



A PRODUÇÃO DO CURRÍCULO NA TELEVISÃO:

que discurso é esse?

Marlucy Alves Paraíso

RESUMO – *A produção do currículo na televisão: que discurso é esse?* Este artigo trata de parte das produções discursivas atuais da televisão sobre a educação e o currículo. Ele se insere no campo dos Estudos Culturais, numa perspectiva pós-estruturalista que incorpora as contribuições de Michel Foucault acerca do discurso e do poder. A partir da análise de comerciais e programas sobre a educação veiculados pelo Canal Futura – canal televisivo que se autodenomina “o canal do conhecimento”, criado pelo setor privado de telecomunicações e que envolve um conjunto de empresários brasileiros e estrangeiros –, este trabalho expõe as formas de controle operadas, as técnicas adotadas para divulgar as idéias e as vozes autorizadas a falar nesse meio. Nessa operação, este estudo mostrará como o currículo e a escola têm sido pensados, falados e produzidos pela televisão, no Brasil, neste final de século.

Palavras-chave: *currículo, televisão, educação.*

ABSTRACT–*The production of curriculum by television: what discourse is that?* This paper deals with the current television discursive productions about education and curriculum and can be situated in the field of Cultural Studies, in a post-structuralist perspective which incorporates Michel Foucault’s contributions to the discussion on discourse and power. It deals with the analysis of commercials and programs about educational broadcasted by the Channel “Futura” - a television channel self-entitled “the channel of knowledge”, created by the private sector in the field of telecommunications, involving a group of Brazilian and foreign entrepreneurs. This article exposes the control mechanisms in action, as well as the techniques adopted in order to spread around the ideas and the voices authorized to speak in that environment. By doing that, the article will also show the ways in which curriculum and schools have been thought of, spoken about and effectively produced by television, in Brazil, at the end of the present century.

Key-words: *curriculum, television, education.*

Este trabalho trata de parte das produções discursivas atuais da televisão sobre a educação escolar e o currículo. A partir da análise de comerciais e programas sobre a educação veiculados pelo Canal Futura – canal televisivo que se autodenomina “o canal do conhecimento”, criado pelo setor privado de telecomunicações e que envolve “a parceria” de um conjunto de empresários brasileiros e estrangeiros¹ –, este trabalho expõe as formas de controle operadas, as técnicas adotadas para divulgar as propostas para a educação escolar e as vozes autorizadas a falar nesse meio. Nessa operação, este artigo mostrará como o currículo e a escola têm sido pensados, falados e produzidos pela mídia, especialmente pela televisão, no Brasil, neste final de século.

Quando acionamos o controle remoto da televisão, somos conduzidos/as a um leque de programas, comerciais e reportagens sobre a educação. Aí a escola e o currículo têm sido falados, expostos, produzidos, multiplicados. A escola tem ocupado “horários nobres” da Rede Globo; ela aparece nos seus telejornais e em diferentes programas; ela é falada e propagada em diferentes comerciais, sem falar do Canal Futura, criado para falar e fazer educação. É possível verificar facilmente, e estarei neste trabalho dando outras evidências desse processo, que *a escola está na televisão*.

No Canal Futura a escola e o currículo têm sido pensados e divulgados insistentemente. Ele, em seus diferentes programas e comerciais, critica os currículos escolares; exalta as experiências que considera *alternativas*; autoriza certas vozes para falar sobre a educação, “fabrica” o *amigo da escola*; produz a *escola legal* e o *currículo com afeto*; propõe que a comunidade se articule para reformar o espaço físico das escolas e para ajuda-las no que for preciso; convida pesquisadores internacionais para debater sobre a educação; promove seminários e, em seguida, organiza *megashows* com artistas brasileiros, que convidam a comunidade a participar da parceria pela educação brasileira.

O Canal Futura já é operado por mais de 60.000 escolas brasileiras, conforme mensagem divulgada nos intervalos da sua programação. Esse canal é dirigido às escolas de todos os níveis de ensino. Mas, conforme o próprio discurso de mobilização desse canal e de seus criadores, pretende-se atingir, além das escolas, associações de bairros, comunidades organizadas, Organizações Não-Governamentais, hospitais, presídios, bibliotecas públicas e “qualquer outra instituição que precise ter acesso a informações e conhecimentos do mundo”. Esse canal aborda diferentes temas e possui programas educativos dos mais diferentes tipos: tele-aulas sobre temas variados, histórias, instruções para trabalhos manuais, programas ecológicos, programas variados sobre a escola, brincadeiras e jogos infantis, parceria comunidade-escola, gestão escolar, política econômica e educacional, novelas de época, filmes clássicos comentados etc.

Partindo da evidência de que a escola e o currículo são pensados, falados e expostos na televisão, este trabalho lida com a hipótese de que a televisão, ao expor suas propostas para a educação escolar brasileira, autoriza certos grupos

a falarem sobre a educação e desautoriza outros. Ela utiliza professores/as, estudantes e outros profissionais da educação, bem como artistas de prestígio da mídia brasileira – Sandy e Júnior, Letícia Sabatela, Regina Casé, Tony Ramos, Tony Belloto, Serginho Groisman, Stênio Garcia e outros – para “dizer coisas” sobre a escola e o currículo; para produzir um currículo que tem determinadas características. Além disso, a televisão possui seu próprio modelo curricular, sua própria referência de educação de qualidade e está produzindo, ela mesma, um discurso sobre a escola, um “regime de verdade” para a educação, que não prescinde de técnicas como a emoção, o afeto, a solidariedade e a alegria.

Este trabalho que trata, portanto, de parte das produções discursivas atuais da televisão sobre a escola e o currículo, se insere no campo dos Estudos Culturais, numa perspectiva pós-estruturalista que incorpora as contribuições de Michel Foucault acerca do discurso e do poder. O poder, segundo Foucault, produz, institui verdades, não possui um centro, divide, é propriedade das relações e não das pessoas ou grupos, é móvel, instável, despolarizado (cf. Foucault, 1988, 1999 e 2000). A sua noção de discurso é a de que ele é produtivo. Os discursos (assim como a linguagem) são instâncias que nos permitem nomear e dar sentido ao mundo e às coisas do mundo (cf. Foucault, 1988 e 1995). O discurso não apenas nomeia, ele produz a realidade; ele é “uma prática que sistematicamente forma os objetos de que fala” (Foucault, 1995, p.50).

O que me interessa, especialmente, nos comerciais e programas sobre a escola, que têm sido amplamente divulgados pela televisão brasileira nesta virada de século, especialmente pelo Canal Futura, são os processos pelos quais as “verdades” sobre a escola são produzidas pela televisão para a participação numa rede simbólica que não mais fala da “escola existente”, mas antes passa a produzir uma série de valores, técnicas e estratégias que auxiliam a propagar um discurso sobre a educação, a escola e o currículo; um discurso que, sem prescindir dos conhecimentos apresentados em programas e políticas oficiais, é constituído também por estratégias como a participação, a solidariedade, o afeto, a descontração e a alegria.

Currículo e mídia: contribuições dos Estudos Culturais

Os Estudos Culturais têm sua origem na fundação, em 1964, do Centro de Estudos Culturais Contemporâneos, na Universidade de Birmingham, Inglaterra. Se as produções do Centro, durante muito tempo, utilizaram quadros de referência claramente marxista, apoiando-se em interpretações de Marx feitas por autores tais como Althusser e, mais tarde, Gramsci; nos anos 80, esse predomínio cede lugar ao pós-estruturalismo de autores como Foucault e Derrida (cf. Silva, 1999a).

Stuart Hall (1992), ao discutir os estudos de mídia, faz um breve histórico das mudanças de abordagens e dos focos de preocupações pelas quais esses estudos passaram no Centro de Estudos Culturais da Universidade de Birmingham. Segundo Hall, o retorno a uma preocupação da mídia com os significados, entendendo que ela “ocupa uma posição dominante no que diz respeito à maneira pela qual as relações sociais e os problemas políticos são definidos” (Hall, 1992, p.118), é uma das mais significativas marcas dos trabalhos no Centro de Estudos Culturais.

A literatura mais recente do campo dos Estudos Culturais sugere claramente o estudo do vínculo entre escolarização e mídia (Green e Bigum, 1995, Dalton, 1996, Kellner, 1995 e Giroux, 1995a, 1995b e 1995c). Green e Bigum (1995), por exemplo, apontam para a necessidade de ampliar as noções de currículo e de pedagogia, para incorporar o estudo de outros ambientes educativos, que não o escolar, especialmente o da mídia, que vêm exercendo um importante papel na formação das pessoas na atualidade. Os autores nos falam que, embora ainda seja uma questão pouco compreendida, existe um verdadeiro deslocamento da escola para a mídia, como “educadora eletrônica” das novas gerações.

Este trabalho, portanto, vai ao encontro da necessidade anunciada por estudiosos/as dos Estudos Culturais de que se amplie a noção de pedagogia e de currículo e de que sejam pesquisadas pedagogias externas ao processo de escolarização. Afinal, conforme argumenta Giroux (1995a), “uma nova política cultural também deve lidar, criticamente, com aqueles discursos que estão fora dos domínios tradicionais do conhecimento, para ampliar a definição histórica e relacional de textos culturais, e analisar a forma como ‘o conhecimento, não importa quão mundano e utilitário, joga com imagens lingüísticas e produz práticas culturais’” (Giroux, 1995a, p.136). A evidência da necessidade desse tipo de análise fica demonstrada “no poderoso papel que a mídia está, de forma crescente, assumindo na produção de imagens e de textos que penetram em cada vez mais áreas da vida cotidiana” (ibidem).

É assim que, encontrando a possibilidade de ampliação e alargamento da concepção de currículo nas pesquisas inseridas no campo dos Estudos Culturais, trabalho com a concepção de *currículo cultural*³. Tal concepção possibilita tomar como objeto de estudo e análise, no campo educacional, qualquer artefato cultural. O currículo cultural pode ser visto como fazendo parte de uma “pedagogia cultural” que, de maneira mais ampla, nos ensina comportamentos, procedimentos, hábitos, valores e atitudes, considerados adequados e desejáveis, através de diferentes artefatos, como o cinema, a televisão, as revistas, a literatura, a moda, a publicidade, a música etc.

O que os/as pesquisadores e pesquisadoras que têm investido em estudos desses diferentes artefatos, com diferentes abordagens e perspectivas, possuem em comum é o fato de defenderem que a mídia vem ensinando às pessoas modos de ser, estar e se portar no mundo, conhecimentos sobre si mesmo e

sobre as outras pessoas, bem como valores, normas e procedimentos. Isso faz dela um espaço importante de formação que tem merecido investimentos de diferentes pesquisadores/as. Nesse sentido, os modos pelos quais nossas identidades e subjetividades vêm sendo constituídas no interior das diferentes práticas culturais, especialmente daquelas que dizem respeito à ação da mídia na constituição das pessoas, é um tema de grande importância do nosso tempo que tem sido estudado e discutido, por estudiosos/as da educação e da cultura, em diferentes partes do mundo, de diferentes pontos de vista.

A incidência cada vez mais evidente das realidades tecnológicas sobre todos os aspectos da vida social e os deslocamentos menos visíveis que ocorrem na esfera intelectual obrigam-nos a reconhecer, portanto, as tecnologias atuais e, especialmente a televisão, como um tema político de grande importância nesse novo tempo. Evidências tão visíveis do impacto da mídia nos mais diferentes âmbitos da vida das pessoas na contemporaneidade têm estimulado vários trabalhos nessa área também no Brasil⁴. Uma variedade de investigações, nos últimos tempos, têm problematizado, discutido e analisado diferentes artefatos culturais e o seu papel na formação das pessoas⁵.

No que diz respeito à educação escolar, por um lado, a mídia, aparentemente, possui seu próprio modelo curricular, sua própria referência de escola de qualidade e promove, ela mesma, uma seleção, dentre inúmeras possibilidades, daquilo que considera importante e válido de ser ensinado para as novas gerações. Por outro lado, as pessoas constroem seu próprio currículo através da mídia (Dalton, 1996, p.98), seu conhecimento sobre o que merece ser ensinado às novas gerações, sobre as relações entre professores/as e estudantes, entre escola e comunidade, entre Estado e educação etc.

Nessa perspectiva, Mary Dalton (1996), por exemplo, em instigante trabalho que analisa o currículo de 26 filmes sobre bons e boas professores/as de Hollywood, argumenta que o conhecimento geral sobre as relações entre professores/as e estudantes, conhecimento além do plano do pessoal ou anedótico, é criado por construções da cultura popular exibida pela mídia. A autora mostra que os filmes de Hollywood apresentam um modelo curricular específico e têm sua própria teoria de currículo. Para Dalton, Hollywood possui “um modelo curricular que exalta a experiência pessoal, numa ampla operação estético-ético-política, a qual faz do currículo e do ensino uma coisa só” (1996, p.101).

Outros/as pesquisadores/as educacionais têm argumentado que a relação entre o currículo e a cultura da informação estaria na base da emergência de um novo tipo de estudante, fato a que educadores/as, dirigentes do sistema de ensino e pesquisadores/as da educação ainda estão pouco atentos (Green e Bigum 1995, p.214.).

Se é evidente, por um lado, a “clara penetração da mídia no processo de escolarização” e, por outro lado, a existência de “formas cambiantes de currículo”, é certo, também, que novas maneiras de pensar a escola estão sendo produzidas no mundo das telecomunicações. Emerge, neste final do século, um

conhecimento sobre e para a escola, produzido por discursos de diferentes áreas com a participação decisiva da televisão. É isto que procurarei mostrar a seguir.

Que discurso é esse?

Que discurso é esse que vem sendo produzido na mídia, especialmente na televisão, sobre e para a escola?

Louvada como um símbolo de esperança no futuro e, ao mesmo tempo, denunciada como injusta, desigual, de péssima qualidade, um desperdício do dinheiro público, a educação escolar pública foi, neste século, objeto de ambivalência. Ela esteve sempre presa entre discursos contraditórios. Na atualidade a mídia acirrou essa ambivalência, e as imagens que representam a escola são ainda mais heterogêneas e contraditórias.

De um lado, os comerciais, sejam eles patrocinados por empresários, pela própria mídia ou pelo Governo Federal, propagam a necessidade de escolas para todos, apresentam uma escola bonita, harmônica, alegre e sem conflitos. A propaganda sobre a escola patrocinada pelo Ministério da Educação e veiculada por diferentes meios de comunicação nos anos de 1998 e de 1999 é exemplar. A propaganda, que na sua ficha técnica possui o título de *ABC: toda criança na escola*, tem duração de 60 segundos e apresenta como personagem principal Edson Arantes do Nascimento (Pelé). As outras personagens são todas crianças. Durante o *clip* todos/as cantam uma música que tem como tema central o ato de aprender a ler e a escrever. O ritmo da música é um samba, que é cantada e dançada pelas crianças junto com Pelé. Nesse comercial, a escola possui uma força social poderosa, é prazerosa, fácil, eficaz, alegre, descontraída: uma brincadeira. A leitura, por exemplo, de um livro de literatura, é feita por uma criança dentro de uma banheira transbordando água. A escola é também democrática e harmônica, já que meninas e meninos, brancos/os, negros/os, mestiços/as e de classes sociais diferentes aprendem a ler e a escrever todos/as juntos/as, cantando, dançando, brincando, felizes e descontraídos/as.

De outro lado, os telejornais, as reportagens e matérias de ampla divulgação que falam da escola, representam-na como esfando em grande crise. Crise que é constantemente representada pela degradação da rede física, das condições necessárias para o seu funcionamento, pela violência física, pela ineficiência do currículo e pela falta de material adequado. Algumas vezes a escola pública é apresentada como a culpada pela crise econômica e social do País, já que não consegue suprir as necessidades dos/as estudantes e muito menos do mercado de trabalho.

É claro que, ao representar a escola pública como ineficiente, a televisão apresenta a si mesma como uma boa alternativa para a educação das pessoas. Isso no Canal Futura é feito de uma maneira impressionantemente eficiente.

Assim, por exemplo, o programa *Você na TV*, dá voz a diferentes jovens para que eles possam dizer o que pensam da sua escola. Em um desses episódios⁶, um jovem diz: “o maior problema da escola é que os professores não compreendem a nossa necessidade de agito; as aulas são muito cansativas, são dadas sempre do mesmo modo”. Em seguida vemos um comercial que diz porque o Canal Futura é importante, com a seguinte mensagem: “com o Canal Futura você pode estudar sozinho em casa e tirar as dúvidas com profissionais competentes e dinâmicos; as teleaulas são produzidas para prender sua atenção e ajudar você na aventura do conhecimento”. Não menos importante é lembrar que o programa seguinte, na programação do Canal Futura, é o *Telecurso 2º Grau*.

O *Jornal Futura*⁷ em alguns momentos, cumpre o papel de mostrar a dura realidade das escolas públicas brasileiras. Nesse espaço são mostradas as péssimas condições da estrutura física das escolas, a falta de transporte escolar para estudantes de regiões de difícil acesso, o desvio de dinheiro público (em alguns municípios) que deveria ser gasto com a educação, os salários aviltantes que várias/os professores/as recebem, a “crua realidade da professora que dá aulas num curral” etc. Mas o jornal quase sempre opta pelo “meio termo”. Essas notícias e reportagens são logo mediadas com outras reportagens que mostram como “determinadas professoras driblam os baixos salários e investem tudo que ganham na formação continuada para melhorar a qualidade da sua prática docente”; como alguns empresários vêm investindo na melhoria da qualidade da escola pública; ou, ainda, “o esforço do MEC para melhorar a formação dos professores através da Educação a Distância” etc.

O currículo da escola atual parece ser o alvo predileto dos programas da mídia que abordam questões escolares. O Canal Futura, em seus diferentes programas, está sempre criticando o currículo “tradicional” e lembrando quais são os conhecimentos úteis e necessários para o Brasil do novo século. Professoras/es, diretoras/es ou estudantes que possuem experiências consideradas, pela televisão, “alternativas”, que incrementam os currículos e que desenvolvem determinadas atividades são expostos/as, são convidados/as para relatar suas experiências, são elogiados/as e apresentados/as como modelos. Esse papel é especialmente cumprido pelo programa *Nota 10* do Canal Futura, apresentado por Letícia Sabatela. Além disso, em parte significativa dos episódios do *Jornal Futura*, questões de currículo são notícias, ao dar ênfase às experiências de docentes que ainda conseguem dar aulas atraentes para os estudantes, apesar das condições desfavoráveis que enfrentam.

Assim, se já há alguns anos a educação escolar se constitui como “problema” da nossa sociedade e passa a ser objeto de estudo de diferentes áreas do conhecimento, nos anos 90 esse “problema” passa a ser objeto de investimento declarado também da mídia, especialmente da televisão educativa, que passa a opinar sobre o tipo de organização do trabalho na escola e sobre a gestão pedagógica e financeira, a convidar a comunidade a participar ativamente das deci-

sões escolares, a fazer mutirões para reformar escolas, a propor conteúdos curriculares, a planejar aulas, a contar histórias para as crianças e para os/as jovens alunos/as, a trazer intelectuais de diferentes países para opinarem sobre a nossa educação e a apresentar aos/às professores/as e dirigentes das escolas brasileiras as sugestões dadas por esses intelectuais.

Através de *megashows*, de grandes espetáculos, a mídia faz parcerias com artistas de prestígio que convidam as pessoas para participar da década da educação. Os/as professores/as são convidados/as a assistirem ao Canal Futura e a acreditarem também na “parceria pelo conhecimento”. A Rede Globo de televisão liderou, nos anos de 1999 e 2000, uma campanha denominada *Brasil: 500 anos*, que fazia uma contagem regressiva do “Descobrimento do Brasil”. Nessa campanha ela nomeava os problemas que o Brasil deve enfrentar urgentemente para se desenvolver econômica, política e socialmente e, é claro, a educação escolar aparecia como “o carro chefe” da campanha. A escola era aí apresentada, falada, propagada, exposta.

É evidente, portanto, que a televisão está participando da produção e divulgação de um discurso sobre e para a escola e o currículo. E, como aprendemos de Foucault, é no discurso que vêm a se articular poder e saber. E o saber não é externo ao poder. Em vez disso, poder e saber são articulados e mutuamente dependentes (cf. Foucault, 2000). Assim, o saber é um ambiente articulado ao poder, por isso o saber produz suas verdades, seus regimes de verdades, que se instauram e se revelam nas práticas discursivas e não discursivas (cf. Foucault, 1995). O autor ressalta, ainda, o fato de o discurso constituir a realidade, na medida em que forma os objetos dos quais ele fala. Assim, o discurso da televisão, ao falar sobre a escola, sobre o currículo, sobre o conhecimento, sobre o/a professor/a, sobre o/a aluno/a, ele termina também definindo o que constitui a escola, o currículo, o conhecimento, o/a professor/a, o/a aluno/a. É assim que temos visto na televisão a produção do sujeito “amigo da escola”, do “currículo afetuoso e alternativo”, “da Escola Legal” e do “voluntário da educação”.

A produção do sujeito afetuoso e “amigo da escola” no currículo televisivo

Para Foucault (2000), não existe saber que não seja a expressão de uma vontade de poder; e não existe poder que não utilize o saber, sobretudo um saber que se expressa como conhecimento das pessoas submetidas ao poder. É também o poder que está na origem do processo pelo qual nos tornamos sujeitos de um determinado tipo. Assim, os sujeitos recebem sua identidade a partir dos aparatos discursivos e institucionais que os definem como tais.

Em setembro de 1999, o Canal Futura iniciou a divulgação de diferentes comerciais e programas que expõem um projeto da Rede Globo intitulado: *Ami-*

gos da escola, que tem por objetivos: “conquistar o voluntariado para a educação, a participação da comunidade na vida escolar e a melhoria da escola pública brasileira”. Penso que esse projeto, os comerciais que ele veicula e os programas do Canal Futura criados a partir desse projeto – o programa *Ação*, apresentado por Serginho Groisman e o programa *Amigos da escola: foco de atuação*, apresentado por Tony Ramos –, são importantes para serem descritos e analisados, porque repetem vários enunciados sobre a escola e o currículo, expostos em diferentes programas do Canal Futura. Além disso eles sintetizam várias idéias veiculadas por esse canal. Reproduzo aqui um dos comerciais divulgados várias vezes ao dia no Canal Futura e na Rede Globo:

Peça da campanha *Amigos da Escola*: “Faz bem pro seu vocabulário. Faz bem pra sua paciência. Faz bem pra sua agilidade. Faz bem pra você e pra muita gente! Seja voluntário do amigos da escola! Um pouco do seu tempo pode fazer muito pela educação. Cinco de dezembro: dia do voluntário!” (Tony Ramos, narrando em off). Uma outra voz, não identificada, diz: “Apoio (...): soluções para você”. Junto com o texto em off vão aparecendo as seguintes imagens: primeiro aparece um caderno de palavras cruzadas com uma caneta deixada displicentemente sobre ele. A segunda imagem é de um quebra-cabeça parcialmente montado. A terceira é de um minigame (videogame de mão, portátil). Na quarta imagem aparece uma camiseta branca silkada com o logotipo do Amigos da Escola. Na quinta dá-se um close no mesmo logotipo e aparece o endereço do projeto na internet. Por último aparece sobre o fundo branco da camiseta a escrita: “5 de dezembro, dia do voluntário”.

Além de inúmeros comerciais desse tipo – todos bem feitos, com imagens bonitas, textos firmes e convidativos, com fundos musicais de ritmos alegres e que apelam para a emoção, a participação e o afeto –, durante os intervalos de toda a sua programação, o Canal Futura divulga as escolas e os voluntários que já aderiram ao projeto *Amigos da Escola*. Ele usa diferentes profissionais para dizer o que é ser voluntário, para falar como deve ser a sua participação na escola e para narrar as contribuições dos voluntários, *amigos da escola*, para a melhoria da educação pública brasileira.

Cada um desses materiais, cumpre um papel. O programa *Ação* dá ênfase “às pessoas importantes que têm investido na escola pública”, e “às lembranças que pessoas importantes têm da escola pública, quando essa era uma escola de boa qualidade”. Quando o apresentador do programa fala em “pessoas importantes”, no primeiro caso, está se referindo basicamente a empresários/as que possuem algum projeto na área educacional e/ou social e a representantes de ONGs. No segundo caso, está se referindo a pessoas que, também, chama de “famosas”: são artistas, políticos, empresários e jornalistas que estudaram, em alguma época da vida, em escolas públicas, e vão ao programa relatar as nostálgicas lembranças da sua escola. Muitas vezes ela é lembrada como melhor

porque “era rígida”; “era disputada”; “os professores valorizavam mais o saber científico”; “a escola era o segundo lar e a professora a segunda mãe”; ou coisas semelhantes. O discurso da necessidade de todos se responsabilizarem pela educação pública é repetido incansavelmente. O apelo pelo voluntariado na educação também é recorrente, e a estratégia adotada é “o afeto”.

Assim, o programa expõe o “carinho”, o “agradecimento”, “o reconhecimento”, que os sujeitos que são ajudados nutrem pelas pessoas, pelos empresários ou pelas professoras que os ajudaram. Ao mesmo tempo mostram a “satisfação”, a “alegria”, o “prazer” daqueles que “agiram” e “fizeram alguma coisa para melhorar a educação do Brasil”. Afinal, nesse discurso, trabalhar pela escola pública é uma questão de ajuda mútua; isto é, ser voluntário na educação é uma questão de “ajuda e auto ajuda”.

Os comerciais, por sua vez, produzem o sujeito “amigo da escola” – aquele que doa seu trabalho para uma escola pública –, seduzem a população para todos se tornarem um voluntário e, conseqüentemente, um “amigo da escola”, apresenta escolas harmônicas, currículos prazerosos, aulas de diferentes disciplinas dadas por voluntários em espaços diversos, tais como praias, parques, ruas, bibliotecas, quadras e videotecas. O afeto aqui é a estratégia central no processo de sedução do público ao qual se dirige. Os/as voluntários/as aparecem sempre descontraídos/as, sorridentes, próximos/as às crianças, sempre com contato físico, abraçados/as aos/as alunos/as, sentados juntos/as, brincando. No final de todos os comerciais, os/as voluntários/as pousam junto com os/as alunos/as para uma fotografia. A fotografia é o próprio símbolo desse afeto, carinho, companheirismo e parceria que o discurso televisivo vem produzindo como importantes para a melhoria da escola pública brasileira.

Aliado a isso, em todo o Canal Futura e, especialmente no programa *Amigos da escola: focos de atuação*, que cumpre o papel de mostrar as mudanças ocorridas no currículo, na organização da escola e na infraestrutura física das escolas que receberam os voluntários, é possível ver a repetição constante de enunciados que, através de pessoas as mais diferentes possíveis, relacionam o currículo e a escola a “afeto” e dizem o que é ser um voluntário, tais como: “Escola Legal se faz com ciência e afeto”; “ser voluntário é fazer as coisas com amor”; “os alunos têm o maior carinho por uma escola alegre”; “ser voluntário é fazer o coração bater mais forte”; “um bom currículo é aquele que desenvolve a criatividade e o carinho pelo outro”.

O discurso técnico-científico do currículo, tal como conhecemos nos Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN) ou nas Matrizes Curriculares de Referência para o Sistema de Avaliação da Educação Básica (MCR para o SAEB), parece estar longe do currículo exposto nesses programas e comerciais do Canal Futura. Ou, então, se estiver presente, ele está metamorfoseado de tal modo que mais parece uma outra coisa. É claro que não podemos nos esquecer de que, embora esses comerciais e programas representem uma escola e um currículo diferentes, o discurso técnico-científico do currículo é controlado e garantido

por outras medidas complementares: suas teleaulas, os programas produzidos pela TV Escola e pelo Canal Futura, os livros didáticos, os PCN, as avaliações etc.

O currículo da televisão é constituído por técnicas como o afeto, a alegria, o bom-humor e a participação. Ele fala em escola legal, alegre e divertida exatamente neste tempo em que os problemas sociais se multiplicam, quando se agravam as desigualdades sociais, a pobreza e a miséria e reacendem-se preconceitos. A televisão, em seu discurso para e sobre a educação, propõe “amizade”, “afeto”, “alegria” e “emoção” como soluções para os problemas educacionais, sem que se discutam os problemas, as exclusões, as diferenças e as desigualdades existentes. Numa época em que aumenta assustadoramente o desemprego, a televisão propõe à população que faça o “trabalho gratuito” nas escolas. Esse trabalho é apresentado como importante para que as pessoas possam ajudar a si mesmas, às outras pessoas, à educação escolar e ao Brasil.

Embora essa alegria, emoção, harmonia e esse afeto aparentem inocência e desinteresse, estas podem ser as formas pedagógicas pelas quais o projeto da mídia busca conquistar o apoio popular; as estratégias utilizadas para controlar e governar as pessoas de modo a que passemos a operar com sua lógica; de modo a que nossas condutas sejam governadas e conduzidas por técnicas e estratégias suaves, afetuosas e amorosas.

Técnicas para a “fabricação” de subjetividades

Se somos “montados” ou “produzidos” por técnicas e tecnologias heterogêneas (cf. Rose, 1996); se “podemos ser produzidos de forma muito particulares e específicas” (Silva, 1996, p.165); se somos constituídos, por exemplo, por textos como estes que aqui analiso, então, apontar as relações de poder que produzem nossas subjetividades, que “nos produz”; “flagrá-las e identificá-las, constitui, assim, uma ação fundamentalmente política” (ibidem). Considero importante, então, discutir o que significa, em termos de produção de subjetividades, a remessa constante ao afeto, ao carinho, à amizade, à solidariedade e à alegria, feita pelo discurso televisivo analisado.

Fazer da sua prática e da escola um “local de alegrias”; espaço no qual “aprender é uma festa”; um ambiente no qual “a solidariedade impere”, “a ciência e o afeto estejam sempre juntos”; transformar “os dias escolares em dias alegres”; “fazer das aulas um espetáculo”, “uma brincadeira pedagógica”; ser “amiga, solidária e afetuosa”; aquele/a que “estimula a troca de idéias e sentimentos”; “dinamizar o processo de ensino e aprendizagem com “entusiasmo e carinho”; encher-se de “carinho e tratar todos os alunos do mesmo jeito”—estas são proposições da mídia educativa que demandam subjetividades específicas dos/as professores/as e dos/as voluntários da educação; subjetividades afetuosas, carinhosas, amorosas e alegres.

O discurso televisivo atribui essas características à “boa” professora, ao “bom” professor e aos “voluntários da educação”, que são também “amigos da escola”. Ele demanda essa subjetividade de todos/as os/as professores/as das escolas públicas brasileiras e de todos/as os brasileiros/as que desejam uma escola pública de qualidade e um País plenamente desenvolvido; e ao demandar, ele também constitui a subjetividade, quando incita os/as professores/as e a população brasileira a agirem de determinados modos, quando prescreve comportamentos, práticas, experiências e condutas; quando mostra imagens do/a “bom/boa” professor/a abraçados/as a seus/suas alunos/as e dos voluntários abraçados às crianças que ajudaram; quando, ao falar dessas características desejáveis, não somente apresenta imagens de professores/as e voluntários emocionados/as e felizes e de alunos/as satisfeitos/as e agradecidos/as, como coloca ao fundo dos programas televisivos e dos comerciais músicas animadas ou emotivas; enfim, quando torna os/as professores/as e todos/as aqueles/as que se preocupam com o processo de escolarização de crianças e jovens brasileiros/as sujeitos amorosos, românticos, carinhosos e amigos.

No discurso televisivo analisado, o investimento na subjetividade de docentes e da população brasileira é feito com técnicas, táticas e estratégias amorosas e sedutoras, e o processo ensino-aprendizagem – que se faz ameno e sem maiores complicações – para ser eficiente, depende fundamentalmente da boa vontade, do afeto, do amor, do interesse e do carinho do/a docente e da amizade e solidariedade de toda a população brasileira. É por isso que considero que a remessa constante feita pelo discurso analisado a técnicas como alegria, afeto, emoção, solidariedade e parceria, são táticas eficientes no processo de subjetivação dos sujeitos pedagógicos; são estratégias planejadas e acionadas para melhor conduzir as condutas dos indivíduos; são práticas implementadas para o governo de indivíduos e da população.

As vozes autorizadas

Basta descrever o discurso sobre a escola produzido pela televisão para, então, aparecer o projeto social dos grupos que exercem poder, o projeto de educação desse grupo e, certamente, os interesses na produção desse discurso ou desse “regime de verdade” da educação.

Em primeiro lugar é importante deixar claro que o Canal Futura dá voz a docentes de diferentes escolas públicas do Brasil quando se trata de currículo. Diferentes professoras são convidadas e autorizadas a falar como desenvolvem um determinado tema, a mostrar as estratégias utilizadas para tornar sua aula mais atraente ou mais dinâmica, a relatar como fazem o currículo ficar mais interessante e mais relacionado com a vida dos/as alunos/as, a mostrar como trabalham alguns conteúdos, a expor suas experiências. O Canal Futura denomi-

na tais currículos e experiências de “alternativos/as”. Parece que o termo alternativo tem como referencial o que ele chama de tradicional, que parece se referir a experiências e currículos diferentes daquele que ele propõe, já que os enunciados que usa ao divulgar tais experiências são do tipo: “A professora (...) abandona o modo tradicional de ensinar e consegue a atenção e o interesse dos seus alunos”; ou “vejam como na escola (...) os professores mudam o currículo tradicional trabalhando conteúdos atuais de diferentes áreas através do tema coleta de lixo”; ou ainda, “o Canal Futura tem auxiliado os professores da Escola (...) a mudar o currículo tradicional e desenvolver temas mais importantes para os alunos”.

É claro que as vozes dos/as professores/as escolhidas e autorizadas para dizer, na televisão, como deve ser o currículo, são selecionadas. Nem todas as professoras podem dizer coisas sobre a educação e o currículo. Parece que os/as professores/as escolhidos/as e autorizados/as a falar e expor sua prática na televisão são exatamente aqueles/as que desenvolvem currículos parecidos com o currículo proposto por ela em suas teleaulas e em seus programas direcionados para a escola. Com essa estratégia, o Canal Futura fala e ensina como deve ser o currículo, utilizando os/as próprios/as professores/as e suas experiências. Nesse processo, o Canal Futura coloca em ação tecnologias para governar e administrar os/as professoras/es e produzir tanto o currículo, como os/as professores/as adequados/as para o desenvolvimento desse currículo.

Em segundo lugar, é importante registrar que se, há muito tempo, os discursos vinculados a noções particulares de ciência têm sido mais prontamente aceitos que outros tipos de discursos e se um *status* profissional, científico e intelectual tem sido concedido àqueles que estão encarregados de dizer o que conta como verdade, o discurso da televisão, embora tendo que funcionar no contexto dessa política geral de verdade sobre a educação, vem construindo suas próprias verdades sobre a escola, suas próprias versões daquilo que conta como verdade, de quem está autorizado a falar nesse meio sobre a educação escolar.

Esse discurso da televisão tem autorizado certos grupos de pessoas, ao mesmo tempo em que desautoriza outros. O programa *Ação*, que vai ao ar no Canal Futura todas as segundas e sextas feiras às 8h40 min, com reprise aos sábados às 20h⁸, amplamente propagado pela Rede Globo e pelo Canal Futura, foi divulgado pelo *Video-Show* de um modo que considero bastante revelador e que dá uma boa idéia das pessoas que passam a ter autoridade para falar sobre a escola no discurso televisivo. Descrevo abaixo essa cena para mostrar as pessoas autorizadas a falar sobre a educação escolar na televisão, bem como para mostrar as estratégias utilizadas pela televisão para instituir essas “novas autoridades”, para atribuir legitimidade a algumas ações, para produzir e divulgar certos enunciados sobre a educação escolar brasileira.

Cenas do *Video-show*: A apresentação é iniciada por Miguel Fallabela com as seguintes palavras: “O negócio é levantar da poltrona e tentar fazer alguma coisa, trabalhar para tornar este País num país melhor. No último sábado estreou, na TV Globo e no Canal Futura, o programa *Ação*, comandado por Serginho Groisman, e Cris Couto lhe dá as boas vindas”. A imagem muda para mostrar a repórter Cris Couto com o apresentador Serginho Groisman, que assim sintetiza a idéia do programa: “Na verdade é uma idéia que nasceu de um projeto da Rede Globo, *Amigos da Criança*, em cima de seminários, conferências e reflexões com educadores, não só nacionais mas internacionais e se transformou num programa a partir de alguns princípios: valorização da escola pública, voluntariado e comunidade”. As imagens vão mostrando os quadros do programa, e a repórter, Cris Couto, informa: “O primeiro *Ação*, exibido no sábado passado, teve a participação de *algumas mulheres que estão envolvidas na luta para melhorar a educação das crianças brasileiras*”. A imagem focaliza uma dessas mulheres, Viviane Senna (empresária). A repórter lhe pergunta: “Qual a importância de um projeto como esse?” Ela responde: “Olha, é dá maior importância! É uma questão estratégica para o País. *Uma estratégia de desenvolvimento econômico, social e político. Não é uma questão pedagógica!* Todos nós podemos e devemos contribuir para uma educação de qualidade para todos”. Novamente a imagem retorna a Serginho Groisman, que fala mais sobre o programa: “Existem também alguns quadros. Existe um quadro chamado “Galeria”, onde pessoas famosas falam a respeito da sua vida escolar. É claro, tem reflexões também a respeito de como a escola pública, há um tempo atrás, *era importante, era disputada e não tão abandonada*”. Cris Couto encerra a cena dizendo: “Você já sabe, então, o programa *Ação*, com Serginho Groisman, vai ao ar todo sábado às 8h15min. Tá valendo a pena acordar um pouquinho mais cedo e acompanhar o *Ação*”.

Vemos, nesse discurso, que não cansa de ser repetido na tela da TV, mais uma vez, o apelo para que todos “saíam da poltrona e façam algo pela educação”. Afinal, esta deve ser responsabilidade de todos. O Estado não pode assumir essa responsabilidade e a mídia se encarrega de dizer isso à população, de seduzir a todos para acreditarem nesse discurso e se responsabilizarem pela escola pública brasileira. Ao produzir esse discurso, a televisão joga para a escola e a comunidade a responsabilidade pelo bom funcionamento da escola pública. Ou seja, aquela escola que consegue fazer “parcerias” com empresas e conquista voluntários para auxiliar nas suas diferentes atividades, pode ter um bom funcionamento; aquelas que não o fazem, é porque não se mobilizaram o suficiente; portanto, são elas próprias as responsáveis pelo seu mau funcionamento.

As metas, as propostas, os objetivos e as idéias que o projeto divulga são explicitadas pela televisão, através do apresentador do programa, sem qual-

quer receio. No discurso televisivo, ser voluntário na educação só faz bem. Faz bem para quem participa, faz bem para a escola e faz bem para o Brasil¹⁰.

Poderíamos dizer de imediato, como vários/as pesquisadores/as já o fizeram, que se trata de uma resposta do capitalismo a problemas de ordem econômica, ou seja, faz parte da política neoliberal, que condena a responsabilização do Estado pelas questões sociais. Desse modo o Estado se desresponsabiliza pela escola pública e deixa o mercado agir livremente.

No entanto, se pensarmos o neoliberalismo, conforme sugerido por Foucault, como uma questão de *governamentalidade*, veremos que mais autonomia significa também mais governo – da conduta das pessoas – (cf. Rose, 1998 e Silva, 1998). Assim, esse discurso do voluntariado na educação escolar brasileira pode significar a condição mesma do processo de *governamentalização* do estado. Nessa perspectiva, tal discurso da televisão sobre e para a escola pode ser entendido como uma forma de poder que estende o alcance do governo para outros domínios da conduta humana.

Mas penso que nunca esse discurso foi tão repetido, proliferado, multiplicado. Assim, é interessante questionar por que esse discurso reaparece agora e com tanta força. É claro que não podemos nos esquecer de que mudaram os protagonistas do processo. Quem convida agora é a televisão, a Rede Globo, o Canal Futura, é o Tony Ramos, a Letícia Sabatela, o Ray ou a Regina Casé. A televisão usa os ídolos para que esses falem ao seu público; muitos desses são transformados pela televisão em voluntários para a educação; a televisão atrai, seduz, mostra, expõe, repete, multiplica.

Mais intrigante ainda são os “especialistas” que têm voz na televisão, especialmente no Canal Futura, para falar sobre a educação escolar. Se, através de professores/as de estudantes, de diretores/as e de diferentes profissionais (transformados em voluntários) a televisão expõe seus discursos sobre e para a escola, ela autoriza outros especialistas a dizer coisas sobre a educação, a dizer como resolver os problemas da educação escolar, como devemos nos proceder, como devemos agir. A empresária, citada no episódio transcrito acima, fala de sua concepção de educação com uma autoridade que lhe é dada quando a televisão a apresenta como “uma das mulheres que estão envolvidas na luta para melhorar a educação das crianças brasileiras”. E não por acaso é esta a empresária escolhida, e não outra, para dizer essas coisas sobre a educação. Afinal, além de implementar projetos na área da educação como o *Acelera Brasil*¹¹, coordenado e financiado pela Fundação Ayrton Senna, que ela administra, ela é a irmã do piloto Ayrton Senna, conhecido ídolo de muitos/as brasileiros/as, morto em 1994. Sua imagem é associada a ele; em vários momentos em que aparece no Canal Futura, junto com sua imagem aparece o rosto do piloto. A empresária é transformada nesse discurso num tipo de empresária equilibrada, competente e solidária que investe na educação brasileira e sabe onde e como deve se dar esse investimento de modo eficiente, com sucesso e sem desperdícios.

Vê-se, portanto, que as vozes autorizadas são outras. Se a imagem e a voz de Paulo Freire aparecem no Futura dizendo: “a educação permanente só se faz com a reflexão crítica do educador”, é para o Canal Futura dizer em seguida: “nós também acreditamos que a educação transforma a sociedade; por isso, investimos no Futura, apostando em você”. Em seguida o Canal Futura lista os grupos empresariais que nele investem.

Além disso os/as empresários/as opinam sobre como deve ser a educação, porque ela é importante e como estão contribuindo para “construir uma educação melhor e um País melhor”. Os comentaristas do Jornal Futura são jornalistas, apresentados como “profundos conhecedores dos problemas educacionais do nosso tempo”. São esses jornalistas e comentaristas que dizem, no *Jornal Futura*, coisas do tipo: “é um absurdo os professores utilizarem as greves para reivindicar melhores salários e melhores condições de trabalho. O governo não perde nada com isso; os únicos que perdem são os alunos que ficam sem as aulas”; ou ainda, “é da maior importância um evento internacional como esse que coloca em pauta os problemas educacionais do mundo, principalmente porque esse evento conta com a participação de pessoas importantes do Banco Mundial e do Banco Interamericano de Desenvolvimento que têm sido muito solidárias na resolução dos problemas educacionais dos países mais pobres”.

A diferentes artistas, cantores/as e compositores/as também é permitido dizer coisas sobre a educação, nomear seus problemas, dizer o que deve ser feito para melhorá-la, mostrar como algumas pessoas já vêm ajudando na sua melhoria. Desse modo, é possível constatar que, no processo de produção e de divulgação de um discurso para e sobre a escola, a televisão autoriza algumas pessoas e, conseqüentemente, desautoriza outras. Os especialistas autorizados a falar na televisão sobre a escola e o currículo mudaram. Mudam-se, também, as estratégias, o cenário e, talvez, a perspectiva. Produz-se, portanto, um outro discurso, uma outra “verdade” sobre a educação escolar.

Finalmente, a partir da minha interlocução com estudos foucaultianos, penso que a televisão, usando de novas técnicas, outras estratégias e outros “especialistas”, constrói e produz um tipo de currículo, propondo às escolas uma multiplicidade de temas, conteúdos, histórias, regras e normas. Ela produz também o/a professor/a necessário/a para desenvolver esse currículo e o/a aluno/a “adequado” para ser formado/a por esse “currículo tecnológico”. As evidências, advindas de minhas observações dos discursos da televisão para e sobre a escola e o currículo, apontam para uma tentativa da televisão de seduzir “as mentes e os corações dos/as brasileiros/as” para que passemos a definir a educação, a entender a escola ideal e o currículo ideal para o Brasil do novo século, a partir das suas idéias.

Notas

1. Até março de 2000, 15 grupos empresariais eram apresentados como “parceiros” do Canal Futura, que é liderado pela Rede Globo, maior empresa de telecomunicações do Brasil. Durante os intervalos de sua programação, o Canal Futura apresenta curtos comerciais (com duração de 15 a 20 segundos) que divulgam quem são “os parceiros do canal do conhecimento”. Com pequenas chamadas do tipo “Banco (...), parceiro da Futura na aventura do conhecimento”, “A Rede (...) acredita na Futura”, “Grupo (...), mais uma parceira da rede do conhecimento”, “O (...) também acredita nesta parceria para o conhecimento”, “Quem quer um Brasil melhor investe na educação e no Futura” (...), o Canal Futura vai nomeando os “fortes parceiros do investimento na educação”, que optei por não colocar neste trabalho. As propagandas que divulgam a importância desse canal também são veiculadas em diferentes espaços da mídia.
2. A frase entre aspas dentro da citação é de T. Morrison, da obra *Playng in the dark: whiteness and the literary imagination*. Cambridge, Harvard University Press, 1992, citada por Giroux em seu artigo.
3. A idéia de *currículo ou pedagogia cultural* se faz importante para efetuar ou marcar uma diferença; para registrar que se está tratando de um currículo que não é escolar. Ainda que possamos também problematizar o próprio nome “currículo cultural”, visto que o currículo escolar também é cultural, ou melhor, visto que não existe currículo que não seja cultural, a expressão é importante para os argumentos em torno da importância de se pesquisar, no campo educacional, outros currículos além do escolar.
4. A revista *Educação e Realidade*, volume 22, n.2 de 1997, por exemplo, colocou em destaque o tema “cultura, mídia e educação”. Nesse número da revista o tema é apresentado sob diversos pontos de vista por estudiosos/as das áreas da educação e da comunicação.
5. Como exemplos é possível citar investigações que analisam peças publicitárias (Amaral, 1997 e Sabat, 1999), filmes (Duarte, 1997; Fabris, 1999 e Gomes, 2000), revistas (Fischer 1994), jornais (Schmidt, 1999) e programas televisivos (Fischer 1996 e Salcides 2000). A relação televisão e educação tem sido discutida por diferentes autores, de diferentes perspectivas e com múltiplos enfoques. Em investigações como “O estatuto pedagógico da mídia” e “Subjetividade feminina e diferença no dispositivo pedagógico da mídia”, Rosa Fischer (1997 e 2001), por exemplo, vem discutindo o que chama de “dispositivo pedagógico da mídia”, evidenciando o processo pelo qual os meios de comunicação, especialmente a televisão, através de diversas estratégias de linguagem, têm procurado, por um lado, mostrar-se como o “grande lugar de informação, de educação das pessoas” (Fischer, 2001, p.1), e por outro lado, “captar o telespectador em sua intimidade, produzindo nele, muitas vezes, a possibilidade de se reconhecer em uma série de ‘verdades’ veiculadas nos programas e anúncios publicitários, e até mesmo de se auto-avaliar ou ato-decifrar, a partir do constante apelo à privacidade individual que, nesse processo, torna-se pública (Fischer, 2001, pp.1-2).
6. Estou me referindo nesta parte, à programação que foi ao ar no dia 11 de janeiro de 2000.

7. Esse jornal vai ao ar de 2ª a 6ª sexta no Canal Futura, às 20 horas, com reprise 3 vezes ao dia. Trabalhei com 15 episódios do *Jornal Futura* para retirar as notícias e reportagens mais recorrentes (Dias: 8, 9, 10 e 11 de novembro de 1999; 13, 14, 15 e 16 de dezembro de 1999; 14, 15, 16 e 18 de fevereiro de 2000 e 23, 24 e 25 de março de 2000).
8. Além disso, a Rede Globo também transmite o programa todos os sábados às 8h15.
9. Todos os grifos são meus.
10. Cabe registrar que os produtores do discurso: “todos devem fazer um pouco pela educação”, aqueles que tiram a responsabilidade do Estado pela educação pública, são exatamente os mesmos que utilizam os recursos desse Estado para realizar seus projetos. O projeto *Amigos da Escola*, utiliza recursos do MEC para implementá-lo. Como está explicitado no projeto, disponível na Internet: www.amigosdaescola.com.br, “o amigos da escola tem o apoio do Ministério da Educação”.
11. Esse projeto, desde o mês de abril de 2000, se tornou mais um programa do Canal Futura. Comerciais sobre esse programa já eram divulgados no Canal, desde o final do ano de 1999.

Referências Bibliográficas

- AMARAL, Marise Basso. O que a natureza vende? Um olhar sobre as representações da natureza no discurso publicitário. *Educação e Realidade*. v.22, n.2, jul/dez 1997, p. 117-132.
- DALTON, Mary M. O currículo de Hollywood: quem é o bom professor, quem é a boa professora? Porto Alegre: *Educação e Realidade*, v.21, n. 1, jan./jun. 1996, p. 97-122.
- DUARTE, Rosália. A violência em imagens fílmicas. *Educação e Realidade*. v.22, n. 2, jul/dez 1997, p. 133-146.
- FABRIS, E. T. H. *Representações de espaço e tempo no olhar de Hollywood sobre a escola*. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 1999.
- FISCHER, R. M. B. O capricho das disciplinas. *Educação e Realidade*, v.19, n. 2, 1994, p. 47-66.
- _____. *Adolescência em discurso: mídia e produção de subjetividade*. Tese de Doutorado, Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 1996.
- _____. O estatuto pedagógico da mídia: questões de análise. *Educação e Realidade*. v. 22, n. 2, jul/dez 1997.
- _____. Subjetividade Feminina e diferença na mídia televisiva. Porto Alegre, 2001. (Texto digitado).
- FOUCAULT, M. *História da sexualidade: a vontade de saber*. Rio de Janeiro: Graal, 1988.
- _____. *A arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense, 1995.

- _____. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal, 2000.
- _____. *Vigiar e punir*. Petrópolis: vozes, 21ª ed., 1999.
- GIROUX, H. Memória e pedagogia no maravilhoso mundo da Disney. In: SILVA, T.T.da (Org.). *Alienígenas na sala de aula*: uma introdução aos estudos culturais em educação. Petrópolis: Vozes, p.132-158, 1995a.
- _____. Praticando Estudos Culturais nas Faculdades de Educação. In: SILVA, T. T. da (Org.). *Alienígenas na sala de aula*: uma introdução aos estudos culturais em educação. Petrópolis: Vozes, p. 85-103, 1995b.
- _____. A Disneyzação da cultura infantil. In: SILVA, T.T. da e MOREIRA, A F. (Orgs.). *Territórios contestados*: o currículo e os novos mapas políticos e culturais. Petrópolis: Vozes, p.49-81, 1995c.
- GOMES, P. B. M. B. *Princesas*: a produção de subjetividade feminina no imaginário infantil. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2000.
- GREEN, B. e BIGUM, C. Alienígenas em sala de aula. In: SILVA, T. T. da (Org.). *Alienígenas em sala de aula*: uma introdução aos estudos culturais em educação. Petrópolis: Vozes, 1995, p. 208-243.
- HALL, S. *Culture, media, language*. London: Routledge, 1992.
- KELLNER, D. Lendo imagens criticamente: em direção a uma pedagogia pós-moderna. In: SILVA, T.T.da (Org.). *Alienígenas na sala de aula*. Petrópolis: Vozes, 1995, p. 104-131.
- ROSE, N. Governando a alma: a formação do eu privado. In: SILVA, T. T. da (Org.). *Liberdades Reguladas*. Petrópolis: Vozes, 1998, p. 30-45.
- _____. *Inventing our selves*: psychology power, and personhood. Cambridge: C. University Press, 1996.
- SABAT, R. F. R. *Entre signos e imagens*: gênero e sexualidade na pedagogia da mídia. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Educação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 1999.
- SALCIDES, A M. F. Educação e identidade nacional: uma produção televisiva de verdade. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-graduação em Educação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2000.
- SCHMIDT, S. P. *A educação nas lentes do jornal*. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação Educação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 1999.
- SILVA, T. T. da. *Identidades terminais*: as transformações na política da pedagogia e na pedagogia da política. Petrópolis: Vozes, 1996.
- _____. As pedagogias psi e o governo do eu. In: SILVA, T. T. da (Org.). *Liberdades reguladas*. Petrópolis: Vozes, 1998, p.7-13.
- _____. *Documentos de identidade*. Belo Horizonte: Autêntica. 1999a.
- _____. *O currículo como fetiche*: a poética e a política do texto curricular. Belo Horizonte: Autêntica. 1999b.

Marlucy Alves Paraíso é professora da Faculdade de Educação da UFMG e doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Educação Escolar da UFRJ.

Endereço para correspondência:

Rua Desembargador Alarico Barroso, 36/202 – Ouro Preto

31310-380 – Belo Horizonte – MG

E-mail: maparaiso@bol.com.br