RCA VICTOR: NA BATALHA DA PRODUÇÃO



NA BATALHA DA PRODUÇÃO

Há mais de dois anos que os gerentes da RCA Victor vêm se esforçando para pôr a sua empresa em pé-de-guerra

Já em setembro de 1939, quando o macaréu sanguinolento do nazismo devastou a Polônia, a RCA Victor reconheceu imediatamente o papel que a sua utensilhagem viria a desempenhar numa guerra em que a rapidez e a coordenação das comunicações tinha tão alta importância. Foi esta uma das primeiras empresas a manufaturar materiais destinados a auxiliar as Nações Unidas, pelo sistema do arrendamento-empréstimo.

Quatro meses antes do ataque a Pearl Harbor, a RCA Victor dizia aos seus clientes: "Para a RCA Victor, a Defesa Nacional está em primeiro lugar. Ao lado dela, nada mais nos parece importante."

Atualmente, estamos trabalhando de dia e de noite para a defesa da liberdade. O material de rádio RCA Victor, as válvulas RCA e os instrumentos especiais de RCA Victor, estão-se batendo nas frentes de guerra.

Recebemos da Marinha de Guerra dos E. U. A. a invejada Flâmula "E"—emblema de excelência no labor pela defesa nacional—a mais alta honra que a Marinha dos Estados Unidos pode conferir a qualquer industrial.

V. S. tem a sua quota-parte nessa honra—e é digno de nossa gratidão. Porque V. S., e milhares de outros compradores Norte e Sul-Americanos dos produtos RCA Victor, tornaram possível, pelas suas compras do passado, a experiência e a qualidade da utensilhagem com que nós estamos hoje trabalhando.

Captem os programas RCA Victor de onda curta, emitidos pelas estações WRCA e WNBI—11.890 e 9.670 kcs.

RCA VICTOR

RCA MANUFACTURING COMPANY, INC., CAMDEN, N. J., E. U. A.

RCA Victor Brasileira—Caixa Postal 2726, Rio de Janeiro, Brasil

DIALOGANDO

O uso das peças publicitárias, enquanto fonte, pode ter variadas temáticas: relações de trabalho, industrialização, saúde, alimentação, lazer, etc. É preciso retirar os elementos do anúncio e relacioná-los ao contexto histórico de sua produção.

Uma tabela¹⁵ como a que segue, pode ser útil na coleta de dados.

.Imagem	Dados da fonte: local e data da publicação, página e acervo.
Produto/marca	Produto anunciado e a marca responsável
Destinatário	Pode ser explícito ou implícito na propaganda
Personagem/ambiente	Descrição da cena: ambiente e personagens
Figuras de retórica	Como se dá o convencimento para aquisição do produto
Valores promovidos	Ex. felicidade, sucesso, amizade, competição, violência.

Distribua entre os/as estudantes cópias dos documentos 1, 2 e 3, e uma cópia da tabela acima com espaço para que possam escrever suas impressões sobre os documentos analisados. Depois, projete as imagens por meio de um *Datashow*, promova uma roda de conversa para que os/as estudantes possam apontar detalhes nas imagens e trocar informações.

A partir dos documentos é possível detectar o uso da publicidade e dos meios de comunicação pela política. Os meios de comunicação de massa podem ser vistos como instrumentos de convencimento destinados a “inculcar” valores e crenças; eles foram amplamente usados pelo nazismo, fascismo, varguismo e peronismo. O governo americano também se valeu desse instrumento para difundir valores.

Com base nas impressões dos alunos e nos debates gerados a partir da análise das imagens, incentive os/as estudantes para o desenvolvimento de uma pesquisa sobre o uso dos meios de comunicação pela política, no Brasil na década de 1940. Peça para que identifiquem como os meios de comunicação são usados na atualidade.

Dica: os/as estudantes também produzem, reproduzem e difundem informações, inclusive informações políticas. Aprofunde o tema explorando o uso das redes sociais para fins políticos, notícias falsas, a produção de *memes* que projetam imagens negativas de personalidades políticas.

¹⁵ JASKIU, Janaina. **Papéis em revista:** ensino de História e as representações de gênero na publicidade da revista O Cruzeiro (1930-1975). Ponta Grossa, 2018. Dissertação (Mestrado). Universidade Estadual de Ponta Grossa. p. 167.

TEMA: POLÍTICA DE “BOA VIZINHANÇA”

DOC. 1 – NATIONAL: “UM IDIOMA COMUM”



**UM IDIOMA COMUM
É UM NOME BASTANTE
CONHECIDO NAS AMÉRICAS**

O DINHEIRO, como medida de valor em todos os países, fala um idioma que todos o entendem. Seja qual for o nome que lhe dêem, ele fornece os meios de compra para as necessidades e coisas agradáveis da vida, para fazer o bem, e em geral, permite a continuação dos negócios essenciais ao bem-estar dos povos no hemisfério Americano.

Porem, a despeito do muito trabalho que dá o ganhá-lo, ou de que se haja ganho com merecimento—o dinheiro é impessoal. Tê-lo, não é prova de que o possuímos.

A posse do dinheiro deve ficar estabelecida por outros meios. Por isso é que é necessária uma garantia apropriada e um registro exato, onde quer que haja transações, posse, dívida, ou câmbio de dinheiro.

Esses registros essenciais e essa proteção e informação vitais são eficiente e economicamente obtidos com o uso de produtos designados para este fim, e que são bem conhecidos em lojas e estabelecimentos, grandes e pequenos, em todos os países das Américas—do Sul, Centro e do Norte.

Esses produtos são as Caixas Registradoras e Máquinas de Contabilidade National.



CAIXAS REGISTRADORAS • MÁQUINAS DE CONTABILIDADE
RUA CHILE No. 31 • RIO DE JANEIRO

ESCRITÓRIOS FILIAIS

Belém, Pará	Campos, Rio de Janeiro	Porto Alegre,	Santos, São Paulo
Belo Horizonte, Minas	Curitiba, Paraná	Rio Grande do Sul	São Paulo
Gerais	Fortaleza, Ceará	Recife, Pernambuco	São Salvador, Bahia

Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest* Tomo III, nº 16, maio de 1943. p. 149.

DOC. 2 - UNITED STATES RUBBER COMPANY: POR QUE LUTAMOS?



POR QUE LUTAMOS?

Lutamos para que haja liberdade no mundo . . .
 Para que os homens sejam e se sintam LIVRES . . .
 LIVRES para a prática de sua religião . . .
 LIVRES para expressar suas idéias e opiniões . . .
 LIVRES da miséria econômica . . .
 LIVRES de todo temor de opressão . . .
 Lutamos para preservar a dignidade humana . . .
 para abater a prepotência bestial que se ergue
 contra todos! Lutamos para favorecer o verdadeiro
 progresso, para estabelecer a igualdade de direitos
 . . . concórdia e fraternidade entre os povos!

UNITED STATES RUBBER EXPORT CO., LTD.
Fabricantes dos pneumáticos Royal
 1230 SIXTH AVENUE, NOVA YORK, E.U.A.

UNITED STATES RUBBER COMPANY
 U.S. MADE

Para isso, os operários, cientistas, empregados, todos os que fazem parte da United States Rubber Company, dedicam seus melhores esforços, todas as suas energias à produção de equipamento para as Nações Unidas. Se hoje faltam pneumáticos e outros artigos de borracha para uso civil, é porque o material básico está sendo utilizado para forjar a Vitória!

No Canadá: Dominion Rubber Co., Ltd.

Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo IV, Nº 20, setembro de 1943, p. 136.

DOC. 3 – ANÚNCIO COCA-COLA



Beba
Coca-Cola
MARCA REGISTRADA
Bem gelada

Um costume agradável

“Coca-Cola” bem gelada possui o dom especial de tornar qualquer reunião mais amigável. Quando se está entre amigos, é um costume agradável o da... *pausa que refresca*, com “Coca-Cola” bem gelada.

**QUALIDADE DIGNA
DE CONFIANÇA**

COPYRIGHT 1943 BY THE COCA-COLA COMPANY
PROPRIEDADE LITERÁRIA E ARTÍSTICA RESERVADA

UNIDOS HOJE  UNIDOS SEMPRE



Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo V, Nº 24, janeiro de 1944, p. 140.

DOC. 4 – TEXACO: “ÀS SUAS ORDENS”



**ÀS
SUAS ORDENS**

para o abastecimento de melhores produtos de petróleo

Procedentes de milhares de poços de petróleo da Texaco, passando por uma enorme rede de canos condutores, os preciosos óleos crus veem se transformar por refinação em combustíveis e lubrificantes de primeira qualidade... preferidos em tantas industrias de importancia bélica.

THE TEXAS COMPANY
e seus distribuidores

TEXACO
MARCA
REG.

UNIDAS HOJE
UNIDAS PARA
SEMPRE

TEXACO PRODUTOS DE PETROLEO

Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo IV, Nº 21, outubro de 1943, p. 139.

DIALOGANDO

Sugestão: Separe a turma em quatro grupos; distribua um documento para cada grupo analisar. Utilize a tabela¹⁶ abaixo para que um representante de cada grupo registre as impressões.

Após um tempo determinado, com a imagem do documento projetada no *Datashow*, cada grupo socializará a análise.

Imagem	Dados da fonte: local e data da publicação, página e acervo.
Produto/marca	Produto anunciado e a marca responsável
Destinatário	Pode ser explícito ou implícito na propaganda
Personagem/ambiente	Descrição da cena: ambiente e personagens
Figuras de retórica	Como se dá o convencimento para aquisição do produto
Valores promovidos	Ex. felicidade, sucesso, amizade, competição, violência.

Após a socialização, o/a professor/professora, com base na dinâmica, conduzirá alguns questionamentos para aprofundamento do tema e do debate:

- 1 – Quais os elementos comuns nos quatro documentos?
- 2 – Quais os valores promovidos?
- 3 – Na atualidade, é possível perceber uma identificação cultural entre os países latino-americanos?

Aprofundando o tema

Professor/professora: o documento 4 permite dialogar com os tempos atuais por meio de questões que envolvem as políticas externas adotadas pelos Estados Unidos. Por exemplo, a pretensão de se construir um muro na fronteira com o México como medida para conter a imigração.

Para saber mais acesse: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2019/02/15/veja-como-os-eua-vao-construir-o-muro-na-fronteira-com-o-mexico.ghtml>

Incentive os/as estudantes a assistirem a reportagem “A Besta”, produzido pela Rede de Televisão Record, sobre as dificuldades de quem tenta entrar nos Estados Unidos para conseguir condições sociais melhores. Acesse:

<https://www.youtube.com/watch?v=AJ74mXMs9lo>

¹⁶ JASKIU, op. cit., p. 167.

Sugestão de Leitura

A AMÉRICA LATINA

Surgida como apêndice da economia europeia, no contexto da expansão marítima ibérica, a América Latina constituiu-se a partir do olhar estrangeiro ao longo dos séculos de colonização. Aqui se encontraram espanhóis, portugueses, africanos, indígenas e outros, existindo, entre estes, nítidas relações de poder que conformaram a organização social e ditaram rumos culturais e históricos. A própria ideia de uma América caracterizada como Latina é expressão do domínio colonial sobre as terras do Novo Mundo, em detrimento dos povos nativos ou daqueles trazidos como escravos [...].

Como registro formal, o termo América Latina tem seu primeiro uso em 1856, no poema *Las Dos Américas*, do escritor colombiano José María Torres Caicedo, no qual o autor contrapõe a América Latina à América de colonização inglesa. [...]

A unificação em torno desse nome, apesar de tamanha diversidade, veio a partir de sua oposição à Europa e aos Estados Unidos da América (EUA), estes tidos como legítimos representantes da Modernidade. Observa-se, assim, que o agrupamento dos países latino-americanos no discurso histórico vem sempre acompanhado dos distintivos de sua antimodernidade: o subdesenvolvimento visto como atraso moral, cultural, intelectual e, conseqüentemente, político e econômico. [...]

Para falarmos sobre integração e identidade latino-americana, é essencial uma incursão na história da América Latina e da relação desses países entre si. Entretanto é preciso considerar a interação das nações de colonização hispânica entre si e o caso do Brasil, por sua matriz lusitana. [...]

Tomando em perspectiva as diferenças, devemos encará-las como construções históricas e políticas que, em parte, responderam pelo afastamento do Brasil do restante da América Latina e por dificuldades na integração. Após a independência da maioria dos países latino-americanos, o Brasil se orgulhava por ser a única monarquia no subcontinente e valorizava seus vínculos com a Europa. [...]

Ao longo do século XIX e nas primeiras décadas do século XX, intelectuais latino-americanos se ocuparam com a tarefa simultânea de investigar e criar identidades nacionais. Na afirmação do nacional, a diferenciação dos países vizinhos era elemento essencial. O outro europeu se transformou em interlocutor constante (mesmo quando desinteressado) no processo de formação cultural de suas antigas colônias. [...]

Nas décadas de 1950 e 1960, a identidade comum latino-americana voltou a tornar-se relevante, agora na relação com os EUA. É no período do pós-Segunda Guerra Mundial que o termo América Latina de fato se consagrou. [...]

Nas últimas três décadas, a temática da integração latino-americana tem sido bastante abordada, sobretudo com a aproximação entre Brasil e Argentina ao longo da década de 1980, período de redemocratização em ambos os países, que culminou com a criação do Mercosul, em 1991 (Santos, 2005). O processo de formação de blocos regionais, nesse período, baseou-se fundamentalmente na integração econômica. [...]

ALVES, Cândida Beatriz; PEDROZA, Regina Lúcia Sucupira. Identidade, universidade e integração na América latina: um estudo de psicologia. **Psicol. rev. (Belo Horizonte)**, v. 24, n. 3, p. 855-874, dez. 2018 . Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1677-11682018000300012&lng=pt&nrm=iso>. acesso em 08 mar. 2020.

Texto completo também disponível em: <https://drive.google.com/open?id=1f-yJrNBI8KuawSTCHQmb856XQkou52gJ>

TEMA: POLÍTICA DE “BOA VIZINHANÇA” E ESFORÇO DE GUERRA

DOC.1 – A GUERRA TEM SEU LADO BOM

Vejamos o que oferece o futuro – em ELETRÔNICA

A guerra tem seu lado bom



Das cinzas da guerra começam a surgir maravilhas – coisas que prometem benefícios enormes à humanidade – como a *Eletrônica*, a ciência que virá iluminar no futuro os passos do gênero humano.

O trabalho será mais fácil, e mais agradável a existência; poderemos disfrutar de inúmeros confortos . . . Novos rádios, geladeiras, e muitos outros utensílios elétricos para o lar – todos simplificados e melhorados graças à *Eletrônica* – farão sobressair o gênio dos técnicos da Westinghouse, cujos triunfos no campo da Eletrônica metamorfosearão as calamidades da guerra em benefícios incontáveis, quando soar a hora da Paz.

A Westinghouse está sempre na vanguarda dos inventos e realizações destinados a transformar nossa vida futura. O labor de nossos cientistas – no domínio da Eletrônica e das Matérias Plásticas – dará ao mundo o fruto de tantas novidades já hoje postas em prática, de tantos progressos que já hoje são realidade. Quando tivermos ganho esta guerra, o distribuidor da Westinghouse oferecerá a V. S. uma infinidade de produtos que constituirão o melhor da vida moderna. No ínterim, todos os nossos esforços estarão concentrados na tarefa dos homens livres: alcançar a Vitória. Westinghouse Electric International Company, 40 Wall Street, Nova York, E. U. A.

Westinghouse

Estabelecida em 1886



“PRIMEIRA no Passado...PRIMEIRA no Futuro”

DOC. 2 – PHILCO: BANDEIRA DE BATALHA



BANDEIRA DE BATALHA

para os Soldados Philco de Produção

Simbolos da sociedade vital entre os soldados da frente e os soldados da produção, estas bandeiras de honra têm sido conferidas aos homens e mulheres de Philco por alto desempenho em produção para a guerra.

Nos laboratórios Philco e suas linhas de produção, têm-se realizado para a guerra,

milagres da ciência electrónica. Ganhada a Victoria, Philco voltará á cabeça outra vez para trazer a V.S. novos radios sensacionais, receptores de televisão, refrigeradores e acondicionadores do ar nascidos destes milagres científicos. Do horror de guerra sairão para a paz, comodidades e conveniencias não sonhadas.

PHILCO

"O RADIO QUE MAIS SE VENDE NO MUNDO"

DOC. 3 – OS QUE CAEM PARA SERVIR

OS QUE CAEM PARA SERVIR!

São vidas de séculos que o lenhador derruba para que melhor sirvam à humanidade. Depois, os tratores os puxam ou os caminhões os transportam, até novo destino. Em toda sua trajetória para ser útil, esse importante produto brasileiro — a madeira — segue sob o auxílio direto de produtos petrolíferos.

E a maior parte das vezes, é Esso que está presente, garantindo qualidade e suprimento perfeito e adequado, para máquinas, instrumentos de trabalho ou motores.

Esso auxilia o progresso do Brasil.

**Standard Oil Company
of Brazil**

Um emblema de qualidade  Um símbolo de serviço



Fonte: Revista Seleções do Reader's Digest, Tomo IV, Nº 21, outubro de 1943, p. 144.

DOC. 4 – BORRACHA PARA LIBERDADE



A LIBERDADE!

BORRACHA PARA PNEUMÁTICOS

Todos os americanos — do Norte, Centro e Sul — estamos unidos num mesmo anelo: o de manter as Liberdades Democráticas. Nesta tremenda luta, queremos que seus defensores tenham as melhores armas para vencer.

A borracha é essencial aos modernos armamentos. Requerem-se enormes quantidades dela. Por isso há escassez de pneumáticos para uso civil... Mas os serviços indispensáveis na sua localidade não devem sofrer atrasos ou embaraços devido ao desgaste de pneus.

Consulte aos distribuidores da U.S. Royal sobre os meios de fazer com que eles durem mais. E considere que, se não há material novo é porque o estão usando os que expõem a própria vida para que a humanidade continue a ser livre!

UNITED STATES RUBBER EXPORT CO., Ltd.
Fabricantes dos Pneumáticos U. S. ROYAL
1230 Sixth Avenue, Nova York, E. U. A.



Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo III, Nº 17, junho de 1943, p. 141.

DOC. 5 – PNEUS GOODYEAR



Mande verificar os seus pneus, interna e externamente, agora e cada 4.000 kms.

Verifique a pressão de ar ao menos uma vez por semana.

Verifique o funcionamento dos freios e mande ajustá-los, hoje e cada 4.000 kms.

Alterne a posição dos pneus, inclusive o sobresalente, cada 4.000 kms.

Mande verificar o alinhamento das rodas, hoje e cada 4.000 kms.

REDUZA

a marcha para ganhar quilometragem

A velocidade causa excessivo aquecimento —o pior inimigo dos pneus. Velocidade nas curvas apressa o desgaste das bandas de rodagem.

Quanto mais devagar conduzir o seu carro, maior quilometragem alcançará. Para máxima economia, siga também estas 5 regras simples e eficientes.

UNIDOS HOJE
UNIDOS SEMPRE

✓ Peça ao seu Revendedor Goodyear o livreto
"COMO ECONOMIZAR OS PNEUS"

PNEUS
GOOD YEAR
INDÚSTRIA BRASILEIRA

DIALOGANDO

- 1 – Destaque em cada documento elementos que permitam perceber a política de “boa vizinhança”.
- 2 – Quais elementos, de cada documento, sugerem a ideia de “esforço de guerra”?
- 3 – Que outros elementos são perceptíveis e relevantes nos documentos?

Aprofundando o tema

Professor/professora: o documento 1 permite abordar, além das questões que envolvem o esforço de guerra, as inovações tecnológicas que surgiram no contexto da Segunda Guerra Mundial.

A partir desse elemento, leve as/os estudantes para o Laboratório de Informática do colégio, ou por meio de celulares, e organize uma pesquisa sobre as inovações tecnológicas e outras invenções que surgiram no contexto da guerra.

Sugestão de *sites* de curiosidades:

<https://segredosdomundo.r7.com/10-invencoes-de-guerra-que-voce-usa-ate-hoje/>

<https://www.militarbrasil.com.br/blog/da-guerra-para-o-dia-a-dia-8-coisas-criadas-para-guerra-que-presenciamos-diariamente/>

O documento 3, anúncio da Esso, associa a derrubada de árvore à ideia de progresso. Incentive os/as estudantes a realizarem uma pesquisa domiciliar com o tema: mito do progresso. Divida a turma em dois grupos e organize um debate expondo os prós e contra sobre a ideia de progresso disseminada na mídia.

Confeccione cartazes de conscientização da importância da preservação do meio ambiente e exponha para a comunidade escolar.

Sugestão de leitura: texto do economista Gilberto Dupas, publicado na coluna Opinião do Jornal Folha de São Paulo *Mito do Progresso*. Disponível em:

<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniao/fz3005200210.htm>

Os documentos 4 e 5 apelam para que o consumidor contribua para o esforço de guerra poupando os pneus e dão dicas para aumentar sua durabilidade. O/a professor/professora pode aproveitar a referência à borracha, do documento 4, para trabalhar um tema pouco, ou não, abordado pelos livros didáticos, que foi a *Batalha da Borracha*.

Os esforços de guerra proposto pelos Estados Unidos impôs ao Estado Novo uma mobilização de trabalhadores, por meio de recrutamento e alistamento, para a extração de látex nos seringais da Amazônia o que alavancou a migração nordestina.

Organize com os/as estudantes uma pesquisa sobre o tema.

Sugestão de *links*:

<https://www.portalsaofrancisco.com.br/historia-do-brasil/batalha-da-borracha>

Conexão com a Rede

A pesquisadora do Departamento Social da Fundação Joaquim Nabuco, Isabel Cristina Martins Guillen, discutiu em artigo a migração de trabalhadores nordestinos para a Amazônia durante o Estado Novo (1937-1945), quando se promoveu a “Batalha da Borracha”. Organizada como uma campanha nacional, ela foi o resultado de uma série de acordos firmados com os Estados Unidos (os Acordos de Washington) que objetivavam aumentar a produção de matérias-primas estratégicas para o esforço de guerra.

Para aprofundar o conhecimento sobre o tema, o artigo de Isabel Cristina Martins Guillen, com o título *A Batalha da Borracha: Propaganda Política e Migração Nordestina para a Amazônia durante o Estado Novo*, está disponível no endereço abaixo:

<https://drive.google.com/open?id=160JCBAKuE75XB-W1CE9wcPsy4MJdp8ep>

REFERÊNCIAS

MARTINS GUILLEN, Isabel Cristina. A Batalha da Borracha: Propaganda Política e Migração Nordestina para a Amazônia Durante o Estado Novo. **Revista de Sociologia e Política**, [S.l.], n. 09, p. 95-102, dez. 1997. ISSN 1678-9873. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/rsp/article/view/39301>>. Acesso em: 08 mar. 2020.

Os comunistas chineses são mesmo comunistas
significa uma Ásia também v



O REINADO VERMELHO

Os comunistas chineses são mesmo comunistas, e uma China vermelha
significa uma Ásia também vermelha



O REINADO VERMELHO NA CHINA
(Condensado de «The New Leader»)
Por Mary Knight

EM FACE AO PROBLEMA
DA UNIÃO SOVIÉTICA

Excertos do livro
Globe Itself

Eixo 3

Comunismo



POR WILLIAM C. BULLITT

Ex-Embaixador dos Estados Unidos na Rússia Soviética e na França, tendo também ocupado o posto
de Emisário Especial do governo americano no Oriente Médio.

Copyright 1946, William C. Bullitt, publicado por
Charles Scribner's Sons, Nova York. Preço \$2.50.

Compreenderão os no
ocidental poderá de

DUAS POTÊ

(Con

Um texto para começar

COMUNISMO

O Comunismo é uma ideia que se incorporou ao imaginário do Ocidente contemporâneo, sempre colocada em oposição ao Capitalismo. Tal ideia, no entanto, tem se tornado pouco compreendida pelas novas gerações, depois da queda do bloco de países socialistas, a partir de 1989, e com a ascensão da pós-modernidade e da globalização. Embora, para muitos, o Comunismo tenha sido um projeto político que morreu com o século XX, sua importância para a História do mundo contemporâneo ainda faz dele um tema atual.

[...]

É importante ressaltar que o conceito de Comunismo difere do de Socialismo, este último atuante em diversos regimes políticos ao longo do século XX. Os termos *Socialismo* e *Comunismo*, durante a segunda metade do século XIX, eram usados indiscriminadamente como referência à luta da classe trabalhadora. [...] Mas foi somente em 1917, quando foi criada a Terceira Internacional Comunista, que esse afastamento se consolidou: nesse momento, os partidos definidos como comunistas se engajaram na ação revolucionária de derrubada violenta do capitalismo, enquanto o entendido como um movimento constitucional e mais pacífico de reformas progressivas. Por outro lado, Lenin defendia que o Socialismo era uma fase de transição que conduziria a sociedade capitalista ao Comunismo propriamente dito. Nesse sentido, o Socialismo seria uma primeira fase de domínio das classes trabalhadoras, quando estas tomariam o poder e imporiam a Ditadura do Proletariado, mas onde ainda haveria divisões de classe.

REFERÊNCIA

SILVA, Kalina Vanderlei. **Dicionário de conceitos históricos**. 3ª ed. São Paulo: Contexto, 2017. P. 141.

INTRODUÇÃO AO EIXO 3

Desde que chegou ao Brasil, em fevereiro de 1942, até 1945, quando a guerra terminou, embora não fosse explícita, a Revista Seleções do *Reader's Digest* mantinha um tom de crítica em seus artigos quando se referia aos países que adotaram regimes políticos diferentes do modelo norte-americano.

Durante o período da guerra, a revista demonstrava sua preocupação com os rumos políticos tomados pela China. Pelo fato da União Soviética estar do mesmo lado que os Estados Unidos no conflito, não havia uma abordagem direta ao regime implantado naquele país.

Com o fim da guerra e a necessidade de reorganização política, a nível internacional, os artigos da revista *Seleções*, por meio de seus analistas políticos buscam conjecturar as possíveis transformações. De 1945, com o fim da Segunda Guerra, a 1949, numa análise superficial dos títulos dos artigos que tratam de política internacional, fica claro o início da bipolaridade no discurso da revista.

Neste Eixo, elegemos alguns artigos para análise. Neles, buscamos detectar o discurso que, de alguma forma, propagou o medo e a desconfiança no regime comunista.

TEMA: O COMUNISMO SOB SUSPEITA
DOC. 1 – ASSIM SE SUBJUGA UMA NAÇÃO

As técnicas, uma por uma,
do comunismo

ASSIM SE SUBJUGA UMA NAÇÃO

(Condensado de «*Human Events*»)

Por Bertrand de Jouvenel

Ilustre jornalista francês

A TÉCNICA de anexar países e submeter-lhes os povos progrediu a passos largos num decênio. Como artista na destruição de nações, Stáline se adiantou muito a Hitler.

Rememorando a conquista da Tchecoslováquia por Hitler, lembramo-nos das tropas em marcha, dos tanques fragorosos e dos enormes desfiles que sublinhavam as conquistas. Hitler confiava em forças militares visíveis. Não houve sinal do exército russo na segunda conquista da Tchecoslováquia. Tudo fora maquinado de dentro. A técnica de Stáline revelou-se tão destra quanto a de Hitler fora canhestra. Um comentarista irônico resumiu assim o lema do Kremlin: «A submissão do povo tem que ser operada pelo próprio povo.»

Como se processa isso? Analisemos a estratégia comunista para a conquista sucessiva de nações. Reune várias fases sutis.

A primeira pode ser chamada a Operação *Hino Nacional*. Consiste em identificar o Partido Comunista com o patriotismo, e não, como antigamente, com o internacionalismo e o anti-militarismo. Na França, todos os ídolos nacionais—os grandes franceses, inclusive soberanos, outrora objeto de escárnio, são agora ostentosamente reverenciados. O aniversário de Joana D'Arc era ocasião para comemorações católicas; hoje, os comunistas fazem questão de ser os primeiros a honrar essa «admirável filha do povo». Nos Estados Unidos, Jefferson e Lincoln são agora venerados pelos comunistas.

A Operação *Hino Nacional*, por sua vez, possibilita a Operação *Unanimidade*: a constituição de uma «frente popular» contra a «reação». Na Tchecoslováquia, a «frente popular» abriu caminho para o *putsch* de fevereiro.

A Operação *Hino Nacional* e a *Unanimidade* são imensamente profícuas para os comunistas. Primeiro, o apelo às massas é enormemente exaltado. Os marxistas descobriram, aliás um pouco tarde, que o homem do povo é patriota, cioso das glórias nacionais. Durante muitos anos, o progresso dos comunistas permaneceu embargado, simplesmente porque eles desprezavam os sentimentos nacionalistas. A Operação *Unanimidade* proporciona, ademais, um ar de respeitabilidade aos comunistas. Outra descoberta dos marxistas é que o povo gosta da respeitabilidade.

Alem disso, a Operação *Unanimidade* coloca os comunistas—enquanto ainda constituem minoria—nos postos

As técnicas, uma por uma,
do comunismo

ASSIM SE SUBJUGA UMA NAÇÃO

(Condensado de “*Humans Events*”)

Por Bertrand de Jouvenel

Ilustre jornalista francês

A técnica de anexar países e submeter-lhes os povos progrediu a passos largos num decênio. Como artista na destruição de nações, Stáline se adiantou muito a Hitler.

Rememorando a conquista da Tchecoslováquia por Hitler, lembremo-nos das tropas em marcha, dos tanques que sublinhavam as conquistas. Hitler confiava em forças militares visíveis. Não houve sinal do exército russo na segunda conquista da Tchecoslováquia. Tudo fora maquinado de dentro. [...]

Como se processa isso? Analisemos a estratégia comunista para a conquista de nações. Reune várias fases sutís.

A primeira pode ser chamada a Operação *Hino Nacional*. Consiste em identificar o Partido Comunista com o patriotismo, e não, como antigamente, com o internacionalismo e o anti-militarismo. Na França, todos os ídolos nacionais - outrora objeto de escárneo, são agora ostentadamente reverenciados. [...]

A Operação *Hino Nacional*, por sua vez, possibilita a Operação *Unanimidade*: a constituição de uma “frente popular” contra a “reação”. [...]

A Operação *Hino Nacional* e a *Unanimidade* são imensamente profícuas para os comunistas. Primeiro, o apelo às massas é enormemente exaltado. Os marxistas descobriram, aliás um pouco tarde, que o homem do povo é patriota, cioso das glórias nacionais. [...] Outra descoberta dos marxistas é que o povo gosta de respeitabilidade..

Além disso, a Operação *Unanimidade* coloca os comunistas – enquanto ainda constituem minoria – nos postos críticos, de onde dominam o mecanismo do governo. [...]

Para a conquista dos cargos importantes, porém, outra operação torna-se necessária. A essa nós, os franceses, denominamos, à nossa maneira crua, Operação *Cuco*. Ela visa o partido Social Democrático, ou aqueles que, nos Estados Unidos, são curiosamente chamados “liberais”.

Em todos os países europeus, os membros do partido Social Democrático constituíram poderosas organizações trabalhistas: sindicatos, agremiações juvenis, femininas, etc. Agora, num gesto de amizade fraternal, os comunistas se dispõem a repartir o seu todo com os socialistas. Confiam as diretorias aos socialistas, aceitando os cargos mais humildes de

secretaria. Stáline já demonstrou quanto se pode fazer de dentro do gabinete de secretário. É ali que se concentra o trabalho de organização e, cedo, os sindicatos são “colonizados” por comunistas.

De capital importância no processo de conquista é a Operação *Calúnia*, destinada a desmoralizar antecipadamente toda resistência ao golpe comunista. Durante a fase da Operação *Unanimidade*, os comunistas mostram-se magnanimamente dispostos a dar-se com todos. Mas, pouco a pouco, começa-se a propalar que Fulano é simpatizante fascista, anti-semita, germanófilo, “isolacionista” ou outra coisa qualquer. O rebate jamais emana abertamente dos comunistas, mas seus cúmplices repetem. A calúnia visa qualquer pessoa que, embora nem seja inimiga dos comunistas, é tida por eles como possível elemento de estrêua resistência.

[...] Chega então o momento oportuno para a Operação *Reichstag*, assim denominada em honra a Göring, a qual consiste na descoberta de uma conspiração. Mas é preciso que se trate de uma conspiração realmente infame, envolvendo capitalistas, financistas e potências estrangeiras. Sempre que possível são implicados os nazistas, ainda hoje, devido ao horror que inspiraram. [...]

Tais são, em suma, os métodos pelos quais o comunismo procura arrebatrar o poder em toda parte.

Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo XIV, nº 80, setembro de 1948. p. 93-94.

Aprofundando o tema

Professor/professora: para interpretação do documento 1, é necessário tomar alguns cuidados para não reforçar valores negativos/positivos ou estereotipados relacionados ao comunismo. Não é função do professor/professora fazer apologia a determinados sistemas ou regimes políticos, econômicos e sociais em detrimento de outros. O objetivo a ser atingido por meio do documento 1 é refletir sobre os discursos da revista Seleções que buscavam convencer seus leitores do “perigo” representado pelo comunismo.

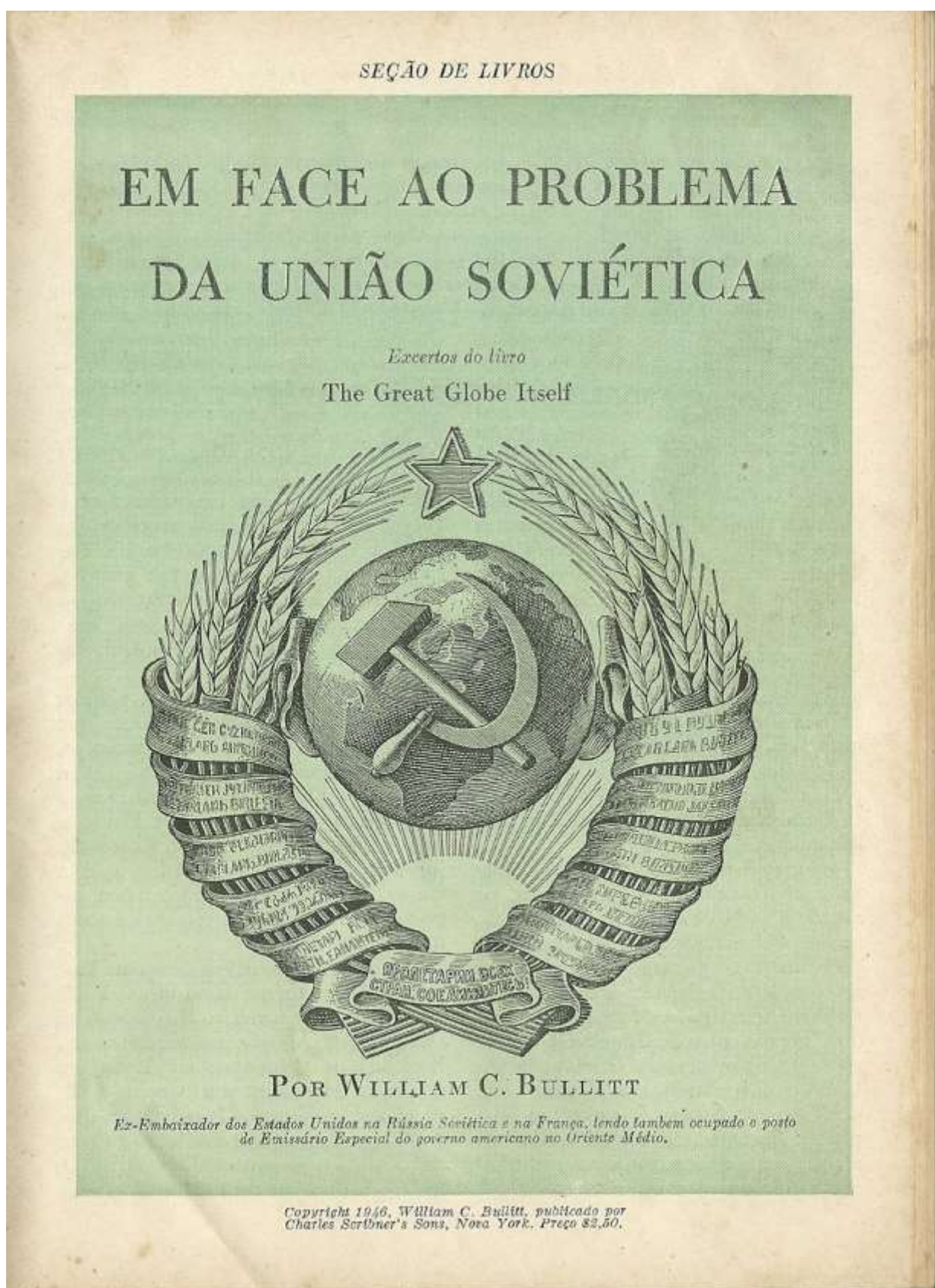
Para refletir melhor sobre o tema, mostre aos estudantes que as táticas pelas quais a revista Seleções acusa os comunistas de usarem para conseguir o poder, já foram aplicadas em outros momentos históricos, com outros objetivos. Um exemplo foi a implantação do Estado Novo por Getúlio Vargas. Exaltando o nacionalismo e plantando notícia falsa sobre um plano comunista para acabar com o regime democrático no Brasil (Plano Cohen) Vargas decreta estado de guerra e implanta uma ditadura no Brasil.

Ou o nazismo, onde Hitler, numa exaltação nacionalista, apontando inimigos internos a ser combatidos (judeus), se apoderando da máquina do Estado implanta um regime Totalitário.

Para saber mais sobre o plano COHEN acesse:

<https://www.sohistoria.com.br/ef2/eravargas/p4.php>

DOC. 2 – EM FACE AO PROBLEMA DA UNIÃO SOVIÉTICA



Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo X, nº 57, outubro de 1946. p. 97.

SEÇÃO DE LIVROS
EM FACE AO PROBLEMA DA UNIÃO SOVIÉTICA

Excertos do livro
 The Great Globe Itself
 Por William C. Bullit

Ex-Embaixador dos Estados Unidos na Rússia Soviética e na França, tendo também ocupado o posto de Emissário Especial do governo americano no Oriente Médio.

[...] A supremacia biológica da Rússia

No governo de Stáline, como no regime czarista, o povo russo apresenta alto nível de natalidade. Em 1914, a população do império do czar era de 170 milhões de almas aproximadamente. As perdas durante a Primeira Guerra Mundial, acrescida às populações que deixaram de pertencer à Rússia após a guerra, subiram a cerca de 26 milhões. Nas alturas de 1939, porém, já a população da União Soviética subira outra vez a perto de 170 milhões, apesar das baixas na guerra civil de 1918-20, da fome de 1921-22, da de 1922-23, e da extraordinária mortalidade que se observou entre milhões de trabalhadores forçados.

Hoje a população da Rússia é provavelmente inferior a 170 milhões, com a exclusão dos territórios anexados a partir de 1939. Não obstante, não há negar que o crescimento da população na União Soviética é tão mais rápido, em relação, por exemplo, aos Estados Unidos, que, em tempos de paz, daqui a cerca de 30 anos a União Soviética (sem contar seus territórios anexos) possivelmente conterà 100 milhões de pessoas mais que os Estados Unidos.

[...] Se o governo soviético reter as enormes regiões, na Europa e na Ásia, sobre as quais, desde 1939, estendeu seu domínio – quer por anexação, ocupação ou governos títeres – serão acrescentadas as seguintes populações aos seus já em si mesmos extraordinários recursos humanos:

Europa:

Polônia	35.000.000
Alemanha Oriental	25.000.000
Rumânia	20.000.000
Iugoslávia	15.700.000
Hungria	10.000.000
Bulgária	6.300.000
Lituânia	2.000.000
Letônia	2.000.000
Estônia	1.000.000
Albânia	1.000.000
Total	118.000.000

Ásia:

China	Setentrional	
(território ocupado pelo Exército Vermelho da China)		75.000.000
Manchúria		45.000.000
Coreia Setentrional		10.000.000
Total		130.000.000

Se o governo soviético puder consolidar o domínio que exerce presentemente sobre os 118 milhões de europeus e 130 milhões de asiáticos, terá à sua disposição 418 milhões de pessoas. Além disso, o poderio industrial da União Soviética será aumentado pela região industrial da Silésia, responsável por 30% da produção industrial alemã; pela região industrial da Manchúria, responsável por 70% da produção industrial da China; e, finalmente, pelos campos petrolíferos da Rumânia.

O combate à religião

Mesmo dentro de suas fronteiras anteriores a 1939, o governo soviético terá à sua disposição um número de rapazes vigorosos muito superior àquele que um estado democrático poderá reunir. Serão, além do mais jovens imbuídos das ideias mais fantásticas sobre os países não capitalistas. Sua instrução, seus livros, o rádio e o cinema, tudo é censurado tão cuidadosamente, que a mocidade só recebe conhecimentos favoráveis ao comunismo.

Note-se ainda que o governo soviético muito aumentou o analfabetismo moral de seus cidadãos. Se bem que haja incomparavelmente mais alfabetizados do que no tempo dos czares, há muito menos pessoas capazes de distinguir entre o certo e o errado. Estimula-se, neles, a crença de que os fins justificam os meios, e de que a religião não passa de um conto de velhas comadres. O moto usado pelo governo soviético em 1917 era: “A religião é o ópio do povo.” Desde então, as perseguições à Igreja têm sido entremeados com períodos de relativa tolerância, toda vez que qualquer reação mais forte, no estrangeiro, tornava prudente essa transigência. Mas, por alturas de 1940, havia na Rússia 90% menos padres da Igreja Ortodoxa do que em 1917, e das 46.475 igrejas ortodoxas que existiam em 1917, ficaram apenas 4.225.

Quando Hitler atacou a União Soviética em 1941, Stáline teve que lançar mão de toda a força não só do patriotismo, como também da religião, para pedir ao povo os maiores sacrifícios na guerra contra a Alemanha. Em recompensa pelo apoio público que lhe deu, durante a guerra, o maior dignitário da Igreja, Sérgio, (Arcebispo) Metropolitano de Moscou, Stáline permitiu que este fosse eleito Patriarca, dando-lhe depois uma audiência. No dia seguinte o Patriarca executou sua primeira tarefa política internacional, que consistiu em pedir publicamente, aos aliados, a segunda frente na Europa.

Instalou-se um comitê, no governo, para controlar os atos do Patriarca, um ancião de 75 anos. Assim, tendo reduzido a Igreja a uma repartição pública do governo, Stáline passou a transformá-la num instrumento eficiente. Os seminários proibidos anteriormente, tiveram licença para funcionar livremente. Permitiu-se além disso, a fundação de um Instituto de Teologia Ortodoxa. [...]

Quem venceu afinal – a Igreja ou o Partido comunista? Stáline controla a Igreja, usando-a como instrumento de política nacional e internacional. [...]

A igreja é fraca na Rússia. Está nas mãos de Stáline. Mas é forte a palavra de Deus. E a religião sempre dura mais que os ditadores. No futuro – se é que teremos algum futuro nesta terra- nada poderá contra ela. [...]

Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo X, nº 57, outubro de 1946. p. 97-125.

DIALOGANDO

- 1 – Qual a preocupação do autor quando trata da “supremacia biológica da Rússia”?
- 2 – Qual o significado do termo “analfabetismo moral”, usado pelo autor?

DOC. 3 – A VOZ HOSTIL DA RÚSSIA

Como os ataques desfechados contra os Estados Unidos pelas radioemissoras soviéticas procuram saturar o mundo de ódio e desconfiança em relação àquele país

A VOZ HOSTIL DA RÚSSIA

(Condensado de «The New York Herald Tribune»)

Robert S. Bird

OS ATAQUES de propaganda desencadeados pela União Soviética contra os Estados Unidos alcançaram um grau de hostilidade que os cidadãos norte-americanos desconhecem. Durante as vinte e quatro horas do dia, as emissoras soviéticas canalizam, para todas as partes do globo, violentas acusações aos Estados Unidos, pejudadas de dúvida, suspeitas e temores. Os russos vão ainda mais longe nas irradiações para seu próprio povo, exortando-o, literalmente, a «odiar» esse inimigo ameaçador.

O «olho» fotoelétrico dessa máquina de propaganda esquadrinha incessantemente os Estados Unidos, detendo-se em insignificâncias para «provar» que o «imperialismo do dólar» procura «escravizar a Europa», «explorar o mundo» e «submergir o globo numa terceira guerra mundial».

Tais «denúncias» e «revelações» jorram das emissoras da máquina de propaganda em mais de 30 idiomas e dialetos. São consultados os gostos e as suscetibilidades dos diversos auditórios. Uma palestra sobre a importância literária de George Santayana, por

ESTE ARTIGO—que cita profissões de ódio—baseia-se em irradiações soviéticas captadas pelo governo de Washington, nos últimos meses.

exemplo, é ótima para o Canadá, mas não para os Curdos. Um relato simples e vívido dos estratagemas traiçoeiros utilizados pelos cabos eleitorais de Kansas City é, porem, compreensível às tribos asiáticas.

Para coreanos ou iranianos, prefere-se uma retórica oriental sumamente estilizada, qual a seguinte irradiação de 26 de janeiro, no idioma azerbaidjão: «Iranianos, abrí os olhos! Defendei vosso país! Revoltai-vos contra os usurpadores americanos, revoltai-vos! Estão-vos roubando. Revoltai-vos contra o menino-traidor: o Xá!»

Boa parte da propaganda soviética ataca o Plano Marshall de reerguimento da Europa. Flagrantes deturpações são empregadas para espalhar idéias errôneas não só quanto ao plano como em relação ao próprio Secretário de Estado. Por exemplo, ao resumir sua exposição dos objetivos do

Como os ataques desfechados contra os Estados Unidos pelas radioemissoras soviéticas procuram saturar o mundo de ódio e desconfiança em relação àquele país

A VOZ HOSTIL DA RÚSSIA
(condensado de “The New York Herald Tribune”)
Robert S. Bird

Este artigo – que cita profissões de ódio – baseia-se em irradiações soviéticas captadas pelo governo de Washington, nos últimos meses.

Os ataques de propaganda desencadeados pela União Soviética contra os Estados Unidos alcançaram um grau de hostilidade que os cidadãos norte-americanos desconhecem. Durante as vinte e quatro horas do dia, as emissoras soviéticas canalizam, para todas as partes do globo, violentas acusações aos Estados Unidos, pejadas de dúvidas e temores. Os russos vão ainda mais longe nas irradiações para seu próprio povo, exortando-o, literalmente, a “odiar” esse inimiga ameaçador.

O “olho” fotoelétrico dessa máquina de propaganda esquadrinha incessantemente os Estados Unidos, detendo-se em insignificâncias para “provar” que o “imperialismo do dólar” procura “escravizar a Europa”, “explorar o mundo” e “submergir o globo na terceira guerra mundial”.

Tais “denúncias” e “revelações” jorram das emissoras da máquina de propaganda em mais de 30 idiomas e dialetos. São consultados os gostos e as suscetibilidades dos diversos auditórios. [...]

Boa parte da propaganda soviética ataca o Plano Marshall de reerguimento da Europa. [...]

O povo norte-americano é caracterizado, perante os ouvintes na própria Rússia, como uma classe oprimida, com o tacão dos “suseranos imperialistas” a calcar-lhe o pescoço. Em contraste, “a perversa classe milionária” tem uma existência dourada. [...]

O empenho da rádio soviética em depreciar, em todo o mundo, as contribuições norte-americanas para a vitória militar, e em asseverar que a Rússia ganhou a guerra praticamente sozinha, é um dos muitos temas do ataque desferido contra os Estados Unidos. [...]

Para consumo nacional, a rádio soviética atribui a si mesma o monopólio total da verdade. Tudo o que não esteja rigorosamente de acordo com a versão soviética são “mentiras e calúnias”. [...] A propaganda soviética parte invariavelmente da premissa de que o mundo está dividido em dois sistemas incompatíveis: o capitalista e o socialista. E diz, por exemplo:

“Existe tão somente a luta entre os imperialistas escravizadores do povo, e o povo democrático, amante da liberdade”. [...]

Assim, pois, às volta do mundo, sem cessar, a rádio soviética fala com estridência ou suavidade. Talvez jamais tivesse falado com maior veracidade do que a 9 de dezembro, ocasião em que as emissoras soviéticas irradiaram, pelo espaço de uma hora e um quarto, em russo, francês, eslovaco, alemão e inglês, um relato completamente franco e explícito do discurso pronunciado por Malenkov, relativo ao recém-constituído Cominform. Disse Moscou:

“Quanto à U.R.S.S., o peso da luta de classes transferiu-se para a arena internacional. Aí, deparamos com dois sistemas rivais: o capitalista e o socialista. Aí, em batalhas com os

inescrupulosos homens de negócios da política burguesa, nosso partido terá que pro à prova as suas armas.”

O rádio é uma dessas armas soviéticas. A batalha não tem tréguas. Seus objetivos são os Estados Unidos da América: seu governo, seus propósitos, sua política, seu modo de viver.

Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo XIV, nº 79, agosto de 1948. p. 73-77.

Aprofundando o tema

Professor/professora: o documento 3 faz referência à propaganda soviética, antiamericana e de exaltação ao regime. Dialogue com os/as estudantes sobre as ideias e valores difundidos nas propagandas políticas.

Organize juntamente com os/as estudantes uma pesquisa. Divida a turma em dois grupos, proponha para cada grupo uma pesquisa direcionada sobre imagens de propaganda soviética com críticas ao regime capitalista norte-americano, e imagens de propaganda americana anticomunistas.

Como recurso, utilize o Pinterest, que é uma rede social de compartilhamento de fotos. Assemelha-se a um quadro de inspirações, onde os usuários podem compartilhar e gerenciar imagens temáticas.

Nos endereços abaixo os/as estudantes encontrarão dezenas de imagens sobre os temas a serem pesquisados.

Sobre a propaganda soviética acesse:

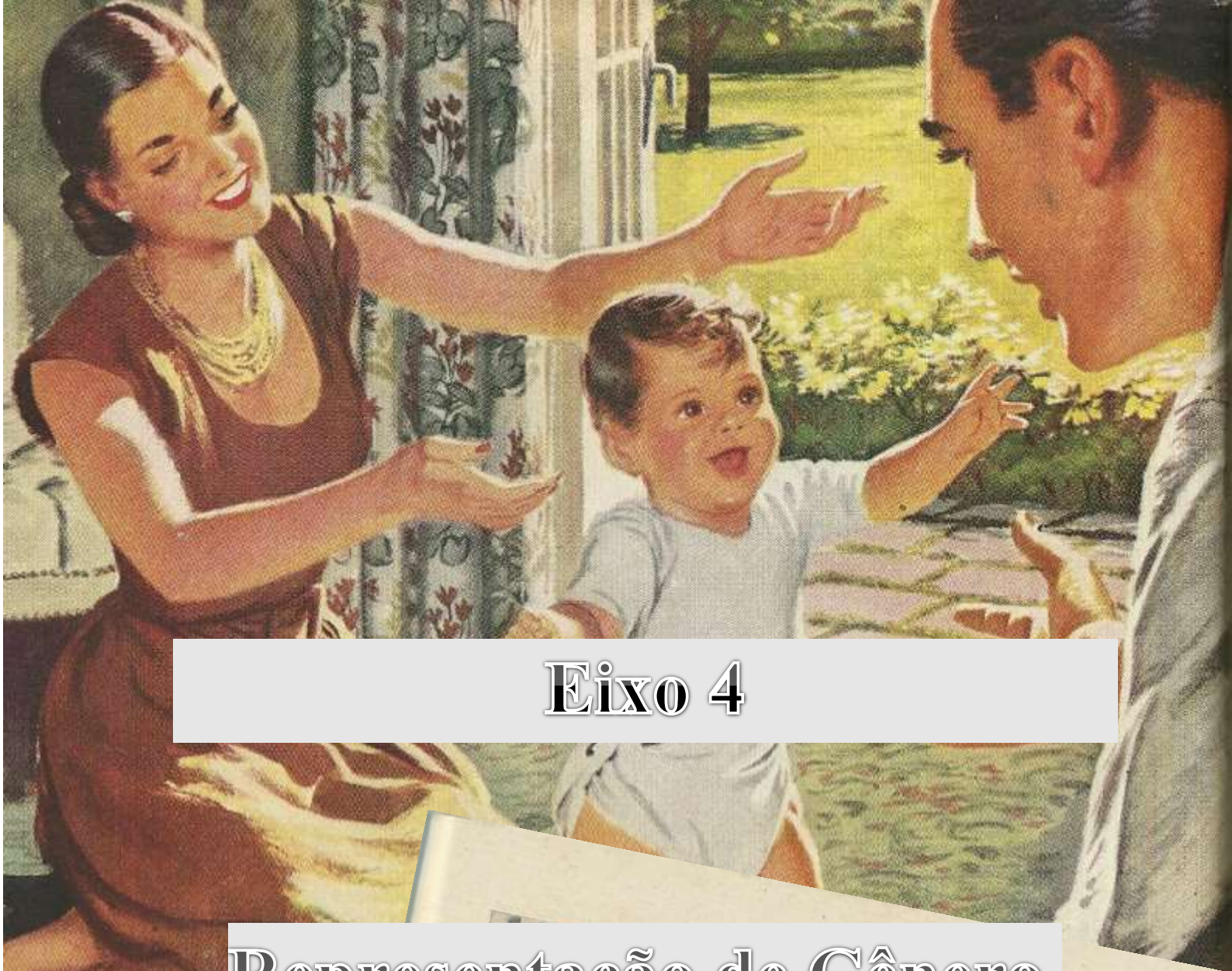
<https://br.pinterest.com/romeritopontes/propaganda-sovi%C3%A9tica/>

Sobre a propaganda norte-americana acesse:

[https://br.pinterest.com/search/pins/?q=propaganda%20americana%20guerra%20fria&rs=typed&term_meta\[\]=propaganda%7Ctyped&term_meta\[\]=americana%7Ctyped&term_meta\[\]=guerra%7Ctyped&term_meta\[\]=fria%7Ctyped](https://br.pinterest.com/search/pins/?q=propaganda%20americana%20guerra%20fria&rs=typed&term_meta[]=propaganda%7Ctyped&term_meta[]=americana%7Ctyped&term_meta[]=guerra%7Ctyped&term_meta[]=fria%7Ctyped)

Estimule os/as estudantes a selecionar imagens e traduzir as mensagens nelas contidas.

Na sequência, em sala de aula, organize um debate entre os dois grupos, a partir da exposição e socialização das imagens.



Eixo 4

Representação de Gênero,

Raça e Classe

A Seg

Conservar a família e
comodidades e bem est

Agora as tarefas casei
comum de cozinha di
para aquecer a água

O petróleo é essencia
riais de construção
de tintas. Deste e d
leo torna os lares

O espírito d
desenvolve
tornar o petr

O petróleo nu



Introdução ao Eixo 4

Desde 2007, a Secretaria Estadual de Educação do Estado do Paraná passou a contar com a Coordenação dos Desafios Educacionais Contemporâneos (CDEC), que faz parte do Departamento da Diversidade (DEDI), órgão criado para dar suporte às escolas estaduais no enfrentamento dos desafios que permeiam o processo educacional.

Conforme o departamento, Desafios Educacionais Contemporâneos são demandas que se inserem nas diferentes disciplinas do currículo, muitas vezes oriundas dos movimentos sociais e, por isso, presentes na sociedade contemporânea. São de relevância para a comunidade escolar, pois estão presentes nas experiências, práticas, representações e identidades de educandos e educadores¹⁷.

Inserem-se nesses desafios a Educação Ambiental, Educação Fiscal, enfrentamento à violência nas escolas, História e Cultura Afro-Brasileira, Africana e Indígena, prevenção ao uso de drogas e sexualidade.

Apesar das lutas travadas pela igualdade de gênero, étnico-racial e também pelo respeito à diversidade ao longo do século XX e início do século XXI, há um predomínio de atitudes e convenções sociais discriminatórias em todas as sociedades; essa já realidade é persistente e naturalizada.

Nesse contexto, somente as leis não bastam para garantir direitos, respeito e valorização, é necessária a transformação de mentalidades e práticas. Daí o papel das disciplinas escolares para a estruturação de ações que promovam a discussão desses temas, motivando a reflexão e contribuindo para a superação e eliminação de qualquer tratamento preconceituoso.

O objetivo do ensino de História na Educação Básica é desenvolver a capacidade de analisar a sociedade de forma crítica e autônoma. Para que isso ocorra é necessária a aproximação com a cultura juvenil, problematizando aquilo que lhe dá um sentido de pertencimento¹⁸.

O Referencial Curricular do Paraná afirma que os estudantes que constituem a escola atual são fruto de seu tempo histórico; suas experiências cotidianas refletem a sociedade contemporânea, expressam a cultura vigente, com rituais, imagens e códigos comunicativos,

¹⁷ PARANÁ. Secretaria de Estado da Educação. Superintendência da Educação. Diretoria de Políticas e Programas Educacionais. Coordenação de Desafios Educacionais Contemporâneos. **Cadernos temáticos dos desafios educacionais contemporâneos**. Curitiba: SEED – PR, 2010.

¹⁸ BITTENCOURT, op. cit., p. 7.

com sentidos e significados condizentes com a sociedade em que estão inseridos. Esses sujeitos também se constroem nas relações sociais que acontecem no ambiente escolar¹⁹.

Guacira Lopes Louro (2000), em seu livro *Pedagogia da Sexualidade*, afirma que

É [...] no âmbito da cultura e da história que se definem as identidades sociais (todas elas e não apenas as identidades sexuais e de gênero, mas também as identidades de raça, de nacionalidade, de classe, etc). Essas múltiplas e distintas identidades constituem os sujeitos, na medida em que esses são interpelados a partir de diferentes situações, instituições ou agrupamentos sociais. Reconhecer-se numa identidade supõe, pois, responder afirmativamente a uma interpelação e estabelecer um sentido de pertencimento a um grupo social de referência (LOURO, 2000, p. 6).

Para a autora “nossos corpos constituem-se na referência que ancora, por força, a identidade” (LOURO, 2000, p. 8). Do corpo se deduz uma identidade de gênero, sexual, étnica, o que é por vezes uma dedução equivocada. Os corpos são significados pela cultura como uma marca definidora de identidade e, continuamente, alterados por ela. Por imposições culturais se constroem os corpos de modo a adequá-los aos critérios estéticos, higiênicos, morais dos grupos aos quais pertencem (LOURO, 2000, p. 8).

As imposições de saúde, vigor, vitalidade, juventude, beleza, força são distintamente significadas, nas mais variadas culturas e são também, nas distintas culturas, diferentemente atribuídas aos corpos de homens ou de mulheres. Através de muitos processos, de cuidados físicos, exercícios, roupas, aromas, adornos, inscrevemos nos corpos marcas de identidades e, consequentemente, de diferenciação. Treinamos nossos sentidos para perceber e decodificar essas marcas e aprendemos a classificar os sujeitos pelas formas como eles se apresentam corporalmente, pelos comportamentos e gestos que empregam e pelas várias formas que se expressam (LOURO, 2000, p. 9).

Ao estabelecer a forma como os corpos são moldados pela cultura, Louro desvenda como os corpos são educados para uma sexualidade “normal”, que, enquanto norma, estabelece papéis que vão marcar os sujeitos, definindo o masculino e o feminino. Para que essas marcas se efetivem, a família, a escola, a mídia, a igreja participam dessa produção. “Todas essas instâncias realizam uma pedagogia, fazem investimentos que [...] aparecem de forma articulada, reiterando identidades e práticas hegemônicas enquanto subordinada, nega ou recusa outras identidades e práticas” (LOURO, 2000, p. 16).

Tendo a mídia como foco, e em seu bojo a atuação da revista *Seleções do Reader's Digest*, esta pesquisa propôs também o uso de peças publicitárias como fonte no ensino de História, visando desnaturalizar as representações sociais e buscando contribuir para problematizar os estereótipos e as relações de gênero, raça e classe.

¹⁹ PARANÁ. *Referencial Curricular do Paraná*. Curitiba, SEED. 2018.

O uso das peças publicitárias disponíveis na revista Seleções como documento em sala de aula é uma possibilidade interessante. Apesar de os/as estudantes estarem expostos ao mundo virtual da Internet, as peças publicitárias são mais familiares do que outras fontes e podem ser analisadas a partir do contexto histórico em que foram produzidas.

Além disso, como já apontado anteriormente, a revista disseminava os valores do *american way of life*, que pregavam a modernidade e ser “moderno” significava seguir esse modelo.

A norma estabelecida pelo modo de vida americano e disseminada por Seleções que figura ainda hoje em nossa sociedade remete ao homem branco, heterossexual, de classe média, urbana, e cristão. Conforme Louro, os outros sujeitos sociais que, por não se enquadrarem nessas normas, serão “marcados”, que definirão e serão denominados a partir dessa referência (LOURO, 2000, p. 9).

Assim, ao analisar a revista Seleções, percebe-se como são representados os sujeitos (homens e mulheres) e como as questões de raça e classe são imperceptíveis ou ausentes no contexto da produção do periódico, tornando possível, mesmo assim, apontar algumas conclusões.

TEMA: RAINHA DO LAR

DOC. 1 – ESSO: A SEGURANÇA COMEÇA AQUI



A Segurança Começa Aqui

Conservar a família em segurança e feliz é a aspiração de todos. Hoje isto envolve comodidades e bem estar desconhecidos da geração passada.

Agora as tarefas caseiras são largamente facilitadas pelo petróleo. O próprio gás comum de cozinha dificilmente poderia ser fabricado sem o petróleo. E' ele usado para aquecer a água para o banho do bebê, para iluminar e cozinhar.

O petróleo é essencial na fabricação e distribuição de materiais de construção, e como solvente na fabricação de tintas. Deste e de muitos outros modos, o petróleo torna os lares mais confortáveis e seguros.

O espírito de iniciativa da livre concorrência desenvolve continuamente novas maneiras de tornar o petróleo mais útil a mais pessoas.

O petróleo auxilia a tornar a vida melhor.

UM SÍMBOLO
DE SERVIÇO



UM EMBLEMA
DE QUALIDADE

STANDARD OIL COMPANY
(of Brazil)

Fonte: Seleções do *Reader's Digest*, Tomo XIII, nº 75, abril de 1948. p. 152.

DOC. 2 – SERVEL, INC.



Refrigeração Automática e Moderna para os Lares de Todo Mundo

AS FAMÍLIAS que vivem no campo, como as que moram na cidade, já hoje podem gozar os benefícios da refrigeração automática. Porque os famosos refrigeradores Servel a Gás trabalham igualmente bem a gás comprimido ou a querosene, assegurando frio constante para a conservação de alimentos, e gelo em abundância para os lares, seja onde for.

Mais de 2.000.000 de Servel estão

hoje fornecendo refrigeração de confiança em todo o Novo Mundo. São silenciosos e duram mais, porque não têm maquinismos moveis no aparelho congelador que se desgastem ou tornem ruidosos.

Após a guerra, o melhoramento da distribuição de gás comprimido e de querosene levará a refrigeração Servel a maior número de lares e de fazendas do que em tempo algum no passado.

Servel, Inc.



Departamento de Exportação
51 East 42nd St., Nova York 17
N. Y., E. U. A.

FABRICANTES DO REFRIGERADOR SERVEL • SILENCIOSO • DURA MAIS

DOC. 3 – SINGER: IDEALIZE UM INTERIOR DIFERENTE



Idealize
um interior diferente...

e aprenda a executá-lo
num Curso SINGER!

Tôda mulher sente prazer em variar, de vez em quando, a aparência de seu lar. Umas cortinas novas . . . capas coloridas para as velhas poltronas . . . e o ambiente *renovado* torna-se mais alegre e acolhedor. Tudo isto poderá ser feito por você mesma, por menos habilidosa que seja. E com notável economia para o seu orçamento! Procure um Curso SINGER e informe-se sôbre o Curso de Decorações do Lar.

SINGER
SEWING MACHINE COMPANY
—o nome garante o produto!

Lojas SINGER em todo o Brasil

Copyright U.S.A. 1948 by Singer Sewing Machine Company
All Rights Reserved for All Countries
Todo direito devidamente protegido, por Tratado Internacional

Em qualquer Loja SINGER há completo e sortido "stock" de aviamentos, nacionais e importados, para tôda espécie de costura. Compre suas linhas, agulhas, botões, cintos, flôres, fechos, echarpes, fitas, etc. nas Lojas SINGER!

M. R.

15

DOC. 4 – GENERAL ELETRIC: MODERNIZE SEU LAR



MODERNIZE SEU LAR

Comece pelos utensílios elétricos da cozinha

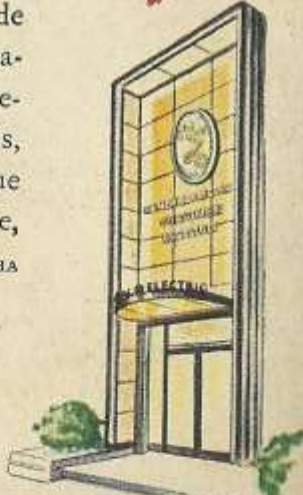
Como mulher que se orgulha de seu lar, V. S. há de querer possuir algum dia uma casa com os melhoramentos mais modernos. Comece pela cozinha. Embelez-a com os utensílios elétricos G.E. São tão úteis, tão higiênicos, tão modernos...! E lembre-se de que o monograma G.E representa, agora como sempre, suprema qualidade.

4PRD48HA

Produtos da General Electric Co. das E. U. A.

GENERAL  ELECTRIC

Rio de Janeiro • São Paulo • Recife • Salvador • Curitiba • Porto Alegre



Fonte: Seleções do *Reader's Digest*, Tomo VII, nº 40, abril de 1945. p. 142.

DOC. 5 – ANÚNCIO SEAGRAM'S V.O.



**Ouçã as notícias e veja os esportes enquanto come
... Pelos que planejam para alem do dia de amanhã**

Seu camarote de amanhã poderá ser o restaurante seu preferido, onde V. poderá ver, em telas sonoras de grandes dimensões, as corridas de cavalos consecutivas. A televisão irá levar-lhe as notícias

mais sensacionais ... a representação dramática das maiores estrelas. Tudo isto em telas dispostas de tal maneira, que V. poderá ver tudo sem mudar de posição.

DO mesmo modo, V. poderá desfrutar as delícias dum whisky que não se pode comparar com nenhum outro que já tenha provado ... uma delicada combinação dos mais finos whiskies canadenses! Verifique hoje mesmo o que milhares de pessoas, no seu país e no estrangeiro, têm descoberto nestes últimos dez anos — que o Seagram's V.O. Canadense é o preferido para "high-ball" o mais suave do mundo.



Seagram's V.O. WHISKY CANADENSE

DIALOGANDO

Faça cópias dos cinco documentos de modo que cada estudante receba, aleatoriamente, uma cópia. Distribua uma cópia da tabela²⁰ abaixo para que cada estudante registre suas impressões sobre o documento que está em seu poder.

Após o tempo necessário para a análise das imagens, organize os/as estudantes em grupos, conforme a distribuição dos documentos. Exemplo: Os/as estudantes que estiverem com cópia do documento 1 se juntem em um grupo, e assim sucessivamente.

Em grupos os/as estudantes vão comparar o resultado de suas análises, organizar as informações e em seguida socializá-las.

Imagem	Dados da fonte: local e data da publicação, página e acervo.
Produto/marca	Produto anunciado e a marca responsável
Destinatário	Pode ser explícito ou implícito na propaganda
Personagem/ambiente	Descrição da cena: ambiente e personagens
Figuras de retórica	Como se dá o convencimento para aquisição do produto
Valores promovidos	Ex. felicidade, sucesso, amizade, competição, violência.

A partir das informações dos/das estudantes o/a professor/professora fará as intervenções necessárias a partir de alguns questionamentos.

- 1 – Quais as semelhanças nas quatro imagens?
- 2 – Que modelo de família é representada nas imagens?
- 3 – É possível identificar a classe social dos personagens representados nas imagens?
- 4 – Que elementos permitem estabelecer que papel era atribuído à mulher naquele período?
- 5 – Ao analisar o documento 5 e compará-lo aos documentos anteriores, quais conclusões são possíveis?

²⁰ JASKIU, op. cit., p. 167.

TEMA: MODERNA E DECIDIDA

DOC.1 - O FORD NA DIANTEIRA

O Ford na dianteira

para a mulher★ que sabe o que quer!

★ Sou mãe de família, e com franqueza atraí-me a facilidade de manejo do Ford. Posso estacioná-lo onde quiser, e aquele compartimento de bagagem carrega tudo que é preciso. Além disso, tenho quatro filhos, que sempre estão pedindo que os leve aqui e ali! De modo que a solução para mim é o Ford. . . Depois, sinto-me tão segura com a carroceria "salvavidas" e os freios "gigantes"! É um verdadeiro prazer guiar este meu Ford!



★ Se eu fôsse artista-decoradora, não me podia sentir mais orgulhosa desses forros de lindas cores e desenho! Indiscutivelmente a Ford capricha no que faz!

Há um  no seu futuro

DIVISÃO INTERNACIONAL FORD MOTOR COMPANY

DOC. 2 – “MEU NOIVO SERÁ MEU MARIDO”



“Meu Noivo Será Meu Marido...?”



—Desculpe-me, Lydia. Não posso demorar. Hoje vou ao Clube. (É fácil conquistar um noivo... mas é difícil conservá-lo. Lydia pensa que pode atraí-lo com sua beleza artificial.)



—Minha filha. A beleza natural é importante para um casamento feliz. E você artificializa sua beleza com “maquillage” para disfarçar as imperfeições. Corrija-as com Leite de Colonia.



(Foi um conselho materno. E Lydia teve o feliz fim do seu noivado.) —Minha querida. Hoje vamos marcar o dia do nosso casamento. Agora, quero viver sempre ao seu lado.

Não artificialize sua beleza... CORRIJA as imperfeições da pele com Leite de Colonia

É um erro disfarçar as imperfeições da pele com o “maquillage” exagerado—nocivo à vital respiração da pele. O certo é corrigir manchas, sardas, cravos, espinhas e outras erupções da pele com Leite de Colonia. Use-o pela manhã em massagens sobre o rosto, colo e pescoço... quando sair, como fixador do pó e protetor da cutis... e, à noite, numa última limpeza da pele. E seu rosto ganhará aquela beleza das peles eternamente jovens... eternamente lindas.

Leite de Colonia

O EMBELEZADOR DA MULHER



EMBELEZADOR BÁSICO

O depoimento de milhares de jovens e senhoras, em vários inquéritos, revelou que a mulher brasileira, famosa pela sua beleza, considera o Leite de Colonia o seu embelezador básico.

DOC. 3 – POND'S: BELA E TALENTOSA

A SRA. MARIA JOSÉ DUPRÉ — nome ilustre da sociedade e representação honrosa da inteligência brasileira, diz: «Sigo, há muitos anos, o método Pond's de dois cremes, com resultados esplêndidos!»

Bela e Talentosa

...e segue o famoso
tratamento dos
2 Cremes Pond's!

BELEZA E CULTURA constituem atributos peculiares à dama brasileira. Ela encanta, pela desenvoltura de seu talento... E conquista, pela suave beleza de sua cutis! Para manter a cutis sempre macia e suave, ela observa, *diariamente*, o famoso ritual de beleza dos dois Cremes Pond's. Ei-lo:

1. Aplique Cold Cream Pond's no rosto e no pescoço. Retire-o. Para amaciar a cutis, aplique mais uma camada.
2. Antes da «maquillage», use o Creme Evanescence Pond's, que protege a cutis contra a ação do sol e do vento e conserva o pó de arroz horas seguidas.

AMOSTRA GRATIS: - Queiram enviar-nos o coupon acompanhado de Cr. \$ 1.00 para as despesas de remessa de uma amostra grátis dos 2 Cremes Pond's.

JOHNSON & JOHNSON DO BRASIL
Avenida do Estado, 5537 — São Paulo

3 - KKKK - 25

Nome.....
Rua.....
Cidade..... Estado.....



DOC. 4 – ÊLE ESTÁ OCUPADO... DITANDO-ME



**Êle está
ocupado...
ditando-me**

Atrás daquela porta se encontra um homem trabalhando. Sózinho, à vontade, transmite as suas idéias, e sua correspondência a um microfone de mão.

Êsse homem poderia ser o senhor! E, fora do seu escritório, a sua secretária—evitando-lhe desnecessárias interrupções, executando outras tarefas, enquanto o senhor lhe está ditando . . .

É assim que se trabalha modernamente—realizando o serviço diário com mais rapidez, evitando confusão no andamento do escritório. É assim—com o Ditado Electrónico!



**Ponha-se nesta
mesma situação**

Imagine-se o senhor com um microfone à mão—despachando os seus negócios . . . sem acúmulo de papéis, sem atrasos aborrecidos . . . Imagine-se, a vantagem que um trabalho mais rápido representa.

Não espere que os peritos em eficiência lhe recomendem o Ditado Electrónico Dictaphone, chame o representante da Dictaphone Corporation.

Para obter folhetos informativos, escreva para: Dictaphone Corporation, I.D., 420 Lexington Avenue, New York 17, N. Y., U.S.A.

**DICTAPHONE CORPORATION INTERNATIONAL
DEPARTMENT**

A palavra DICTAPHONE é marca registrada da Dictaphone Corporation fabricante das Máquinas Electrónicas de Ditado e de outros aparelhos de gravação sonora e de reprodução que levam a referida marca.

Aprofundando o tema

Professor/professora: os cinco documentos do tema “Rainha do Lar” atribuem à mulheres e homens diferentes espaços sociais. Ao mesmo tempo que as mulheres são representadas como modernas, seu papel social está atrelado à vida doméstica, ao passo que o papel social masculino está atrelado ao espaço público.

Por outro lado, os quatro documentos relacionados ao tema “Moderna e Decidida” expõem mulheres fora do ambiente doméstico: a mulher moderna que dirige seu carro, esportista, que trabalha fora, vencedora.

Procure ressaltar para os/as estudantes as duas formas de representação utilizadas pelas agências de propaganda da época. Às mulheres era atribuído o orçamento doméstico, os anúncios direcionados à elas retratavam o seu cotidiano; os produtos oferecidos a elas estavam ligados à sua realidade. Ao analisar as imagens, é possível concluir que a elas cabiam muitas decisões de gastos diários, produtos alimentícios, higiênicos, remédios. Ao mesmo tempo, a propaganda se utilizou da imagem feminina para vender produtos para os homens. Esse fato marcou a presença da mulher na maioria dos anúncios publicitários que exploravam sua imagem de mãe, que comprava os produtos para sua família, quanto sua imagem como objeto erotizador do produto.

Os documentos 1 e 4, ao mesmo tempo que ressaltam a modernidade feminina, deixam claro sua fragilidade e sua posição desigual em comparação aos homens.

Já os documentos 2 e 3 atrelam a beleza feminina ao consumo de produtos.

Peça aos/as estudantes que exponham, se se sentirem à vontade, como são feitas as divisões dos trabalhos domésticos em suas casas. Existem diferenças de tratamento entre os sexos? Existem estereótipos relacionados aos homens e às mulheres? Que padrões de beleza existem hoje? A que produtos estão atrelados?

Estimule o diálogo e aprofunde a discussão a partir da leitura do texto a seguir.

Um texto para refletir

A DIVISÃO SEXUAL DO TRABALHO: A MULHER ENTRE O PÚBLICO E O PRIVADO

No Brasil e em quase todos os países do mundo, observamos um progressivo aumento do número de mulheres em postos de trabalho que, antes, eram pouco ocupados por elas, porém ainda com salários menores que os dos homens. Dados estatísticos revelam que no Brasil as mulheres ganham, em média, 30% menos que os homens, ou seja, um dos piores índices de diferença salarial por gênero no mundo.

Além da questão salarial, as mulheres, geralmente, trabalham mais horas que os homens, pois também são responsáveis pelas tarefas domésticas e pelos cuidados com filhos, avós e parentes doentes. Em situação ainda mais precária vivem as mulheres *trans*. De acordo com Associação Nacional de Travestis e Transexuais (Antra), 90% desse grupo só encontra trabalho na prostituição e apenas 5% dele está no mercado forma.

A divisão do trabalho fundamentada nos sexos, com base na propriedade privada e na família monogâmica, teria sido, historicamente, a primeira forma de desigualdade de classes, segundo Friedrich Engels (1820-1895), teórico e cofundador, com Karl Marx (1818-1883) do socialismo científico. Com o estabelecimento do patriarcado e da família monogâmica, a mulher passou a ser desvalorizada, assim como seu papel na sociedade: a função de cuidado e da reprodução familiar. Enquanto funções associadas aos homens - assuntos públicos e produtivos, que seriam “geradores” de riquezas – passam a legitimar sua dominação, as funções associadas às mulheres – os assuntos domésticos e de reprodução – tornam-se desvalorizadas.

O advento do capitalismo na Europa, em particular a partir do capitalismo industrial, levou as mulheres para fora do espaço doméstico, principalmente na indústria. Para o capitalismo, mulheres (e crianças) formavam uma mão de obra genérica e barata que podia ser empregada em funções não especializadas ou naquelas que já exerciam no espaço da casa: costura, confecção de tecidos e limpeza. Aliás, essas ocupações industriais empregavam mais mulheres do que homens.

A divisão técnica e social do trabalho se desenvolveu rapidamente no capitalismo: as tarefas tornaram-se cada vez mais especializadas e fragmentadas. Essa divisão pormenorizada reforçou a divisão sexual do trabalho, por que, progressivamente, dividiu os espaços de “fora” da família como produtivos e aqueles relativos à família como reprodutivos. Se nas sociedades pré-industriais a família era, ao mesmo tempo, uma unidade produtiva e reprodutiva, isso se modificou profundamente com o capitalismo: as tarefas produtivas tornaram-se masculinas e as reprodutivas, femininas.

No final do século XIX e início do século XX, inúmeras leis de “proteção” à mulher passaram a proibir o trabalho feminino em ocupações consideradas mais pesadas ou perigosas, já que isso havia trazido problemas de ordem “moral” resultantes do fato de as mulheres terem mais mobilidade fora do espaço da casa. No Brasil, a mesma proibição foi expressa em decreto de 1932. Embora muitas dessas leis visassem à “proteção” das mulheres exploradas pela indústria – assim como ocorria com as crianças -, acabaram por confina-las ao cuidado doméstico e o trabalho realizado em

casa, sub-remunerado.

Durante o século XX, as duas guerras mundiais voltaram a impulsionar a presença das mulheres nas indústrias, pois nesses momentos, os esforços produtivos eram necessários. No entanto com o fim do período de guerra, novamente se reivindicou o retorno das mulheres à casa. O modelo de família almejado pela sociedade industrial e fordista do pós-guerra centrou-se, então, no “homem provedor e na mulher cuidadora”.

Os movimentos de emancipação feminina na Europa, particularmente nos anos 1960, questionaram a falta de liberdade e as normas rígidas adotadas em relação às mulheres. Inúmeras conquistas já haviam sido alcançadas em boa parte do mundo ocidental, como direito ao voto, à licença-maternidade e ao divórcio. Entretanto, o mercado de trabalho era muito restrito. Foi somente a partir de 1980, com movimento intenso da globalização, que a participação feminina na população economicamente ativa (PEA) e na população ocupada (PO) cresceu em boa parte do mundo.

A maior participação feminina no mercado de trabalho global trouxe contradições: embora as mulheres tenham adquirido poder financeiro e passado a ocupar empregos que não eram habituais, continuam a ser responsáveis pelas tarefas domésticas, o que levou a uma dupla jornada (no trabalho e em casa) ou, ainda, uma tripla jornada (trabalho, universidade ou escola e cuidados de casa). [...]

Fonte: Adaptado de: SILVA, Afrânio. et. al. **Sociologia em movimento**. 2. ed. São Paulo: Moderna, 2016. p. 340-341.

TEMA7: RAÇA

Um texto para começar

RAÇA

Há atualmente duas discussões em torno do conceito de raça no Brasil: a discussão acadêmica, que cada vez mais tende a considerar a inexistência de diferenças raciais, esvaziando a ideia de raça como conceito; e o imaginário social, para o qual raça é uma realidade, ainda que o discurso dominante nesse imaginário seja o da miscigenação. Se a ciência hoje tende a afirmar que só existe uma única raça humana, o conceito de diferenças raciais está tão arraigado na sociedade brasileira que talvez ainda demore bastante tempo para que essa nova crença científica seja incorporada ao senso comum. Qual a razão para isso? O que é raça, afinal?

Atingindo seu apogeu como conceito científico no século XIX, a noção de raça diz respeito a certo conjunto de atributos biológicos comuns a um determinado grupo humano. O termo raça não era exatamente uma palavra nova nas línguas europeias no século XIX. A palavra, na Idade Moderna, com outros significados, era conhecida no mundo europeu, e dizer que se pertencia a uma raça era afirmar o pertencimento a uma linhagem. Durante esse período, foi criada a tese monogenista, que afirma a existência de uma única raça humana descendente de Abraão, e praticamente não havia ainda a ideia de inferioridade racial. Isso não significa, no entanto, que não houvesse etnocentrismo e discriminação com base em características físicas. Além disso, os judeus, por exemplo, era perseguido na Europa desde o fim do Império Romano, sobretudo por considerações religiosas e culturais que chamaríamos hoje de étnicas.

A origem do pensamento que entende a humanidade a partir de raças diferentes está no século XVI e na formação dos Estados nacionais europeus, que começaram a enfatizar as diferenças linguísticas e históricas internas. Mas para a autora Gislene Santos, foram os iluministas que cunharam as primeiras doutrinas racialistas, ou seja, as primeiras doutrinas para o estudo das diferentes raças humanas, dando origem no século XVIII a outra hipótese racial, a poligenista, que defendia a existência de diversas raças humanas. A autora distingue o racialismo, a crença em raças humanas, do racismo, o preconceito contra raças consideradas inferiores. E no século XVIII o racialismo não era ainda racismo, pois as diferenças biológicas ainda não eram consideradas definitivas para a evolução humana. O objetivo dos iluministas era encontrar um sistema de valores universal, que pudesse ser estabelecido para todas as raças. Também segundo Maria Alzira Brum Lemos, foi na França do século XVIII que surgiram as tradições de pensamento que influenciaram a definição de raça como um sistema de classificação humana. Entre essas tradições estava a História Natural, que daria origem, no século XIX, à Antropologia Física, ciência responsável pelas teorias racialistas.

O racialismo, com os iluministas, definia raça como um grupo humano cujos membros possuíam características físicas comuns. Tal teoria voltou-se para a crença de que a raça não era apenas definida física, mas moralmente, bem como que as diferenças físicas acarretavam diferenças mentais hereditárias. Assim, a distinção do mundo em raças correspondia à divisão do mundo em culturas, e o comportamento do indivíduo era definido pelo grupo racial ao qual ele pertencia. Além disso, um sistema de valores universal classificaria as raças em superiores e inferiores.

Se até 1800, segundo Michel Banton, raça significava o pertencer a uma linhagem, a partir dessa data, com a influência da História Natural e da doutrina racialista do século XVII, raça começou a designar os tipos humanos e suas diferenças biológicas, e só poderia ser entendida a partir da Fisiologia. [...]

Em meados do século XIX, o conceito de raça migrou das ciências naturais e alcançou as ciências sociais e humanas. Com a publicação da obra de Charles Darwin, em 1859, e o desenvolvimento da teoria evolucionista a partir daí, o racismo ganhou novas perspectivas, com o chamado darwinismo social, que lastreada na teoria da evolução e na seleção natural afirmava não só a diferença de raças humanas, mas a superioridade de umas sobre as outras e, ainda, que a tendência das raças superiores era submeter e substituir as outras. A partir da Frenologia e do darwinismo social (muitas vezes chamado de spencerismo, pois a transposição dos argumentos darwinistas para o campo do social não se deveu ao próprio Darwin, mas a Spencer), desenvolveu-se a eugenia, que enaltecia a pureza das raças, a existência de raças superiores e desacreditava a miscigenação. Tais teorias foram à base científica do racismo.

Enquanto o racismo é o estudo das diferentes raças humanas, o racismo é a aplicação prática dessas teorias, que acredita em raças superiores e cria mecanismos sociais e políticos para reprimir as raças consideradas inferiores. Os pensadores racialistas eugênicos não toleravam a diferença racial e defendiam que a diferença qualitativa entre as raças superava as teorias igualitaristas que pregavam a igualdade entre todos os homens. Para eles, cada raça tinha um lugar determinado no mundo, definido pelo grau de importância na escala evolutiva. E a raça superior, eleita pela seleção natural para ordenar o mundo, era a caucasóide, ou seja, a raça branca. Lembremos, no entanto, que há uma diferença entre cor e raça, pois, por exemplo, para os eugenistas, apesar de terem a mesma cor branca, os germânicos seriam superiores aos judeus e aos eslavos.

Não estamos aqui afirmando, todavia, que a discriminação social com base em diferenças físicas não existisse anteriormente, mas o preconceito contra os negros nas Américas, por exemplo, foram, durante a escravidão moderna, baseada, sobretudo em questões jurídicas, valores sociais, além da diferenciação de cor, e não em diferenças raciais, biológicas e cientificamente estabelecidas, apesar da escravidão moderna ser, segundo Brion Davis, mais explicitamente racial do que a antiga. Mas foi com a ascensão dos estudos racialistas, que cada vez mais a discriminação contra judeus e negros, por exemplo, foi feita com base na pretensa inferioridade racial desses grupos.

Durante o século XX, o preconceito racial cresceu fora dos meios acadêmicos, dando origem a perseguições, como a levada a cabo pelo partido nazista na Alemanha do entre-guerras, e à restrição dos direitos dos negros no sul dos Estados Unidos até a década de 1960. Na segunda metade do século XX, apesar do racismo ser condenado na maior parte do mundo, inclusive no Brasil, onde é ilegal e criminoso, ele continua a existir socialmente com grande força. E se o racismo existe é porque a sociedade que o abriga admite a existência de raças. Assim, apesar de condenarmos o preconceito racial, nossa cultura continua a acreditar nas teorias racialistas que deram origem a ele.

Fonte: SILVA, Kalina Vanderlei. **Dicionário de conceitos históricos**. 3ª ed. São Paulo: Contexto, 2017. p. 346-350.

DOC. 1 – SERVEL, INC.



*Ajudando a Conseguir Quinino
para os que Combatem nas Selvas*

HOJE, nas altas montanhas vulcânicas dos Andes, trabalha ativamente um exército de trabalhadores e de cientistas, colhendo a casca da árvore chamada cinchona para o fabrico do quinino, do qual há premente necessidade afim de que os combatentes, atualmente nas selvas do Pacífico, possam dominar a malária.

Para alcançar a região montanhosa onde se colhe a melhor "casca da malária," os trabalhadores e os cientistas têm de vencer os maiores obstáculos e instalar seus acampamentos no coração da mata. Do seu equipamento complexo, fazem parte essencial os Refrigeradores

Servel. De trem ou carro de boi, os refrigeradores são transportados até os mais longínquos destacamentos, onde permitem que se conservem remédios e alimentos.

Os Refrigeradores Servel foram escolhidos para tal tarefa justamente porque podem ser levados a qualquer lugar, e funcionam com perfeição, não importa onde. Hoje, há milhares de Servels dando sua contribuição ao esforço de guerra das Nações Unidas, em todos os pontos do globo. E, nos lares e hospitais das Américas, funcionam atualmente mais de dois milhões desses refrigeradores.

SERVEL, Inc.



Departamento de Exportação
51 East 42nd St., New York 17, N.Y.
E. U. A.

FABRICANTES DAS GELADEIRAS SERVEL A QUEROSENE E A GÁS

DOC. 2 – LANCHAS HIGGINS

As Lanchas HIGGINS



Hoje na Guerra



Amanhã no Comércio

Higgins
INDUSTRIES INCORPORATED

NOVA ORLEANS

O fulcro das Américas
Os maiores fabricantes de lanchas
do mundo

DOC. 3 – EXPLORAÇÃO AÉREA



Ainda existem na Terra vastas áreas inexploradas. Os ingontáveis tesouros situados no interior, muito longe das estradas de ferro e das estações serão atingidos com o auxílio do mágico transporte aéreo. Mas para isso é preciso contar com o seguro e impecável funcionamento dos motores e das hélices. Entre os entendidos em aviação, os motores Pratt & Whitney e as hélices Hamilton Standard são altamente conceituados.

UNITED AIRCRAFT CORPORATION

EAST HARTFORD, CONNECTICUT, E. U. A.

MOTORES PRATT & WHITNEY • AVIÕES CHANCE VUGHT • HELICÓPTEROS SIKORSKY • HÉLICES HAMILTON STANDARD

DOC. 4 – EXPRESSO GLOBAL



"Expresso Global"-EM 4 DIAS

● 14.000 milhas por sôbre oceanos e continentes . . . *em quatro dias!* Dão-lhe o nome de "Expresso Global". Para manter semelhante horário, é imperativo que os motores, os instrumentos, as luzes e o rádio do avião não falhem nunca.

Neste serviço adota-se arame Auto-Lite para aviões . . . Em outros serviços, onde a segurança e a integridade são também de suprema importância, o nome Auto-Lite identifica geradores, arranques, velas de ignição, acumuladores — equipamento elétrico para automóveis, que os respectivos fabricantes e donos aceitam como sendo o melhor.

THE ELECTRIC AUTO-LITE COMPANY

Export Division

Chrysler Building, Nova York 17, N. Y., E. U. A.

AUTO-LITE

EQUIPAMENTO DE IGNIÇÃO
ARRANQUE E ILUMINAÇÃO

Aprofundando o tema

Professor/professora: tendo em vista que a revista *Seleções* tinha como alvo um público específico formado por uma classe média, branca e cristã, os anúncios refletiam, em suas ilustrações e em seus textos, o modelo ideal de consumidor ao mesmo tempo em que despertava no consumidor, que muitas vezes não tinha os atributos representados, o desejo de atingir o status idealizado e veiculado na revista.

Ao representar e buscar atingir um determinado público, automaticamente, os anúncios e artigos de *Seleções* promoviam o apagamento de outros grupos de pessoas que, na realidade, constituíam uma maioria da população no Brasil do período do qual esta pesquisa se ocupa. Onde estava o negro nos artigos e anúncios? Onde estava o pobre? Onde estava a mulher negra e pobre?

A difusão prescritiva de um modo de vida ideal feita pela revista *Seleções* evidencia uma hierarquia social exclusiva, que valoriza determinados padrões de comportamento, de valores em consonância com o modo de vida americano, em detrimento de outros relacionados com aspectos locais, exóticos que acabam sendo estereotipados em suas representações.

A revista imprimia valores americanizados de democracia, associados aos heróis americanos; de progressivismo, ligado ao racionalismo, à ideia de um mundo de abundância que enaltecia o homem enérgico e livre, capaz de transformar o mundo natural.

Desta forma, eram o protagonismo norte-americano e a liderança dos desbravadores aliados à promessa de transformação da natureza selvagem em um mundo de progresso, segurança e conforto que acabavam sendo ressaltados nos artigos e anúncios de *Seleções*. Daí a ausência nos anúncios publicitários de grupos e indivíduos que não condiziam com os padrões estabelecidos.

Nos documentos 1, 2, 3 e 4, há a ideia de hierarquia social do homem branco, civilizado, sobre o homem negro, mestiço e servil que vai tendo seu ambiente natural domesticado pela modernização e progresso, fruto da “boa vontade” do vizinho norte-americano.

Com base nessas informações Peça para os/as estudantes analisarem os documentos e organize uma roda de conversa.

DIALOGANDO

- 1 – Ao analisar os documentos 1, 2, 3, e 4, quais personagens são representados como protagonistas nas ilustrações?
- 2 – Quais valores são promovidos nos anúncios?
- 3 – É possível identificar nos documentos relações hierárquicas?

Conexão com a Rede

Professor/professora: os Estados Unidos têm sua história marcada por diversas manifestações de racismo e segregação, que é o estabelecimento de uma fronteira social ou espacial que aumenta as desvantagens de grupos discriminados. Com base nas discussões em sala, organize com os/as estudantes uma pesquisa sobre o tema *Segregação Racial*. Explore a importância dos movimentos negros para a igualdade civil e pelo fim da discriminação racial no país.

Para isso acesse:

https://brasil.elpais.com/brasil/2016/11/01/internacional/1478010009_616978.html e/ou

<https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2018/12/segregacao-racial-em-escolas-resiste-nos-eua.shtml>

Pesquise, também, sobre os espaços segregados no Brasil. Acesse:

<https://www.nexojornal.com.br/especial/2015/12/16/O-que-o-mapa-racial-do-Brasil-revela-sobre-a-segrega%C3%A7%C3%A3o-no-pa%C3%ADs>

Construa com as/os estudantes um mural no pátio da Escola, apresente os resultados da pesquisa e, juntamente com essa ação, promova a divulgação do Estatuto da Igualdade Racial, Lei nº 12.288, de 20 de julho de 2010, para conscientização da comunidade escolar.

O estatuto da Igualdade Racial está disponível em

<https://presrepublica.jusbrasil.com.br/legislacao/823981/estatuto-da-igualdade-racial-lei-12288-10>

TEMA: GÊNERO, RAÇA E CLASSE

DOC. 1 – COCA-COLA: CONVITE UNIVERSAL

O Convite Universal

“TOMEMOS UMA COCA-COLA”



Vista da baía e da cidade do Rio de Janeiro

Os brasileiros têm uma nova maneira de dizer: “Como vai, amigo?” O convite cordial que se ouve tantas vezes é: “Tomemos uma Coca-Cola”. Todo o mundo já verificou que a “Coca-Cola” possui um sabor delicioso e uma qualidade que inspira confiança. Eis porque a *pausa que refresca* com uma “Coca-Cola” bem gelada se tornou um costume geral entre amigos.

COPYRIGHT 1944 BY THE COCA-COLA COMPANY
PROPRIEDADE LITERÁRIA E ARTÍSTICA-RESERVADA



UNIDOS HOJE
UNIDOS SEMPRE

Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, fevereiro de 1944. Tomo V, nº 25, p. 143.

DOC. 2 – ANÚNCIO COCA-COLA “JOGADORES DE POLO ARGENTINOS”.

O Convite Universal... “TOME UMA COCA-COLA!”



Campo de Polo

As façanhas dos jogadores de polo argentinos são conhecidas mundialmente. Depois de um renhido “match”, é natural deleitar-se com uma “Coca-Cola” bem fria — o refresco que se destaca pela sua qualidade!

Preço—Cr. \$1,00



UNIDAS HOJE
UNIDAS SEMPRE

COPYRIGHT 1944 BY THE COCA-COLA COMPANY
PROPRIEDADE LITERÁRIA E ARTÍSTICA RESERVADA

DOC. 3 – ANÚNCIO COCA-COLA: HAVANA

O Convite Universal... “TOME UMA COCA-COLA!”



Vista da Fortaleza do Morro em Havana

Cuba... a Pérola das Antilhas, por cujas terras transitam viajantes, turistas e homens de negócio de todas as Americas. Naturalmente, em ambiente tão cosmopolita ouve-se com frequência o convite universal “Tome uma Coca-Cola!” Ali, como em todas as partes, é a saudação da moda. Porque “Coca-Cola” significa *a pausa que refresca*... símbolo de amizade.

COPYRIGHT 1944 BY THE COCA-COLA COMPANY
PROPRIEDADE LITERÁRIA E ARTÍSTICA RESERVADA



UNIDOS HOJE
UNIDOS SEMPRE

DOC. 4 – CONVERSA ENTRE MULHERES

Conversa entre mulheres...

Meu Deus, V. não imagina que cara a empregada fez quando lhe dei minhas toalhinhas para lavar! Fiquei tão constrangida!

Pudera! Por que V. não adota logo os absorventes **Modess**! Não terá este problema e são tão mais higiênicos e seguros!

GRÁTIS!

Queira me enviar, gratuitamente, um exemplar do livreto "Ser quase mulher... e ser feliz", e 2 amostras de Modess, para o que estou remetendo Cr\$ 2,00 para porte registrado.

Modess

UM PRODUTO
Johnson & Johnson

ANITA GALVÃO Consultora Feminina da Johnson & Johnson
Cx. Postal, 5030 - S. Paulo 1-HHH-25

Nome: Idade:
Rua: N.º:
Cidade: Estado:

Escreva com letra bem legível
(Sentimos não poder atender pedidos vindos de fora do Brasil)

Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*. Tomo VI, nº 34, novembro de 1944. P. 162.

Aprofundando o tema

Professor/professora: os documentos 1, 2 e 3, são da Coca-Cola e representam em suas ilustrações paisagens e pessoas de países da América Latina: Brasil, Argentina e Cuba.

A presença da Coca-Cola no Brasil fazia parte, indiretamente, dos acordos firmados por Getúlio Vargas e Roosevelt, entre 1941/1942, e que definiram a participação brasileira ao lado dos aliados na Segunda Guerra Mundial. O Brasil cedeu bases no Nordeste às forças estadunidenses e se comprometeu com o esforço de guerra, fornecendo produtos primários como carne, açúcar, café, borracha, entre outros, e, em troca, recebeu aportes financeiros, reequipou as forças armadas com o que havia de mais moderno na época, além de conseguir as bases para a instalação da indústria siderúrgica brasileira.

Amparada por um apurado faro comercial de seu presidente, Robert Woodruff, a Coca-Cola passou a levar seus produtos, por cinco centavos de dólar, a qualquer parte do mundo onde um soldado americano estivesse. Assim, nos países que eram liderados ou ocupados pelos soldados estadunidenses, os técnicos da Coca-Cola ocupavam fontes de água e empresas de bebidas para produzir o líquido que se tornaria símbolo do novo poderio cultural e que surgiria com o fim da guerra.

Desse modo, os anúncios publicitários da Coca-Cola expressavam não apenas o modo de vida americano, mas também os anseios da política de boa vizinhança que se materializavam nas imagens e personagens que representavam o que os idealizadores das peças publicitárias pensavam sobre a América Latina.

Em praticamente todos os anúncios veiculados pela Coca-Cola na revista, durante 1942-1945, há a presença de um casal com uma representação física nos padrões do homem branco norte-americano. Para não se diferenciar tanto dos latinos, público ao qual o anúncio se destinava, os casais das ilustrações são “latinizados”, tendo a cor dos cabelos mais escura e trajados com roupas típicas dos países representados, dependendo do tema abordado. Já os latino-americanos, quando apareciam, eram quase sempre retratados de forma estereotipada.

Ao levar as imagens para análise em sala de aula, é interessante discutir a composição étnica dos povos latino-americanos e se ela corresponde ao que o anúncio busca representar. Trabalhar essas imagens nas aulas de História possibilita direcionar nossos estudantes a buscar um maior conhecimento do continente do qual fazem parte, refletir sobre a composição étnica dos povos que compõem a América e também pensar sobre as questões sociais e, por consequência, sobre difusão do modo de vida americano que se faz tão presente na imagem vislumbrada pelas agências publicitárias.

Apesar de não ser explícito, é possível analisar as imagens pensadas a partir do conceito de Classe. É representado nas imagens um determinado grupo de pessoas com determinadas característica físicas, pertencentes a um determinado grupo social. Ao estabelecer um determinado padrão social para apresentar o produto, automaticamente a parte autora do anúncio promove “apagamentos”. Quais os grupos sociais que não aparecem nos anúncios? As atividades praticadas pelos personagens dos anúncios seriam compatíveis com os diferentes grupos sociais do Brasil da década de 1940?

A questão sobre *Classe* se explicita se levarmos em consideração o documento 4. O diálogo das personagens do anúncio da Johnson & Johnson evidencia que o produto (absorvente Modess) é direcionado a consumidora da classe média. Por meio dessa constatação é possível construir a imagem da empregada que não é representada na ilustração, mas aparece no diálogo. Quem seria essa mulher? Qual seria sua aparência?

Disponibilizamos um texto, na sequência, para ampliarmos o debate.

Um texto para refletir

Interseccionalidades: raça, classe e gênero

Até a década de 1970, a análise das feministas radicais era de que o patriarcado e a dominação masculina colocavam mulheres de culturas e classes sociais diversas em uma mesma situação. Existiria, assim, uma “identidade” entre mulheres com base em sua posição nesse sistema de poder: seria possível, portanto, falar em “mulher” e “homem” como categorias universais de referência. Mas, afinal, existem padrões ou estruturas válidas para todas as culturas que permitam falar em uma identidade feminina ou em opressão masculina universal? As mulheres passam pelas mesmas experiências de violência e são igualmente subjugadas apenas por serem mulheres?

As análises e teorias do feminismo, embora criticassem o “essencialismo” biológico da definição homem e mulher, também estavam limitadas por não considerarem a interdependência das relações de poder que perpassam as diferenças de raça, de sexo e de classe. Foram as feministas negras que, no final da década de 1970, criticaram radicalmente o feminismo branco, de classe média e heteronormativo. Em contraponto, as lutas sociais deveriam considerar as diferentes identidades, as interseções de raça, de gênero, de classe e de sexualidades.

Nesse momento, surgiram rupturas importantes nas teorias feministas, dando origem a diversas vertentes: para além do chamado feminismo radical, de origem europeia, nos Estados Unidos desenvolveu-se o feminismo socialista, o feminismo negro e, mais tardiamente, o transfeminismo; nos países periféricos, o feminismo pós-colonial. Essas novas vertentes indicavam que as experiências de opressão se davam de formas diferentes em virtude também de fatores como raça e classe. Surgiu, então, o enfoque da interseccionalidade.

O enfoque da interseccionalidade percebe as diferenças de gênero, raça, classe e orientação sexual de forma integrada, considerando suas interações na realidade social e tendo a preocupação de não hierarquizar as diversas formas de opressão. Analisar as diferenças entre homens e mulheres, por exemplo, mostrou-se insuficiente por não se observarem as diversidades específicas que existem entre homens brancos e negros e mulheres brancas e negras.

Enquanto o feminismo branco e ocidental – expressão que as feministas negras e do terceiro mundo usavam para qualificar o feminismo produzido na Europa –

ressaltava que os espaços domésticos deixados às mulheres, desvalorizando-os, o feminismo negro perguntava: no espaço doméstico não há ainda a hierarquia da mulher branca que paga à mulher negra ou à imigrante para servi-la?

A escritora e feminista negra estadunidense bell hooks* argumenta que as mulheres brancas e de classes mais altas confinaram-se no espaço doméstico como uma forma de recusa à execução de trabalhos normalmente realizados por mulheres negras e de classes populares. Ela destaca ainda que a emancipação de mulheres brancas ocidentais esteve atrelada à subordinação da massa de mulheres de países em desenvolvimento. Um exemplo dessa fala é a necessidade de usar o trabalho de mulheres negras como domésticas e em funções de cuidado como condição para que mulheres brancas e de classes privilegiadas possam ter sua liberdade de trabalhar fora de casa.

As críticas de bell hooks devem muito a outra escritora negra estadunidense, Angela Davis, que fez parte do grupo Panteras Negras, movimento de orientação socialista em defesa dos direitos dos negros. Feminista e socialista, Davis escreveu um dos livros que mais chamaram a atenção para a condição específica da mulher negra, geralmente renegada nos próprios movimentos feministas, como o das sufragistas. A filósofa, no entanto, acredita que algumas situações aproximaram as mulheres negras das brancas, como a luta pela educação.

Fonte: Adaptado de: SILVA, Afrânio. et. al. **Sociologia em movimento**. 2. ed. São Paulo: Moderna, 2016. p. 340-341.

* bell hooks, pseudônimo de Gloria Jean Watkins, grafado com letras minúsculas, com objetivo de reforçar o conteúdo de suas obras em detrimento da autoria.

DIALOGANDO

- 1 – O documento 1, 2 e 3 que tem como tema personagens e paisagem do Brasil, Argentina e Cuba representa toda diversidade natural, cultural e populacional do Brasil e de outros países da América Latina?
- 2 – Quais os grupos que existiam no Brasil no período em que o anúncio foi produzido, e que não aparecem no anúncio?
- 3 – O que mais chama atenção no anúncio 4? Como seria uma empregada doméstica no Brasil da década de 1940?

Aprofundando o tema

Professor/professora: o Eixo Gênero, Raça e Classe permite reconstruir historicamente os caminhos percorridos pela população negra no Brasil por meio de um resgate da História que envolve o processo abolicionista que mostra, apesar da conquista, que a situação social dos negros continuou extremamente difícil. Poucos possuíam bens ou dinheiro para trabalhar por conta própria ou condições de obter um emprego melhor. Sem receber qualquer indenização ou ajuda do governo essa população se viu entregue à própria sorte.

Como proposta de aprofundamento do tema pode-se trabalhar o texto do historiador José Murilo de Carvalho, “Os sentidos do 13 de maio” disponível abaixo:

OS SENTIDO DO 13 DE MAIO

Qual o sentido do 13 de maio? Há vários sentidos, dependendo da visão de quem analisa a data. Vejamos os três principais:

- 13 de maio “libertação”: a data é vista positivamente, como o momento da abolição da escravatura. É comemorada como doação de liberdade da monarquia, representada pela princesa Isabel, a “Redentora”.
- 13 de maio “enganação”: a data é vista negativamente pois a “abolição” legal da escravidão não aboliu efetivamente a opressão sobre o negro. Para substituir esse 13 de maio “enganação” constrói-se outra data histórica, o 20 de novembro, data provável da morte de Zumbi, que se busca comemorar como o Dia da Consciência Negra.
- 13 de maio “crítico”: a data é vista positivamente, mais sob novo enfoque. Não se valoriza a “dádiva” da monarquia abolindo a escravidão, mas sim a pressão do movimento popular (incluindo o próprio escravo) exigindo a extinção legal da escravidão. Em vez de doação real, a data é vista como conquista popular.

CARVALHO, José Murilo de. In: Folha de São Paulo, 13 de maio 1988. P. B8-9.

Problematizando a situação do negro no Brasil no final do século XIX e início do século XX. Retome as imagens do Eixo e reflita com os/as estudantes sobre a posição ocupada pela população negra no Brasil. Onde eles estavam no contexto da produção dessas imagens?

Aprofunde a reflexão contextualizando historicamente o Brasil do início do século XX com a reforma urbana no Rio de Janeiro e o processo de aprofundamento da desigualdade social que excluía a maioria da população.

A QUESTÃO DA MULHER NO BRASIL

Professor/professora: incentive os/as estudantes a fazer uma pesquisa sobre o feminicídio. Em grupos, façam uma pesquisa sobre violência contra a mulher por meio da internet. É importante manter o anonimato das pessoas. Investigue:

- o contexto da situação de violência;
- a frequência dessas situações;
- as consequências do episódio relatado;

Cada grupo deverá ser responsável por pesquisar aproximadamente três casos e redigir um texto para cada situação de violência. Na aula seguinte, cada grupo deve apresentar os relatos e todos devem realizar um debate discutindo como se pode resolver essa situação.

CONCLUSÕES

Diante do exposto até aqui, é possível perceber as potencialidades da revista *Seleções do Reader's Digest* como fonte histórica para a disciplina de História no Ensino Médio. A publicação, com seu discurso produzido dentro de um determinado momento histórico, evidencia práticas culturais e representações que, por meio da definição de problemas de investigação, conferem ao estudante possibilidades de leituras, interpretações e narrativas. Isso, por sua vez, amplia a capacidade de autonomia de pensamento e, ao mesmo tempo, garante a ele a construção de conhecimento histórico, ferramenta importante para enfrentar os desafios de um cotidiano de constantes transformações.

É importante ressaltar que este trabalho apresenta apenas uma possibilidade de utilização da Revista *Seleções* no contexto de sala de aula. Possivelmente, se essa revista estivesse acessível, trabalhos diferentes, com diferentes abordagens surgiriam da engenhosidade de outros professores de História que buscam cotidianamente materiais para enriquecer suas aulas.

É necessário apontar também que a variedade da fonte imprensa é enorme, e suas possibilidades de pesquisa e utilização são amplas e variadas. Ao longo desse trabalho, tive a oportunidade de encontrar um vasto material que se converteria em produto pedagógico para as aulas de história. Há acervos periódicos espalhados por museus, universidades, bibliotecas e até em meios digitais. Cito aqui, como exemplo a Revista *Cultura Política* que era revista oficial veiculada pelo Departamento de Imprensa e Propaganda do Estado Novo e, hoje, é disponibilizada pelo Centro de Pesquisa e Documentação Histórica e Contemporânea do Brasil (CPDOC), disponível no site da Fundação Getúlio Vargas.

Quanto à metodologia e os procedimentos possíveis de utilização da fonte como a imprensa, não há uma receita pronta a ser aplicada e que muitas vezes, por mais abrangentes que sejam os esquemas de procedimentos, acabam tendo utilidade muito limitada. Assim, o que apresento aqui é apenas um projeto para ser aplicado numa escola com um determinado perfil sociocultural, e portanto, está aberto para discussões, críticas e reconstruções à medida que é testado e percebido como funciona com os estudantes, em quais dinâmicas podem ser utilizados para apreciar seus resultados.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Cândida Beatriz; PEDROZA, Regina Lúcia Sucupira. Identidade, universidade e integração na América Latina: um estudo de psicologia. **Psicol. rev. (Belo Horizonte)**, Belo Horizonte, v. 24, n. 3, p. 855-874, dez. 2018. Disponível em <<http://dx.doi.org/10.5752/P.1678-9563.2018v24n3p855-874>>. acessos em 08 mar. 2020.
- BITTENCOURT, Circe Maria Fernandes. **O Saber Histórico na Sala de Aula**, São Paulo: Contexto, 2017.
- BRUNER, J. **A Cultura da Educação**. Porto Alegre: Artmed Editora, 2001.
- JASKIU, Janaina. **Papéis em revista**: ensino de História e as representações de gênero na publicidade da revista O Cruzeiro (1930-1975). Ponta Grossa, 2018. 186 f. Dissertação (Mestrado). Universidade Estadual de Ponta Grossa.
- LOURO, Guacira Lopes (org.). **O Corpo Educado**. Pedagogias da sexualidade. 2ª ed. Belo Horizonte: Autêntica. 2000.
- LUCA, Tania Regina de. História dos, nos e por meio dos periódicos. PINSKY, Carla Bassanezi. **Fontes históricas**. São Paulo: Contexto, 2018. P. 111-153.
- MARTINS GUILLEN, Isabel Cristina. A Batalha da Borracha: Propaganda Política e Migração Nordestina para a Amazônia Durante o Estado Novo. **Revista de Sociologia e Política**, [S.l.], n. 09, p. 95-102, dez. 1997. ISSN 1678-9873. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/rsp/article/view/39301>>. Acesso em: 08 mar. 2020.
- MONTEIRO, Érica Gomes Daniel. **A Guerra como Slogan**: visualizando o *Advertising Project* na propaganda comercial da revista *Seleções do Reader's Digest* (1942-1945). Rio de Janeiro, 2006. 174 f. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- MORAN, José. Construindo novas narrativas significativas na vida e na educação. In: PORTO, Ana Paula Teixeira; SILVA, Denise Almeida; PORTO, Luana Teixeira. **Narrativas e mídias na escola**. Frederico Westphalen: URI, 2014. p. 43-58.
- MOURA, Gerson. **Tio Sam chega ao Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- OLIVEIRA, Margarida Maria Dias de (Coord.). **História**: ensino fundamental. Brasília: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Básica, 2010. (Explorando o ensino, v. 21).
- PARANÁ. **Referencial Curricular do Paraná**. Curitiba, SEED. 2018.
- PAULINO, Carla Viviane [et al.]. **Perspectivas do Ensino de história**: teorias, metodologias e desafios para o século XXI. Curitiba: Intersaberes, 2018.
- PENDERGRAST, Mark. **Por Deus, Pela Pátria e Pela Coca-Cola**: A história não autorizada do maior dos refrigerantes e da companhia que o produz. Rio de Janeiro: Ediouro, 1993.

SILVA, Afrânio. et. al. **Sociologia em movimento**. 2. ed. São Paulo: Moderna, 2016. p. 340-341.

SILVA, Kalina Vanderlei. **Dicionário de conceitos históricos**. 3ª ed. São Paulo: Contexto, 2017. P. 141.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O processo de pesquisa e escrita dessa dissertação ocorreu num período de dois anos e meio (2018 a 2020), período esse, marcado por intensos debates políticos polarizados entre direita e esquerda. Nunca se usou tanto a História, ou melhor, interpretações históricas para justificar posições políticas. Nesse contexto de falsas notícias e más interpretações, nunca foi tão necessário conscientizar as pessoas da necessidade de pensar de forma lógica para não sucumbir às notícias falsas que inundam as redes sociais.

O processo de escrita dessa dissertação se encerrou em 2020 no contexto da pandemia da Covid-19. Novamente o cotidiano virtual das pessoas foram inundados com divesas versões sobre a origem do vírus, sobre medicamentos com poder de combate ao vírus entre outros debates que possibilitaram a proliferação de notícias falsas.

Nesse mesmo contexto a Educação, pública e privada, precisou se adequar ao isolamento social, que foi a principal estratégia eleita pela Organização Mundial da Saúde para a prevenção e evitar a proliferação do vírus.

Sendo assim, vários Estados adotaram um modelo de ensino à distancia, remoto, fazendo com que professores, alunos e toda a comunidade escolar se adaptasse a essa nova realidade.

Para analisar a eficácia dessa nova modalidade de Educação em tempos de pandemia seria necessária uma nova pesquisa, que não é minha intensão nesse momento. Mas é necessário levar em consideração esse cenário para estabelecer algumas considerações.

A primeira consideração que faço está relacionada com a importância da História para a compreensão da realidade sob a qual vivemos. A História é uma ferramenta que dá suporte aos seres humanos de se compreenderem no tempo presente. Foi necessário retomar a História, repensar a gripe espanhola, por exemplo, para compreender como a humanidade se comportou em outros momentos de pandemia, como as pessoas reagiram, como as autoridades se organizaram para combater essa doença, quais medidas foram usadas para melhorar ou piorar as condições de vida das pessoas.

No contexto político citado anteriormente, foi necessário retomar a História para combater informações distorcidas sobre o nazismo e, até mesmo, sobre a escravidão no Brasil.

Essas questões reforçam a importância da História e do ensino de História na formação intelectual das pessoas. O que justifica a reflexão no primeiro capítulo sobre os caminhos percorridos pelo ensino de História nos diferentes momentos da História do Brasil.

Foi possível perceber que o ensino de História sempre foi motivo de preocupação dos grupos dominantes, seja para manter seu *status* ou como ameaça ao mesmo. Nos dias atuais são nítidos os debates que colocam a História ensinada na berlinda, acusando os professores e professoras de propagar ideologias.

Durante a implantação da Base Nacional Comum Curricular (BNCC), ficou nítido o debate sobre qual História ensinar. Como já refletido anteriormente, são inúmeros os sujeitos que buscam influenciar na organização da educação, do currículo e da escola pública.

Nesse espaço de disputa, professores/professoras e estudantes se articulam no processo de ensino/aprendizagem. Aqui faço minha segunda consideração que é de valorização do espaço da sala de aula como espaço de conhecimento.

A experiência de ensino remoto adotada durante a pandemia trouxe à tona a importância do/a professor/professora e da relação que se constrói e se estabelece com estudantes no contexto da sala de aula. O debate, o diálogo, as trocas de conhecimento são elementos fundamentais para a construção de conhecimento. Tais ações são dificultadas ou desaparecem diante do distanciamento e da impessoalidade da internet.

E foi devido a um pequeno evento ocorrido numa sala de aula, num terceiro ano do Ensino Médio que esse projeto começou. Como mencionei anteriormente, trabalhar fontes históricas em sala de aula não é nenhuma novidade, mas é a forma mais simples e essencial para estudar, contar e escrever História, assim acredito.

Dessa forma, a proposta de trabalhar com fontes, mais precisamente com artigos e anúncios publicitários da revista *Seleções* nas aulas de História, proporcionou um material que contribui com a construção do conhecimento sobre a história de homens e mulheres e suas representações num determinado contexto histórico, indo além das narrativas dos livros didáticos.

Tendo em vista que hoje, os/as estudantes vivem imersos em um presente contínuo, em um universo mediado por imagens, no qual uma avalanche de personagens, fatos e processos chegam a até eles por meio de representações que deles são produzidas, a História torna-se uma ferramenta indispensável para a leitura desse presente a partir de elementos do passado.

Sendo a História uma área de conhecimento em permanente construção, nesse contexto, o documento é ponto de partida na construção desse conhecimento. Por meio dele é possível incorporar a fala de diversos sujeitos históricos relegados ao esquecimento. Por meio deles, é possível que os/as estudantes se vejam como construtores de conhecimento e sujeitos

históricos que, por meio do conhecimento de seu passado, consiga sair do imediatismo e vislumbrar o futuro.

O objetivo do estudo da História, na escola pública, é desenvolver nos/nas estudantes a capacidade de analisar a sociedade criticamente, com autonomia. Para que isso ocorra é interessante aproximar os estudos históricos da cultura juvenil, levando-os a refletir sobre suas vivências e suas práticas de representação.

A análise dos documentos históricos disponíveis no caderno pedagógico “História em Revista”, proposto neste trabalho, pode contribuir para diversos debates, possibilitando um repensar da vida prática dos sujeitos, apontando novas soluções para velhos problemas.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Ronaldo Conde. **Almanaque da Rádio Nacional**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2007.

ANDERSON, Benedict. **Comunidades imaginadas**: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

ARRIADA, Eduardo; BASTOS, Maria Helena Camara. A democracia na América, de Alexis de Tocqueville: Uma leitura para a história da educação. In: **Educação Unisinos**, 11(1), p. 5-14, 2007. Disponível em <http://revistas.unisinos.br/index.php/educacao/article/view/5680/2885> > acesso: 21/07/2020.

AZAMBUJA, Cristina Spengler. O papel social da mulher brasileira nas décadas de 30 a 60, retratada através das propagandas veiculadas na revista O Cruzeiro. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, vol. 3, n. 1, p. 83-92, 2006.

BERNARDES, Maria Eliza Mattosinho. A Atividade no Ensino e na Aprendizagem: Concepções da Teoria Histórico-Cultural. MALPARTIDA, Humberto Miguel Garay, Coord.; MARTINS, Anna Karenina Azevedo, Coord.; Grupo de Apoio Pedagógico / GAP-EACH, Org. **Metodologias ativas de aprendizagem no ensino superior**: relatos e reflexões. São Paulo: Intermeios, 2015. P. 35–51.

BESANÇON, Alain. **A infelicidade do século**: sobre o comunismo, o nazismo e a unidade da Shoah. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.

BITTENCOURT, Circe Maria Fernandes. **O Saber Histórico na Sala de Aula**, São Paulo: Contexto, 2017.

BRODBECK, Marta de Souza Lima. **Vivenciando a história**: metodologia de ensino de história. Curitiba: Base Editorial, 2012.

BRASIL. **Base Nacional Comum Curricular (BNCC): Educação é a Base**. MEC, 2018.

_____. **Parâmetros Curriculares Nacionais (PCNs)**. História. Ensino Fundamental. Brasília: MEC/SEF, 1998.

CAIMI, Flávia Eloisa. História escolar e memória coletiva: como se ensina? Como se aprende? In: MAGALHÃES, Marcelo; ROCHA, Helenice; GONTIJO, Rebeca (Org.). **A escrita da história escolar**: memória e historiografia. 1 ed. Rio de Janeiro: FGV, 2009. p. 65-79.

CAMPOS, Helena Guimarães; FARIA, Ricardo de Moura. **História e linguagens**. 1ª ed. São Paulo: FTD, 2009.

CANCLINI, Nestor G. O patrimônio cultural e a construção imaginária do nacional. **Revista do IPHAN**, Brasília, MinC, IPHAN, nº 23, 1994. p. 95-115.

CARNEIRO, Maria Luiza Tucci. O Brasil diante dos nazistas. In **Revista de História da Biblioteca Nacional**, Rio de Janeiro, ano 8, nº 88, p.30-33, jan. 2013..

CARVALHO, Maria Helena Meira. **Right Man com bossa**: as representações do Brasil e do American way of life nas propagandas comerciais em revistas brasileiras de variedades (1937-1947). Belo Horizonte, 2015. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas.

CAVALCANTI, Erinaldo. Livro didático: produção, possibilidades e desafios para o ensino de História. In: **Revista História Hoje**, v. 5, nº 9, p. 262-284, 2016. Disponível em <<https://rhhj.anpuh.org/RHHJ/article/view/219/183>> acesso: 21/01/2020.

CERRI, Luis Fernando. **Ensino de História e consciência histórica**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2011.

CERTEAU, M. **A escrita da História**. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1982.

CHARTIER, Roger. O Mundo como Representação. In: **Estudos Avançados**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 11, p. 173-191, 1991.

CHERVEL, A. História das Disciplinas Escolares: reflexões sobre um campo de pesquisa. **Revista Teoria e Educação**, Porto Alegre, v.2, 1990. p. 177-229.

CHUVA, Marcia. Por uma noção de patrimônio cultural no Brasil. **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**. Disponível em p. 147-165. Acessado em 02/07/2018.

DOMINGUES, Petrônio. **A nova abolição**. São Paulo: Selo Negro, 2008. p. 69-71.

FONSECA, Selva Guimarães. **Caminhos da história ensinada**. Campinas: Papirus, 1993.

FORQUIN, Jean-Claude. **Escola e cultura**: as bases sociais e epistemológicas do conhecimento escolar. Trad. Guacira Lopes Louro. Porto Alegre, Artes Médicas, 1993, 208 p.

GUIMARÃES, Selva. **Didática e prática de ensino de História**: Experiências, reflexões e aprendizados. 13ª ed. Campinas: Papirus, 2012.

HIGH, Stanley. O Deus Sintético dos Nazís. **Revista Seleções do Reader's Digest**, Tomo II, nº 8, setembro de 1942. P. 37-40

HOBBSBAWM, Eric J. **A era dos impérios**. Rio de Janeiro: Paz e Terra. 1998.

HOOKS, Bell; A teoria como prática libertadora. **Ensinando a transgredir**: a educação como prática da liberdade. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2013. Cap.5, p.83-104.

JASKIU, Janaina. **Papéis em revista: ensino de História e as representações de gênero na publicidade da revista O Cruzeiro (1930-1975)**. Ponta Grossa, 2018. 186 f. Dissertação (Mestrado). Universidade Estadual de Ponta Grossa.

JUNQUEIRA, Mary Anne. Seleções do reader 's digest e a construção da imagem da américa latina. **Anais Eletrônicos do III Encontro da ANPHLAC**. São Paulo. 1998. Disponível em <http://anphlac.fflch.usp.br> acesso: 02/03/2019.

_____. A trajetória da revista brasileira Seleções do Reader's Digest (1942-1970). **Estudos de Sociologia**, Recife, vol. 4, nº 1, p.1-130, jan.jun., 1998. Disponível em <https://periodicos.ufpe.br/revistas/revsocio/article/view/235491/28479> Acesso: 02/02/2019.

_____. Representações políticas do território latino-americano na Revista Seleções. **Revista Brasileira de História**. USP São Paulo, v. 21, nº 42, p. 323-342. 2001 Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-01882001000300004> acesso 02/02/2019.

LE GOFF, Jaques. **História e memória**. Campinas: Ed. Unicamp, 1990.

LIMONCIC, Flávio. American way of life (verbete). SILVA, Francisco Carlos Teixeira (org.). **Enciclopédia de guerras e revoluções do século XX**. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

LOURO, Guacira Lopes (org.). **O Corpo Educado**. Pedagogias da sexualidade. 2ª ed. Belo Horizonte: Autêntica. 2000.

LUCA, Tania Regina de. **A ilustração (1884-1892): circulação de textos e imagens entre Paris, Lisboa e Rio de Janeiro**. São Paulo: Editora Unesp, 2018.

_____, Tania Regina de. História dos, nos e por meio dos periódicos. PINSKY, Carla Bassanezi. **Fontes históricas**. São Paulo: Contexto, 2018. P. 111-153.

MADEIRO, Carlos. Ameaça, intolerância e apologia nazista: judeus relatam temor no país. **Uol Notícias**. Disponível em <<https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2020/01/27/ameacas-intolerancia-e-apologia-nazista-trazem-medo-a-judeus-no-brasil.htm>> acesso 05/02/2020.

MOMBACH, Clarissa. O governo Vargas e suas implicações na Produção literária teuto brasileira. **Revista Eletrônica Literatura e Autoritarismo**. Disponível em http://w3.ufsm.br/grpesqla/revista/dossie10/RevLitAut_art03.pdf . p. 31-44. Acessado em 02/07/2018.

MONTEIRO, Ana Maria F.C. **Entre saberes e práticas**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

MONTEIRO, Érica Gomes Daniel. **A Guerra como Slogan: visualizando o Advertising Project na propaganda comercial da revista Seleções do Reader's Digest (1942-1945)**. Rio de Janeiro, 2006. 174 f. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Rio de Janeiro.

_____. A Guerra como Slogan: Visualizando o Advertising Project na propaganda comercial da Revista Seleções do Reader'S Digest (1942-1945). **Tempos Históricos**, vol.

14, 2º sem., p. 154-173. Disponível <e-revista.unioeste.br/temposhistoricos.htm> Acesso: 05/01/2020.

MOURA, Gerson. **Tio Sam chega ao Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 1984.

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais**: investigações em psicologia social. Petropolis, RJ: Vozes, 2015.

OLIVEIRA, Lúcia Lippi. **O Brasil dos Imigrantes**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001. p. 23-4.

OLIVEIRA, Margarida Maria Dias de (Coord.). **História**: ensino fundamental. Brasília: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Básica, 2010. (Explorando o ensino, v. 21).

PARANÁ. Secretaria de Estado da Educação. Superintendência da Educação. Diretoria de Políticas e Programas Educacionais. Coordenação de Desafios Educacionais Contemporâneos. **Cadernos temáticos dos desafios educacionais contemporâneos**. Curitiba: SEED – PR, 2010.

PAULINO, Carla Viviane [et al.]. **Perspectivas do ensino de história: teorias, metodologias e desafios para o século XXI**. Curitiba: Intersaberes, 2018.

PEDRO, Antonio. Estado e Trabalhismo. In: MARANHÃO, Ricardo; MENDES JUNIOR, Antonio (org.). **Brasil História**: texto e consulta. São Paulo, Editora Hucitec, 1981. P. 191-189.

PENDERGRAST, Mark. **Por Deus, Pela Pátria e Pela Coca-Cola**: A história não autorizada do maior dos refrigerantes e da companhia que o produz. Rio de Janeiro: Ediouro, 1993.

PEREIRA, Nilton Mullet & SEFFNER, Fernando. O que pode o ensino de história? Sobre o uso de fontes na sala de aula. In: **Anos 90**, Porto Alegre, v. 15, n. 28, p.113-128, dez. 2008

PEREIRA, Silvio Luiz Gonçalves. **Seleções do Reader's Digest 1945-1964**: um mapa da intolerância política. São Paulo, 2006. 313 f. Tese de Doutorado – Universidade de São Paulo, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas.

PERRENOUD, Philippe. **Construir as competências desde a escola**. Trad. Bruno Charles Magne. Porto alegre: Artes Médicas Sul, 1999.

PINSKY, Carla Bassanezi (Org.). **Fontes históricas**. 3 ed. São Paulo; contexto, 2018.

PINSKY, Jaime (autor e organizador). **O ensino de História e a criação do fato**. 14 ed., 4ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2018.

PRADO, Maria Ligia Coelho. “Davi e Golias: as relações entre Brasil e Estados Unidos no século XX”. in MOTA, Carlos Guilherme (org.). **Viagem incompleta**: a experiência brasileira. A grande transação. São Paulo, Editora SENAC, 2000.

_____. “Ser ou Não Ser um Bom Vizinho: América Latina e Estados Unidos Durante a Guerra”. **Revista USP**. Dossiê 50 Anos de Final de Segunda Guerra. N°26 - São Paulo:

USP, 1995. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/28145>>. Acesso: jul/2019.

RAAD, Lenita Jacira Farias. Revista Seleções do Reader's Digest e as campanhas de controle demográfico no interior da guerra fria. **Revista Esboços**. V. 11. Nº 11, Florianópolis 2004. Disponível em <https://periodicos.ufsc.br/index.php/esbocos/article/view/478> acessado em 15/12/2017.

SALIBA, Elias Thomé. Pequena História do Documento: Aventuras modernas e desventuras pós-modernas. PINSKY, Carla Bassanezi; LUCA, Tania Regina de. **O Historiador e suas fontes**. São Paulo: Contexto, 2012, pp 309 - 328.

SALVADORI, Maria Ângela Borges. **História, Ensino e Patrimônio**. Araraquara, SP: Junqueira & Martins Editores, 2010.

SCHERER Júnior, Charles. **Os articulistas de Selecciones del Reader's Digest e a constituição da imagem dos estereótipos do american way of life: 1949/1950**. Porto Alegre, 2009. 208 f. Tese de Doutorado – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas.

SCHMIDT, Maria Auxiliadora; BARCA, Isabel; MARTINS, Estevão de Rezende (Org.). **Jörn Rüsen e o Ensino de História**. Curitiba: Editora da UFPR, 2011.

_____. A formação do professor de história e o cotidiano da sala de aula. In: BITTENCOURT, C. (Org.). **O saber histórico na sala de aula**. 12ª ed. São Paulo: Contexto, 2017. P. 54- 66.

SILVA, Afrânio. et. al. **Sociologia em movimento**. 2. ed. São Paulo: Moderna, 2016.

SILVA, Kelen Katia Prates; CARVALHO, Carlos Eduardo S. A construção da identidade nacional durante a era Vargas: os políticos, os intelectuais e o futebol. **Revista Outras Fronteiras**. V. 3. Nº 1, Cuiabá, jan/jun 2016. P. 246-254. Disponível em <http://ppghis.com/outrasfronteiras/index.php/outrasfronteiras/article/view/172> . Acesso: 02/07/2018.

SILVA, Marco Antônio. A fetichização do livro didático. *Educação e Realidade*, v. 37, n. 3, set./dez. de 2012, p. 803-821.

SILVA, Tomaz Tadeu. "A poética e a política do currículo como representação." Trabalho apresentado no GT Currículo na 21ª Reunião Anual da ANPED, 1998.

TATSCH, Flavia Galli ; KARNAL, Leandro. A memória evanescente. In: PINSKY, Carla Bassanezi; LUCA, Tania Regina de. **O Historiador e suas fontes**. São Paulo: Contexto, 2012, pp 9 - 26.

TOTA, Antonio Pedro. **O imperialismo sedutor**. A americanização do Brasil na época da Segunda Guerra. São Paulo: Companhia das Letras, 2000. P. 9-11

TURNER, Frederick Jackson. **O significado da fronteira na história americana**. Porto (Portugal): Book Cover Editora. 2018.

