

A EDUCAÇÃO ESCOLAR NA PRODUÇÃO DISCURSIVA DA REVISTA VEJA¹

*Iara Guimarães**

RESUMO

O presente trabalho analisa o modo como o jornalismo constrói e põe em circulação toda uma discursividade sobre a importância e o papel da escola no atual contexto. Analisamos, de modo particular, a produção da Revista Veja, um das publicações mais representativas da imprensa escrita brasileira em termos de circulação, tiragem e influência na agenda de debate público nacional. Adotamos a análise do discurso como proposta teórica e metodológica para a leitura e interpretação dos textos. Com base nessa perspectiva, buscamos, na materialidade textual, apreender os modos de funcionamento, os consensos produzidos, as repetições e também a emergência da multiplicidade de sentidos que o jornalístico produz sobre o papel, as perspectivas e os desafios da educação escolar em nosso país.

Palavras-chave: Educação. Escola. Discurso jornalístico.

ABSTRACT

The present work analyzes how journalism builds up and circulates discursiveness about the school in present context. We particularly investigated the production of magazine “*Veja*”, the more representative products of Brazilian written press in terms of circulation, issuing and influence on the national public discussion calendar. We adopted the Discourse Analysis as a theoretical and methodological proposal for the reading and interpretation of the written press production. Based on that perspective, we tried to apprehend operation manners, produced consents,

* Doutora em Educação pela Universidade de São Paulo. Professora da Faculdade de Educação da Universidade Federal de Uberlândia e do Programa de Pós-Graduação em Educação (FACED/UFU). E-mail: iaraguimaraes@faced.ufu.br

¹ Este texto faz parte da tese de doutorado, “Sobre os sentidos e ensinar e compreender o mundo: discurso jornalístico e ensino de Geografia”, defendida pela autora na Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo em 2006.

(non-said) statements, repetitions and also the emergency of the '*different*' and of the multiplicity of senses that the journalistic discourse can produce about a school education in Brazil.

Keywords: Education. School. Journalistic discourse.

Introdução

Fala-se de maneira recorrente, em quase todos os espaços sociais, sobre a importância da educação e os desafios da escola no atual contexto. Essa temática tem ganhado visibilidade na imprensa que, com rapidez e agilidade, faz circular notícias sobre a escola que temos e a escola que se pretende construir. O presente texto tem como objetivo mostrar como a educação e a escola aparecem na produção discursiva da Revista Veja, uma das principais mídias brasileiras da atualidade, com circulação nacional e maior tiragem registrada em sua categoria. Nosso objetivo é dar um mergulho nos textos da revista escolhida como fonte de análise, interrogando-a sobre quais são e como são os discursos produzidos por essa revista sobre as possibilidades da educação escolar em formar os cidadãos e sobre o papel da escola no atual contexto.

Para analisar os textos da mídia impressa é preciso, num primeiro momento, considerar que o processo de criação do texto jornalístico segue regras ditadas pela empresa, o tempo, o público e os interesses da edição. Subvertendo o discurso da objetividade e imparcialidade ao noticiar os acontecimentos, a imprensa cria versões sobre a realidade a partir da leitura, da subjetividade e dos interesses dos jornalistas e profissionais envolvidos com os filtros da edição. Deste modo, os textos e imagens jornalísticos não são neutros, destituídos de opiniões, interesses e sem um sentido de explicação que desencadeie a elaboração de determinadas verdades. Nos setores da mídia impressa, a imagem é tão imprescindível quanto o texto escrito. Analisar a discursividade do campo jornalístico implica, desse modo, pensar no texto e nas imagens utilizados na construção dos discursos.

A produção jornalística da mídia apresenta-se como fator relevante para o professor e os demais profissionais envolvidos com a educação construir suas práticas. O trabalho docente será mais oportuno e significativo a esses profissionais ao assumirem uma posição mais

interrogativa e reflexiva sobre os sentidos que se mostram em relação de dominância e que a mídia faz circular. Mas para isso é preciso que os professores se proponham a refletir sobre as “verdades” produzidas pela mídia e sobre as forças que enraízam e sustentam a sua produção.

Estabelecendo como foco de atenção os textos divulgados pela mídia e a maneira como neles se estrutura o discurso sobre a escola, procuramos analisar um meio que, apesar de se apresentar de forma externa à prática escolar, interfere na formação e prática dos professores, sujeitos socioculturais que se apropriam da interpretação de mundo construída e difundida pelo campo jornalístico.

Giroux (1995, p. 136) assinala a importância de considerar e pesquisar as práticas pedagógicas externas à escola. Para esse autor, exercem o papel de pedagogos todos os agentes culturais modernos e não apenas os professores que atuam no interior da escola.

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. A necessidade de tal análise fica demonstrada no poderoso papel que a mídia está, de forma crescente, assumindo na produção de imagens e textos que penetram em cada vez mais áreas da vida cotidiana.

Os profissionais da informação ganham ênfase como pedagogos que ensinam sobre o mundo. Tal fato demonstra a importância de estudar os textos e as imagens da mídia quando se tem como centralidade a tarefa de ensinar e trabalhar por uma escola mais significativa para os sujeitos socioculturais que a constroem. Assim, ao pensar na formação inicial e continuada de professores, a análise sobre a mídia ganha relevância, pois interage com a forma como os professores percebem e contextualizam tempos e espaços. Apesar da presença dessa discussão,

[...] de um modo geral, os cursos de formação exigem-se de discutir padrões éticos decorrentes da disseminação da tecnologia e reforçam

atitudes de resistência, que muitas vezes, disfarçam a insegurança que sentem os formadores e seus alunos professores em formação, para imprimir sentido educativo ao conteúdo das mídias, por meio da análise, da crítica e da contextualização (Brasil, 2001, p. 24).

Nesse sentido, torna-se importante investigar os textos da mídia como uma forma de entender como a nossa época se concretiza, se faz e refaz continuamente e como as relações dos homens são gestadas nesse contexto. Neste período técnico-científico-informacional, a ciência e a tecnologia, em conjunto com a informação, estão na base do sistema produtivo, da construção do espaço e da vida em sociedade. É, desta forma, salutar compreender também os discursos da mídia que interessam de perto aos professores.

Adotamos a análise do discurso como proposta teórica para procedermos à leitura e interpretação da produção da imprensa escrita. Por meio dessa perspectiva, buscamos, na materialidade discursiva, apreender os modos de funcionamento, os consensos produzidos, os ditos e os não-ditos, as repetições e também a emergência do diferente e da multiplicidade de sentidos que o discurso jornalístico põe em circulação. Desse modo, não procuramos nos textos efêmeros da mídia, apreender um sentido literal, pois não há sentidos imanentes, fixos, prontos e acabados que possam ser capturados. Os sentidos são produzidos, e o trabalho do analista é perscrutar o processo de produção das evidências para perceber como o processo discursivo está produzindo significações. Segundo Orlandi (2001, p. 75):

A análise de discurso não é um método de interpretação. O que ela faz é problematizar a relação com o texto, procurando apenas explicitar os processos de significação que nele estão configurados, os mecanismos de produção de sentidos que estão em funcionamento. Compreender, na perspectiva discursiva não é, pois, atribuir um sentido, mas conhecer os mecanismos pelos quais se põe em jogo um determinado processo de significação.

Optamos, neste trabalho, pela análise dos textos de um influente meio de informação da mídia impressa de nosso país, uma revista de circulação

semanal, a Revista *Veja*. Como ponto de partida para a organização do material de análise, coletamos durante o ano de 2004, o que foi publicado na revista sobre educação escolar. No momento de recorte, seleção e organização do material da pesquisa, já era feita uma primeira leitura dos textos, o que nos permitiu, mesmo no momento da organização do material, levantar algumas questões, selecionar o que de fato interessava à pesquisa e registrar observações e impressões iniciais sobre as matérias jornalísticas. Posteriormente fizemos uma leitura mais aprofundada de todo o material coletado. Trabalhamos com um grande volume de páginas produzidas pela imprensa escrita, mas dentro desse volume e da multiplicidade de enunciações encontradas, dirigimos o nosso olhar para um ponto mais específico, o como a Revista *Veja* produz sentidos sobre a educação escolar.

Essa problemática orientou nosso percurso metodológico, ajudando-nos a construir um mapa capaz de evidenciar como a revista expõe e deixa suas marcas discursivas sobre as possibilidades e os limites da educação escolar. A construção desse mapa mostrou as enunciações presentes, os pontos de ênfase, insistência e constância evidenciadas no funcionamento do discurso jornalístico. Por meio desse mapeamento, foi possível estabelecer o universo de regularidades e, a partir delas, o que une as enunciações da manifestação discursiva estudada. É importante salientar que o conjunto de textos não foi trabalhado “tendo em mente a idéia de um texto inteiro. São recortes que nos interessam, colocando em relação textos diferentes e que nos mostram propriedades importantes em relação ao tema de nossa pesquisa” (ORLANDI, 1998, p. 11). Deste modo, ao longo do material coletado, buscamos as regularidades e a ocorrência de evidências significativas sobre o tema e, por meio desse processo, realizamos os recortes, efetivamente, considerados como o alvo da análise.

Veja: uma fórmula de sucesso

Atualmente, *Veja* é considerada um fenômeno editorial no país, tanto em número de leitores como na definição da agenda de debates na sociedade.² A revista faz um jornalismo diferente daquele praticado nos

² De acordo com a Editora Abril, grupo que edita a revista *Veja*, em 2008 a revista

jornais diários. Ao contrário do jornal, que tem um público heterogêneo, a revista atinge um grupo de leitores mais homogêneo e com interesses comuns. Isso permite à revista estabelecer um vínculo mais estreito com o leitor, falar diretamente a ele, dando respostas para seus problemas e abordando os assuntos que interessam e mobilizam aquele público específico. *Veja* conseguiu ao longo de sua história construir uma relação de intimidade com o leitor, baseada na confiança e credibilidade. A relação é guiada, portanto, por um mito fundador em que o leitor acredita na revista, pois acredita que ela foi produzida para ele, para falar sobre os seus interesses e, o que é mais importante, defendê-los. Conforme assinala Scalzo (2003, p. 14):

As revistas vieram para ajudar na complementação da educação, no aprofundamento dos assuntos, na segmentação, no serviço utilitário que podem oferecer a seus leitores. Revista une e funde entretenimento, educação, serviço e interpretação dos acontecimentos. Possui menos informação no sentido clássico (as “notícias quentes”) e mais informação pessoal (aquela que vai ajudar o leitor em seu cotidiano, em sua vida prática). Isso não quer dizer que as revistas não busquem exclusividade no que vão apresentar a seus leitores.

Desse modo, *Veja* sempre buscou o seu público específico, tratando os assuntos de modo mais aprofundado do que os jornais diários e de maneira mais atrativa possível para chamar a atenção e o interesse do leitor. Cativar, surpreender, agradar, atender o desejo do público são objetivos explícitos da revista. Isso implica um tratamento especial dado aos recursos infográficos (gráficos, tabelas, fotos, ilustrações, mapas, desenhos, etc) para que as páginas da revista tornem-se sedutoras para o leitor. Nessa publicação, o texto deve agradar e ser prazeroso para o leitor.

Desde a sua criação, a revista *Veja* propôs-se a ser uma espécie de porta voz de credibilidade e confiança para a classe média brasileira. Conforme assinala Kucinski (1998, p. 16):

teve em média 925.308 assinantes, vendeu semanalmente um total de 148.288 de exemplares avulsos, atingindo mais de 10 milhões de leitores. Os leitores apresentam o seguinte perfil: 45% de homens, 55% de mulheres, sendo 30% da classe A, 42% da classe B e 24% da classe C. (Fonte www.abril.com.br, acesso em 24/02/2009).

As revistas semanais de informação preenchem no Brasil uma necessidade importante de leitura, devido à sua longevidade e alcance nacional, especialmente entre as classes médias, que não compram jornais diários. Ao contrário dos jornais, possuem um universo grande e próprio de leitores distinto do universo dos protagonistas das notícias e mantêm com esse público, fortes laços de lealdade. Nas funções de determinação da agenda e produção do consenso, atuam como usinas de uma ideologia atribuída às classes médias, inclusive, no reforço de seus preconceitos.

Em sua produção discursiva, como defensora dos direitos da classe média, a revista propõe-se a estabelecer com esse grupo social uma relação de lealdade e de confiança e, para isso, intitula a credibilidade como sendo o seu maior patrimônio.³ Seu discurso afirma o compromisso de ser vigilante, investigativa e manter-se atenta a tudo e a todos que gerem interesse ao seu público. Esses são compromissos sempre reafirmados para o leitor:

Com frequência os meios de comunicação utilizam em suas reportagens informações que lhes são passadas por fontes que preferem manter-se no anonimato. Em muitas ocasiões, VEJA valeu-se desse recurso para sustentar o compromisso de manter seus leitores bem informados e de servir de instrumento de vigilância contra irregularidades, corrupção, erros ou mentiras (VEJA, Carta ao leitor, 26/05/2004, p. 9).

Veja define de forma explícita o modelo de sociedade que defende. Esse modelo é denominado pela revista de “sociedade aberta” e tem como principal protagonista a classe média. De acordo com a revista, o Brasil tem empreendido uma caminhada rumo à chamada “sociedade aberta”, o

³ Um dos grandes momentos de construção da imagem de *Veja* como uma aliada da classe média ocorreu em 1992, quando, de maneira exclusiva, a revista publicou a entrevista com Pedro Collor, irmão do Presidente da República da época Fernando Collor. As revelações dadas, primeiramente, por *Veja* foram responsáveis para desencadear uma série de outras denúncias na imprensa brasileira o que levou ao processo de impeachment que tirou Fernando Collor do poder. É interessante notar que a política econômica comandada por esse presidente havia confiscado a poupança da população, fato que revoltou a classe média.

que a faz tomar como missão a vigilância e a defesa dos princípios que definem essa forma de organização da sociedade.

Esse tipo de organização social tem como base moral a democracia e como base material a economia de mercado. Uma sociedade aberta pressupõe a existência, ou pelo menos a busca, de uma Justiça eficiente, de instituições e mercados sadios, de uma classe média numérica e economicamente forte e de uma imprensa livre. As diferenças entre as sociedades abertas são de gradação – nunca de princípio (VEJA, Carta ao leitor, 18/09/2005, p. 9).

A defesa da liberdade de imprensa aflora no discurso da revista *Veja* como um slogan, uma bandeira a ser erguida e defendida por toda a sociedade. Em várias reportagens, a revista dedica-se a mostrar ao leitor a importância de se ter uma imprensa livre e as ameaças que periodicamente se apresentam a ela:

A liberdade de expressão e de imprensa é assegurada pela constituição brasileira promulgada em 1988. Ela ganhou pela primeira vez a moldura de um imprescindível instituto democrático em 1791, com a Primeira Emenda à Constituição dos Estados Unidos. Não surgiu por favor dos poderosos, e sim por obra dos que se entregaram à luta pelo direito de opinião e de informação (VEJA, Carta ao leitor, 19/05/2004, p. 9).

No discurso jornalístico analisado, a imprensa constitui-se no grande olho que observa, vigia e investiga. Isso é feito com o objetivo de servir ao interesse público. Esse discurso é assumido de maneira incisiva pela revista *Veja*. Não podemos deixar de assinalar, entretanto, que o jornalismo:

Funciona construindo modelos de explicação/compreensão da realidade, instituindo uma ordem e fazendo circular os sentidos que interessam às instâncias que os dominam, ao alegar seu compromisso com a “verdade”, a imprensa finge não contribuir na construção das evidências (MARIANI, 1999, p. 60).

Não se pode deixar de lado, também, o fato de que a produção das “verdades” pela imprensa é movida por interesses de mercado. As empresas jornalísticas vendem ao público consumidor as “informações” e “verdades” sobre o mundo, sob a capa de isenção e da neutralidade. Aí fatalmente, a concorrência e competição, designadas como leis do mercado, estarão presentes denotando que quanto mais interessante e sensacional for a forma de mostrar o resultado do trabalho de vigilância e investigação jornalística, maior será o poderio no mercado.

Sem liberdade de imprensa, torna-se impossível a cidadania plena, esta é uma questão. Entretanto, não se pode deixar de perceber que ela se mostra fundamental ao enorme mercado midiático que movimenta a venda de textos e imagens na atualidade e oferece ao público os segredos e as “verdades” latentes. Isso, sem dúvida, está por trás da defesa irrestrita da liberdade de imprensa. Convém às empresas essa defesa, pois, além de ser um direito do cidadão, ela é uma condição fundamental para o funcionamento do negócio. *Veja* reafirma, de maneira constante, a importância da liberdade de imprensa, a necessidade de ter um olho a observar e revelar as “verdades” ocultas.

A imprensa é a vista da nação. Por ela é que a nação acompanha o que lhe passa ao perto e ao longe, enxerga o que lhe mal fazem, devassa o que lhe ocultam e tramam, colhe o que sonégam ou roubam, percebe onde lhe alvejam ou nodoam, mede o que lhe cerceiam ou destroem, vela pelo que lhe interessa, e se acautela do que ameaça. A frase de Rui Barbosa explica por que faz parte do manual básico dos ditadores cercear a liberdade de expressão e de imprensa – é dessa forma que eles tentam tapar os olhos dos cidadãos (VEJA, 19/05/2004, p. 43).

A revista posiciona-se, assim, como um porta voz do cidadão, pronta a defender os seus direitos e a desvendar as “verdades” latentes, apontar os caminhos para se conhecer a realidade. É preciso considerar, entretanto, que, se temos uma imprensa que objetiva vender verdades sobre o mundo, temos também um público consumidor ávido pela verdade. Como argumenta Piovezani Filho (2003, p. 62):

Não basta afirmar a emergência dos múltiplos efeitos de verdade presentes no discurso da mídia, posto que, em consonância com ela, existe a necessidade humana de saber do real, o desejo de um mundo semanticamente normal, em que as “coisas a saber”, precisam ser sabidas.

Para o autor, a necessidade de saber dos espectadores apresenta-se como algo fundamental para a mídia assumir como missão a descrição e explicação do real, ou seja, “há um certo encontro entre a fome midiática de produzir “verdades” e a vontade espectral de comer “verdades” ” (PIOVEZANI FILHO, 2003, p. 62). Diante da fome de ser produtora de “verdades”, a mídia esmera-se e reforça o direito do cidadão à liberdade irrestrita da imprensa oferecendo-lhe um cardápio variado de “verdades” sobre o mundo para ser consumido. Isto se caracteriza como sendo a alma do negócio.

A educação e a escola nas páginas da revista

Na revista *Veja*, delinea-se uma gama de discursos sobre o papel, as perspectivas e os desafios da educação escolar no mundo atual. Como vimos anteriormente, *Veja* fala em nome de um determinado segmento social. Deste modo, a sua produção discursiva sobre educação, que é apresentada de maneira fragmentada, liga-se ao já dito, a rede interdiscursiva à qual a revista se filia. A revista atua na produção de determinados sentidos sobre a educação escolar em detrimento de outros. Isso revela que as concepções e proposições que identificamos no conjunto dos discursos têm uma relação direta com as posições que a revista sustenta em relação à política, à economia e à sociedade.

Nas matérias jornalísticas publicadas sobre a temática educacional, muitas são as vozes que se apresentam para mostrar o modelo e as proposições defendidas como ideais para a educação das crianças e jovens de hoje. Jornalistas, psicólogos, especialistas em educação, economistas, professores universitários participam da construção discursiva para legitimar as posições definidas e reafirmar os sentidos produzidos em referência a essas posições. Entre aqueles que se põem a falar sobre o assunto, ganham destaque o articulista Cláudio de Moura Castro. Economista especializado

nas questões referentes à educação esse articulista apresenta uma postura pragmática em relação à escola, concebendo-a como um lugar para atender às demandas de formação e qualificação impostas pela economia de mercado em sua atual fase globalizada. O foco de sua coluna é, primordialmente, opinar sobre a crise da escola em conseguir atingir patamares de qualidade para formar os cidadãos para o mercado de trabalho, cada vez mais exigente e seletivo em termos da capacitação, habilidades e competências.

Esse articulista discorre sobre enorme variedade de temas relacionados ao sistema educacional, à escola, ao ensino, aos alunos e professores. De maneira geral, defende que a grande prioridade governamental deva ser o ensino fundamental, pois, se os problemas de qualidade forem aí solucionados, a universidade se organizará por si mesma como consequência do melhor desempenho e preparo dos alunos que lá chegarão. Para o articulista:

Mal comparando, obter justiça social na entrada da universidade é como tentar maquiagem o Frankenstein. Batom, ruge e pó-de-arroz não conseguirão reduzir a sua feiúra. Isso porque o problema se origina na falta de qualidade do ensino fundamental, o que impede 40% dos alunos de terminá-lo. Do contingente já desfalcado que chega ao ensino médio, quase metade soçobra antes de completar o curso. Os que terminam também não aprendem muito. Em ambos os níveis, são os pobres (brancos e negros) que ficam travados no meio do caminho (VEJA, CLÁUDIO DE M. CASTRO, 26/05/2004, p. 20).

O articulista utiliza de dados, fatos, vivências para abordar os mais diferentes temas educacionais. A repetência e a promoção automática por meio dos ciclos, a alfabetização, a formação de professores, o gerenciamento das escolas, a prática pedagógica na sala de aula, o financiamento da educação, as questões da universidade são temas recorrentes na coluna escrita de Cláudio de M. Castro. A sua visão sobre o papel da educação coaduna com as posições defendidas pela revista. Na realidade, a voz desse especialista é constitutiva da estratégia discursiva apresentada pela revista para legitimar as suas proposições e consensos sobre o papel e as implicações da educação para a sociedade.

Veja mostra-se como um lugar estratégico para ensinar sobre o mundo. Os discursos apresentam-se de maneira enfática, reafirmando sempre a possibilidade de se educar a sociedade por intermédio da informação. A revista assume claramente uma função pedagógica e coloca-se como fundamental para manter os leitores informados sobre o caleidoscópio atual.

O projeto “*Veja na Sala de Aula*” aparece como a reafirmação do potencial pedagógico da revista em ensinar sobre o mundo. Lançado em 1998 pela Fundação Victor Civita, esse projeto tem como objeto utilizar as reportagens publicadas na revista *Veja* na prática educativa escolar. Para isso, as escolas conveniadas ao projeto recebem um kit semanal com dez assinaturas da revista *Veja* e um manual para o professor, contendo planos de aula e orientações pedagógicas de como trabalhar em sala de aula com as reportagens publicadas. Esse guia pedagógico é elaborado por uma equipe de especialistas em educação. Para o programa, “o Guia do Professor facilita a compreensão dos temas abordados em *Veja*, contextualiza o currículo nos fatos da atualidade no dia a dia dos jovens e facilita a aprendizagem significativa, em sintonia com as novas orientações curriculares”.⁴

Veja na Sala de Aula apresenta-se como uma estratégia chave para marcar o engajamento da revista na área educacional. Esse projeto constitui-se, segundo a revista, como referência importante sobre o conhecimento de mundo e como um recurso pedagógico para ensinar os jovens, e também os professores, sobre a realidade atual. Não é por acaso que a divulgação do programa se faz por meio de jargões tais como: “*O mundo todo cabe em uma sala de aula*”. “*Veja na sala de aula, aqui, a realidade vira matéria*”. “*Se o estudo é a luz da sabedoria, o seu investimento é o interruptor*”. “*Leve seus alunos para dentro da notícia*”. Em um anúncio publicitário de duas páginas inteiras, a revista apresenta a seguinte justificativa para o referido programa:

Veja na sala de aula é um programa pedagógico que ajuda a criar uma geração de jovens mais críticos e conscientes, mais preparados

⁴ (www.abril.com.br, acesso em 01/02/2006).

para enfrentar o mercado de trabalho. Semanalmente, uma equipe de especialistas em educação escolhe as matérias mais interessantes de *Veja* e as transformam em planos de aula, formando o Guia do professor. Este guia pode gerar projetos diferenciados dentro da sala de aula, ajudando o professor a tornar suas aulas mais dinâmicas. Atualmente, está presente em mais de 3400 escolas públicas e particulares. Assine também para a sua escola. Não perca esta oportunidade (*VEJA*, 24/12/2003, p. 78-79).

É possível perceber que a revista assume caráter pedagógico para explicar e esclarecer a sociedade sobre as ambiguidades e complexidades do mundo atual. Ao descrever, explicar e mostrar o mundo para os leitores, a revista situa-se como um espaço autorizado a transmitir conhecimentos e produzir verdades, enfim, como um espaço em que o leitor poderá entender a realidade e, assim, estar mais preparado para a vida social e para as novas demandas do mercado de trabalho. Nessa perspectiva, vai se delineando, nas páginas da revista, toda uma produção discursiva sobre educação.

“Educar dá lucro”

“Educar dá lucro” é o título dado por *Veja* a uma entrevista publicada nas páginas amarelas⁵, e expressa o cerne da produção discursiva dessa publicação em torno do significado da escola e da educação formal na sociedade atual. O discurso jornalístico analisado recorre, de forma proeminente, à ideia de que a educação é fator chave para o progresso do Brasil, para a formação de profissionais mais capacitados e, conseqüentemente, para a construção de uma economia mais competitiva, já que os países ricos ocupam tal posição, fundamentalmente, porque investiram em educação. A escola tem, nesse discurso, potencial para mudar os caminhos e corrigir os problemas do nosso país.

⁵ Refere-se à entrevista realizada com Lawrence Summers, ex-secretário do tesouro americano e reitor de Harvard, publicada em 31/03/2004. O tema central dessa entrevista é o papel do ensino no mundo globalizado e a relação entre sucesso econômico e educação.

Desse modo, educação escolar e sucesso econômico estão relacionados de maneira direta no discurso da revista. A educação é nesse contexto vista como primordial para o desenvolvimento econômico e para a maior inserção internacional do país. Enunciações variadas entram em jogo para mostrar o papel estratégico da educação e a necessidade de se criar uma “nova escola”, que atenda ao modelo ideal de formação do cidadão que vive sob a influência do mundo globalizado de hoje. Essa ideia é transposta para a reafirmação de uma necessidade de definição de políticas públicas reformadoras, que expressam interesse particular pelos setores da educação básica e na formação de professores. Tem-se como centralidade a ideia de que é preciso melhorar a qualidade da educação escolar, pois o contexto histórico atual, marcado pela presença maciça da tecnologia e de processos de informação, exige uma melhor qualificação dos trabalhadores e, portanto, de uma formação diferente da que tem sido tradicionalmente oferecida na escola.

A relação direta entre educação e sucesso econômico não ocorre apenas no âmbito do país, mas também em relação aos indivíduos. A educação garante, no discurso jornalístico, o progresso econômico dos indivíduos, provoca mobilidade social ascendente para os mais pobres e é uma exigência para a elite que precisa corresponder às demandas cada vez maiores de qualificação e formação do capitalismo globalizado. Como se pode ver, a ideia é a de que a educação dá lucro:

Nos mercados de trabalho nacionais, as recompensas para aqueles que têm capacidade de aprender e aplicar seus conhecimentos não param de aumentar. No mercado global, a qualidade da mão-de-obra de um país tornou-se um fator central no cálculo das empresas, quando elas têm de decidir onde investir seu dinheiro (VEJA, LAWRENCE SUMMERS, 31/03/2004, p. 15).

O fato de vivermos em uma sociedade de mercado, com elevado grau de divisão do trabalho, com aportes tecnológicos avançados e com fluxos de capitais e mercadorias circulando de modo frenético pelo mundo, é recorrente para justificar a centralidade da escola no mundo atual. Mas que tipo de educação, escola e professor são necessários para a formação do

sujeito que o atual mercado globalizado exige na perspectiva do discurso jornalístico analisado?

Conforme afirma Forquin (1993, p. 11):

É preciso reconhecer que sempre, e por toda parte, a educação implica um esforço voluntário com vistas a conferir aos indivíduos (ou ajudar os indivíduos a adquirir) as qualidades, competências disposições, que se têm por desejáveis, e que para isso nem todos os componentes da cultura são de igual utilidade, de igual valor.

Podemos identificar que, no discurso jornalístico da revista *Veja*, os valores neoliberais estão no alicerce daquilo que seria o modelo de educação ideal: o sucesso pessoal, o individualismo, a meritocracia e a competição como quesito básico ao desenvolvimento da sociedade.

Assim, a escola deve tornar o sujeito capaz de introjetar os valores da sociedade capitalista de mercado e preparar-se adequadamente para a hiperconcorrência do mercado globalizado. À escola cabe inculcar esses valores nos sujeitos, disciplinando-os para que se tornem o mais preparado possível para agir em uma economia de mercado. Entretanto, essa disciplinarização deve ocorrer de forma consentida, por meio de um trabalho de convencimento e internalização de valores para o desenvolvimento de determinadas características e de comportamentos, de modo a adequar-se ao modelo ideal de cidadão no mundo de hoje: um mundo altamente seletivo e marcado pela elevada exigência de qualificação dos trabalhadores. O princípio fundamental é, portanto, preparar o indivíduo de acordo com o ideário da sociedade e da economia de mercado:

Em uma economia de mercado que funciona bem, os incentivos monetários premiam quem oferece bons serviços e penalizam ou multam quem atrapalha, atrasa ou deixa de prestar o serviço devido. No caso mais trivial, o produto ruim não vem. É essa “mão invisível” que lubrifica bilhões de relacionamentos e transações entre pessoas e empresas (VEJA, CLÁUDIO M. CASTRO, 15/11/2004, p. 22).

Percebe-se que, ao invés da formação filosófica e integral do estudante, se delinea, no discurso jornalístico analisado, a retórica da racionalidade técnica e das exigências do mercado, orientando a formação para a competição, para as especialidades e para a instrumentalização técnica para o trabalho. Os objetivos da formação dos indivíduos estreitam-se, tanto em relação ao tempo destinado ao processo formativo como em seus objetivos e pertinência. A substituição do saber reflexivo pelo saber prático e pragmático impõe à formação dos alunos a lógica do treinamento e a instrumentalização por meio de processos educativos. O processo de formação reflexiva e o exercício do pensamento crítico perdem terreno em nome do melhor desempenho possível na sociedade de mercado.

Não podemos esquecer, também, que o neoliberalismo tem como perspectiva, além da livre concorrência e da apologia às leis de mercado, a diminuição da presença do Estado na economia. Isso trouxe repercussões importantes para a sociedade, que sofre cortes drásticos de verbas no setor público. Tal fato repercute diretamente nos sistemas educacionais dos países, especialmente daqueles que dependem economicamente dos países hegemônicos e apresentam níveis de desigualdade social acentuados. A situação do Brasil, nesse contexto, é das mais desfavoráveis, haja vista a sua dependência aos órgãos de financiamento externo, guardiões dos princípios neoliberais, que impõem normas e metas de ajustes econômicos para os países devedores, dificultando o investimento nos setores públicos.

A visão neoliberal impõe a prerrogativa de que a escola deva ser entendida e gerenciada como uma empresa, mediante os princípios e os métodos de produção que regem a economia de mercado.

O que dirão os puristas da pedagogia? Transformaram a escola em uma fábrica, com números medindo tudo? Mercantilizaram o ensino? Acho que não. As ferramentas gerenciais adotadas levam a escola a fazer o mesmo que as boas empresas fazem. Isto é, definir prioridades para a direção, professores, alunos e funcionários. Depois converter as prioridades em metas educativas concretas, decidir como ensinar (a pedagogia) e medir se foram atingidas as metas, avaliando assim o próprio desempenho. A gerência não substitui a pedagogia, mas faz soar alarmes se esta falhar. O que há de errado nisso? (VEJA, CLÁUDIO DE MOURA CASTRO, 12/11/2003, p. 30).

Entretanto esse discurso é portador de contradições importantes. Efetivamente, o que se produz é uma retórica sobre a necessidade de melhoria do ensino e da qualidade da educação. Todos declaram que a educação deve ser prioridade e que a escola é fundamental para o desenvolvimento do país. Mas, a falta de investimento na educação pública tem funcionado como um inibidor da cidadania e da igualdade de oportunidades. Sabemos que a educação, como direito do cidadão e dever do Estado, não representa mais que belas palavras apregoadas pelos que defendem os princípios neoliberais.

Na realidade, conforme nos mostra Sacristán (2002, p. 93), o neoliberalismo impôs sérios limites ao ideário de educação de qualidade para todos:

O triunfo dessa visão causou sérias conseqüências para as políticas educacionais, dificultou a realização universal do direito à educação e condicionou os estilos de gestão dos sistemas escolares, pressionados pela demanda de qualidade interpretada conforme os parâmetros econômicos. Polarizou o pensamento, as políticas e as práticas a favor da narrativa que entende a educação como mercadoria submetida às demandas do mundo do trabalho, em detrimento de outros enfoques mais orientados ao sujeito, à melhoria das sociedades ou à democratização do conhecimento.

Na atual crise por que passa a escola, a formação dos professores tem ganhado destaque. Na revista *Veja*, o pragmatismo de Cláudio de M. Castro aconselha e critica as práticas adotadas no Brasil para a formação docente:

Em vez de ensinar os futuros professores a dar aula, gasta-se o tempo repetindo as teorias de autores defuntos. Não se ensina a lidar com o cotidiano da sala de aula. Como se ensina regra de três? Como se ensina densidade? Portanto, os professores acabam tendo de se lembrar das aulas dos próprios professores quando estavam naquela mesma série. Parece que nossos educadores mais viajados jamais foram ver uma faculdade de educação do Primeiro Mundo (VEJA, CLÁUDIO DE MOURA CASTRO, 22/10/2003, p. 20).

Apesar das inúmeras reformas implantadas no campo da formação dos professores, a falta de investimento nas condições de trabalho, no *status* profissional e na carreira docente é fator marcante na realidade educacional brasileira. Prevaleceu a lógica economicista do custo benefício, que privilegiou mais o treinamento do que a formação e não investiu em um processo que efetivamente garantisse ao professor o desenvolvimento profissional. Nesse processo, “a capacitação em serviço se realiza desconectada da formação inicial, até a partir de instâncias, planos e lógicas diferentes, baseada na oferta de cursos avulsos, sobre temas avulsos, no melhor estilo zapping da cultura televisiva atual” (TORRES, 1998, p. 180).

Parece-nos que os professores precisam, para além do pragmatismo, do saber dar aula, de entender os conteúdos a serem ensinados, entender e situar a escola nas relações sociais mais amplas. Isso é fundamental para a compreensão crítica sobre o que se espera da escola e sobre o que a escola realmente pode oferecer à sociedade. É basilar também para distinguir os inúmeros discursos que proliferam em torno da competência dos professores, do seu trabalho e do papel da escola no contexto atual. É assim que, por exemplo, o professor terá condições de analisar a produção midiática, entendendo o que os discursos revelam, mas também o que escondem. Sem dúvida, esse é um desafio a ser enfrentado pelos professores. Há uma premente necessidade de aprimorar a formação docente e produzir melhorias na prática pedagógica desenvolvida na escola. Paradoxalmente, as contradições e conflitos presentes na realidade social fazem soar a perspectiva de que são muitos os limites da escola para resolver a crise que envolve a sociedade. Assim, é preciso repensar a visão utilitarista da formação escolar e a retórica em torno da educação como uma fórmula salvadora para o país.

A educação como um imperativo do sucesso

Charlot (2000, p.72) chama-nos a atenção para o fato de que:

O sucesso escolar produz um potente efeito de segurança e de reforço narcísico, enquanto que o fracasso causa grandes estragos na relação consigo mesmo (como eventual consequência, a depressão, a droga, a

violência, inclusive o suicídio). Em princípio, existem muitas maneiras de “torna-se alguém”, através das diferentes figuras do aprender; mas a sociedade moderna tende a impor a figura do saber objeto (do sucesso escolar) como sendo uma passagem obrigatória, para se ter o direito de ser “alguém”.

O funcionamento discursivo de Veja indica para uma compreensão, segundo a qual, o aprender, especialmente o aprender na escola, não significa “o modo de apropriação do mundo, mas como modo de acesso a tal ou qual posição nesse mundo” (CHARLOT, 2000, p. 74).

A competição aparece como princípio educativo básico para os jovens alcançarem o topo da escalada pelo sucesso, ocupar as melhores posições nas profissões mais concorridas e reconhecidas socialmente. O texto, a seguir, é bastante ilustrativo sobre essa concepção de educação:

Especialistas na arte de colocar alunos na melhores universidades, os cursinhos têm uma só fórmula: competição ao extremo. Enquanto os alunos se entregam a uma guerra por carreiras altamente disputadas, como medicina e direito, em que a relação candidato/vaga pode chegar a 35 por 1, os cursinhos pré-vestibulares lançam mão de todas as armas para colocar nas melhores universidades mais vestibulandos que o concorrente. As turmas, por exemplo, não são fixas como nos colégios tradicionais. Os alunos mudam constantemente, de acordo com seu desempenho, e os melhores são agrupados em classes com nomes como primeiríssima ou Turma X. Claro que o sonho de todo vestibulando é fazer parte desse grupo. No colégio pH, do Rio de Janeiro, que no ano passado teve o maior número de alunos aprovados na UFRJ, o estímulo à disputa por um lugar no topo é explícito. Às vésperas do vestibular, o próprio dono do colégio, o professor de química, Paulo Henrique Martins, telefona aos 100 melhores alunos de cada uma das três áreas – exatas, humanas e biológicas – para desejar boa prova. PH como é conhecido, também participa de algumas aulas e faz questão de lembrar aos vestibulandos que, em determinadas carreiras, a disputa é tão intensa que só em seu colégio há mais candidatos que vagas disponíveis. “Olhe para a cadeira ao lado. Aí pode estar seu rival”, costuma dizer Paulo Henrique aos

estudantes. No curso Pitágoras, de Minas Gerais, a novidade são aulas interdisciplinares, com a presença de até sete professores de matérias diferentes na mesma sala. A arquitetura das salas de aula também não escapa ao olhar dos cursinhos. No Anglo, um dos mais tradicionais de São Paulo, elas têm isolamento acústico e as janelas são vedadas, tudo para evitar que o estudante perca a concentração. Entre os inscritos para o vestibular de medicina da Fuvest, de São Paulo, o mais concorrido do país, 70% cursaram algum pré-vestibular. Entre os aprovados, esse número sobe para 86,5%. Ou seja: o cursinho não é garantia de vaga, mas, sem dúvida, tornou-se um aliado de peso na guerra pelo diploma (VEJA, MARCELO CARNEIRO, 28/01/2004, p. 61-62).

Competição, guerra, armas, concorrência, disputa, rivalidade... Essas palavras aparecem de modo recorrente na produção discursiva analisada e servem para marcar um contexto educativo de grande pressão e individualismo. Parece apontar para um contexto em que o que está em jogo não é aprender sobre o mundo, mas guerrear com todas as armas por um diploma e uma carreira de sucesso. O jovem é literalmente preparado para uma guerra, uma preparação que usa como método olhar o rival, o colega sentado ao lado, como alguém que precisa ser combatido e vencido.

Outro fator que chama a atenção no recorte discursivo analisado é a arquitetura das escolas que estimulam a hiperconcorrência. As salas de aulas têm isolamento acústico e janelas vedadas, para não atrapalhar a concentração e permitir o confinamento do sujeito. Assim, o isolamento, o conhecimento sendo empurrado ‘goela abaixo’ em quantidade cada vez maior, a percepção de que sentado a seu lado está um rival, as janelas fechadas são indícios fortes de confinamento cultural e de hostilidade que, certamente, marcarão os jovens e vão interferir na sua forma de ver o mundo, de enxergar o “outro”. A competição extrema pode alimentar a intolerância e a falta de solidariedade, mas, segundo a revista, é o preço que se paga para ser o melhor, para ter sucesso, para “chegar lá”.

Não é por acaso que a matéria é encerrada com os números do vestibular mais concorrido do país, dados que mostram que o grupo seletivo dos jovens que conseguiu chegar no ápice, vencendo milhares de concorrentes, passou pelos cursinhos, é fruto do treinamento militar que

possibilitou vencer a batalha. A idéia final do texto reitera as evidências dos dados: *o cursinho não é garantia de vaga, mas sem dúvida, tornou-se um aliado de peso na guerra pelo diploma*. Qual é a concepção de mundo subjacente a esse modelo de educação? O mundo é visto como um o campo de batalha, a escola parece ser um lugar de treinamento obsessivo, e os jovens movidos por uma concorrência cega em busca do sucesso.

No contexto em que a educação tem como finalidade atender aos interesses e expectativas do mercado e esse se apresenta, no atual processo de globalização, cada vez mais volátil e competitivo, a formação das pessoas tende a adaptar-se a essas expectativas. Por isso, a noção de guerra, batalha, concorrência, rivalidade aparece de maneira recorrente, acentuando que o princípio da solidariedade social é substituído pela ideia de competitividade e individualismo. Como afirma Santos (2002, p. 150), “O mundo do pragmatismo triunfante é o mesmo mundo do “salve-se quem puder”, “do vale tudo”, justificados pela busca apressada de resultados cada vez mais autocentrados, por meio de caminhos sempre mais estreitos”. Nessa perspectiva, Esteve (2004, p. 103) também nos adverte para o fato de que hoje podemos estar produzindo “toda uma geração de indivíduos não solidários e amorais, carentes de um mínimo de sentido crítico e atentos apenas ao seu próprio benefício”. A revista apresenta-se como conselheira, propondo a receita de como trilhar o caminho das pedras para “se chegar lá”. Para isso, utiliza o recurso de mostrar como os “campeões”, aqueles jovens prodígios que ocupam o primeiro lugar nos vestibulares mais concorridos do país são, como vivem e organizam o tempo, onde estudam, o que leem, etc. A revista apresenta o modo de ser do jovem de sucesso como um conteúdo útil para os leitores, indicando o que fazer e como ser para vencer a competição exacerbada no campo educacional. É assim, como um exemplo a ser seguido, que *Veja* resgata e explica o modo de ser do paulista Raul Celestino Teixeira, primeiro colocado no vestibular de duas importantes universidades do país, a Universidade de São Paulo e a Universidade de Campinas:

Especialistas em educação costumam dizer que cada estudante deve procurar a própria fórmula para se dar bem nos exames vestibulares. Mas, mesmo assim, é útil e muito interessante conhecer um pouco

da estratégia adotada por um dos campeões das provas deste ano. [...] Pesquisas realizadas entre jovens como Raul, que alcançam o sucesso e chegam às primeiras colocações, mostram que eles possuem algumas características em comum. A maioria vem de lares em que os pais possuem diploma de ensino superior e dão apoio à vida cultural dos filhos. No caso do campeão deste ano, o pai é formado em direito e a mãe concluiu o ensino médio. Especialistas consideram a influência familiar decisiva no desenvolvimento de hábitos de leitura, no aprendizado de línguas estrangeiras e no acesso à informação sobre os assuntos da atualidade. Também chama atenção, no perfil desses estudantes, o fato de não se enquadrarem no estereótipo do jovem que passa dias inteiros enfiado em casa, mergulhado na leitura de livros técnicos e que só vê a luz do dia quando sai para o cursinho pré-vestibular. Uma pesquisa feita com base nos dados do Ministério da Educação mostra que os jovens com melhor resultado na sala de aula lêem pelo menos seis livros sem conteúdo técnico num ano e obtêm informações por meio de jornais e revistas no lugar da televisão, como faz a maioria. Definitivamente, não são os estudantes classificados como bitolados que chegam ao topo do ranking no vestibular, mas, sim, aqueles que acumulam conhecimento no curso da vida acadêmica (VEJA, p. 62-63, 11/02/2004).

A ênfase da revista em mostrar os exemplos dos “vencedores”, daqueles jovens que chegam ao topo da corrida pelo sucesso, é visível dentre o rol de matérias que produz sobre educação. A perspectiva é sempre mostrar qual é a receita dos bons alunos, quais são as estratégias usadas pelos campeões, ou seja, como o jovem deve ser, como encarar a competição, como agir no campo de batalha para garantir a vitória, na qual o sucesso é a maior recompensa. Aí se produzem evidências de certezas em relação a este perfil: são alunos de escolas particulares, com pais com renda mais elevada e formação em nível superior, têm uma rotina constante de estudos, leem mais que a média – livros, jornais e revistas.

Veja não constrói um processo discursivo homogêneo, ao contrário, este é passível de contradições e deslizamentos. A heterogeneidade é constitutiva do discurso e aparece porque não é possível estabelecer um controle absoluto sobre o jogo discursivo. Por isso, podemos identificar,

no discurso da revista *Veja*, brechas que mostram um perfil de aluno “vencedor” caracteristicamente diferente daquele padrão defendido como verdade. A matéria a seguir mostra-nos como a contradição está posta às evidências de certezas que a revista faz circular:

O paulista Victor Manuel Romero, de 19 anos, superou mais de 1,3 milhão de estudantes ao chegar em primeiro lugar no último Exame Nacional do Ensino Médio. Romero acertou todas as 63 questões da prova e ainda cravou nota 100 no teste de redação. Seu caso chama a atenção, sobretudo pela diferença entre a sua história e a da maioria dos estudantes que costumam despontar no topo das listas desse tipo de concurso. Em geral, os campeões vêm de famílias de renda alta, têm pais com ensino superior e passaram pelas melhores escolas particulares do país. Com Romero não foi assim. Sua mãe, dona de casa, largou os estudos na 6ª série para trabalhar em uma fábrica de tecido. Seu pai, representante comercial em uma firma de sabão em pó, tem salário na faixa de 2000 reais por mês. Conseguiu o diploma universitário tardiamente (formou-se em administração de empresas aos 45 anos) e a duras penas. Romero também não veio de escola particular. [...] No ano passado, ele cursava o ensino regular pela manhã e à tarde fazia um curso de técnico em mecânica. “Era uma precaução. Se meu pai precisasse, conseguiria arranjar emprego com mais facilidade”, explica. Nas horas vagas, aprendia espanhol, língua dos avós paternos, por meio de um curso pela televisão (VEJA, MÔNICA WEINBERG, 26/05/2004, p. 106).

O estudante ao qual a matéria se reporta ganha visibilidade por ser uma exceção à regra, já que a revista acentua sempre, baseada em dados, que os campeões são tipicamente alunos da escola particular, cujos pais têm ensino superior completo e renda elevada. No caso do Enem, a revista indica, ainda, que os alunos que obtiveram as melhores notas têm como prática cotidiana prestar atenção na aula, estudar em casa, ler mais de dez livros por ano, além de ter o hábito de ler jornais e revistas. São alunos que também apresentam em comum o fato de já terem viajado para o exterior. Os fatores que levaram um aluno com perfil tão distinto, como o paulista Romero, a ocupar o primeiro lugar no exame não deixam,

entretanto, de serem explicados para o leitor. Argumenta-se que, apesar de as características da maioria dos “campeões” serem aquelas que a revista sempre mostrou:

[...] os trabalhos apontam também que uma combinação de esforço pessoal e investimento na educação é capaz de minimizar, ou mesmo de anular, a desvantagem da baixa renda. “O que faz a diferença mesmo é como a família prioriza o estudo”, afirma Ryon Braga, especialista em educação (VEJA, MÔNICA WEINBERG, 26/05/2004, p. 107).

Tal exemplo testemunha a defesa que o discurso jornalístico da revista procura sempre evidenciar acerca da meritocracia, como um princípio básico da educação na sociedade de mercado. Aí, o esforço individual, o talento e a competência são premiados com a recompensa da ascensão social. Subentende-se que todos os indivíduos são livres para realizar os seus projetos e desejos. Entretanto, somente aqueles que se dedicam adequadamente, que se esforçam ou que possuem algum talento em especial serão premiados e recompensados pelo seu desempenho. O vestibular, por exemplo, é uma expressão da educação meritocrática. Por meio da livre concorrência entre os indivíduos, selecionam-se aqueles com o “melhor desempenho” para ocupar as vagas das melhores universidades do país. A falta de esforço e a incompetência são, nesse caso, penalizadas fortemente pelo sistema. O especialista em educação, colunista da revista, assim expõe a questão:

A idéia de cotas para alunos da escola pública parece atraente. Mas, na prática, traz problemas graves. O primeiro é de princípio. No ensino superior, sobretudo nas universidades públicas – extraordinariamente caras –, deve reinar o princípio da meritocracia intelectual, no qual pode-se mais quem sabe mais e sobe mais quem sabe mais. Uma violação à força bruta dessas regras não se faz sem graves prejuízos para a instituição em que mérito é fundamental (VEJA, CLÁUDIO M. CASTRO, 26/05/2004, p. 20).

Mas esse processo se contrapõe a uma realidade conflituosa e marcada por profundas contradições. A maioria dos cidadãos não pode beneficiar-se de uma escola de qualidade e do acesso aos bens culturais que lhes garantam igualdade de direitos na sociedade de mercado, marcada por uma profunda divisão do trabalho que demanda indivíduos qualificados para ocupar posições cada vez mais exigentes no mundo do trabalho. Desse modo, é possível questionar como se constitui o sistema baseado no mérito em um país que não oferece oportunidades iguais aos seus cidadãos. Quem vai ser beneficiado com esse sistema e quem será excluído? As oportunidades desiguais na educação têm como questão de fundo os fatores sociais e econômicos e as desigualdades de acesso aos bens culturais e à escola de qualidade, com infra-estrutura adequada e professores bem formados.

Podemos, portanto, questionar se o modelo de educação escolar defendido e legitimado pelo discurso jornalístico da revista *Veja* interessa a todos. Vivemos em uma época na qual não se pode mais fazer uma correlação direta entre o nível de escolaridade e a ascensão social, ao aumento do salário e da renda dos indivíduos. O aumento da competitividade é marca fundamental da atual fase do capitalismo globalizado. Em consequência, a diminuição dos postos de trabalho é uma realidade em todos os países do mundo. São milhares de diplomados sem emprego, ou trabalhando por baixos salários. O fato é que a ascensão social via escolarização tem-se tornado uma perspectiva cada vez mais questionável, os investimentos em educação e a qualificação profissional não significam garantia de emprego, prestígio e salários mais altos.

É necessário, portanto, observar que o discurso sobre o papel da educação, da meritocracia, da competitividade exacerbada pelo sucesso social esconde mais do que mostra como efetivamente funciona a sociedade capitalista globalizada. É fundamental compreender que não há espaço para todos no tecido social, do qual a escola participa. As contradições e os conflitos são marcas da escola capitalista e nos mobilizam a questionar quem se beneficia com esse modelo de educação que celebra as leis de mercado e a luta pela conquista de melhores posições na hierarquia social.

Considerações Finais

Nossa tarefa, neste texto, não se constituiu em produzir a verdade, pois sabemos que as verdades podem ser muitas, dependendo de como se projeta a perspectiva do olhar lançado sobre a realidade. Este texto representa uma possibilidade de examinar o discurso jornalístico e seu funcionamento, uma reflexão possível, construída a partir de um determinado percurso teórico-metodológico.

Identificamos que a mídia impressa analisada coloca-se como um lugar vigoroso para explicar e levar o cidadão a conceber o mundo. A revista *Veja* mostra-se para o leitor como um campo imprescindível para organizar, didatizar e fazer saber sobre o turbilhão de acontecimentos tecidos pela sociedade globalizada, nos diferentes recantos do planeta. Para isso, ela se apresenta como lugar da explicação, da objetividade e da produção de verdades sobre o mundo.

Mas o discurso jornalístico não é homogêneo, pelo contrário, em muitos momentos, ele se mostra contraditório e expõe os seus equívocos, os seus limites e heterogeneidades. Em muitos momentos, ele se trai e deixa aparecer outros sentidos que podem ser contraditórios com as defesas e promessas que faz ao leitor. Isto se tornou evidente em nosso trabalho quando analisamos as enunciações sobre a escola e a suas possibilidades e capacidades na formação dos cidadãos. Frequentemente, a mídia se autoelogia e demonstra o seu poder e eficiência para ensinar os cidadãos a entender o mundo, a saber agir, como ser e o que fazer diante dos desafios a que a atualidade nos expõe. Entretanto, a análise sobre o desempenho da escola pode ser identificada no extremo oposto. O discurso jornalístico trabalha com o consenso de que a educação, no Brasil, sobretudo o sistema público, possui péssima qualidade. A escola é anacrônica, enfadonha e não consegue dar respostas às exigências da formação das crianças e dos jovens de hoje. Por sua vez, o discurso dominante na mídia produz uma imagem negativa dos professores, sobre sua formação e a competência para ensinar acerca do mundo.

Diante do consenso sobre o baixo nível de qualidade da escola, a produção discursiva do jornalismo, com muita destreza, coloca-se ante a missão de avaliar o modelo de educação, avaliar a escola e prescrever

orientações para os pais sobre como direcionar a educação dos filhos. Também, com grande agilidade, a imprensa informa o que é ser um professor competente, como formar professores competentes, o que os professores devem fazer na escola, que modelo de educação adotar e que práticas pedagógicas são necessárias para formar a geração atual, que já nasceu em um mundo globalizado. A mídia impressa propõe-se a ensinar ao professor, como ser professor. Assim como procura mostrar aos pais, como serem pais, aos jovens, como serem jovens...

Encontramo-nos diante de um discurso prescritivo, que ensina modos de ser e de viver no presente cenário social. Deste modo acreditamos que lançar um olhar interrogador acerca da produção da mídia e os seus discursos sobre a educação escolar é tarefa fundamental para os professores de todas as áreas.

Referências

BRASIL, Conselho Nacional de Educação. *Diretrizes Curriculares Nacionais para a Formação de Professores da Educação Básica, em Nível Superior; Curso de Licenciatura de Graduação Plena*. Brasília, DF, 08/05/2001. Relatório.

CHARLOT, B. *Da relação com o saber*. Porto Alegre: Artes Médicas, 2000.

ESTEVE, J. M. *A terceira revolução educacional*. São Paulo: Moderna, 2004.

FORQUIN, J.C. *Escola e cultura*. Porto Alegre: Artes Médicas, 1993.

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 na educação*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995. p. 132-158.

KUCINSKI, B. *A síndrome da antena parabólica: ética no jornalismo brasileiro*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 1998.

MARIANI, B. *O PCB e a imprensa: os comunistas no imaginário dos jornais (1922-1989)*. Campinas, SP: Unicamp, 1998.

ORLANDI, E. P. (Org.). *A leitura e os leitores*. Campinas, SP: Pontes, 1998.

_____. O inteligível, o interpretável e o compreensível. In: ZILBERMAN, R. e SILVA, E. T. (Orgs.). *Leitura: perspectivas interdisciplinares*. São Paulo: Ática, 2001.

PIOVEZANI FILHO, C. F. Política midiaticizada e mídia politizada: fronteiras mitigadas na pós-modernidade. In: GREGOLIN, M. do R. *Discurso e mídia*. São Carlos, SP: Claraluz, 2003. p. 49-66.

SACRISTÁN, J. G. *Educar e conviver na cultura global – as exigências da cidadania*. Porto alegre: Artmed, 2002.

SANTOS, M. *O país distorcido: o Brasil, a globalização e a cidadania*. São Paulo: Publifolha, 2002.

SCALZO, M. *Jornalismo de revista*. São Paulo: Contexto, 2003.

TORRES, R. M. Tendências da formação docente nos anos 90. In: *Novas políticas educacionais: críticas e perspectivas*. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 1998. p. 173-191.

Data de registro: 18/08/10
Data de Aceite: 08/09/2010