

ENTRE O INCENTIVO E O FARDO DO SUCESSO: OS ALUNOS DA MELHOR ESCOLA PÚBLICA BRASILEIRA (COLUNI/UFV)

BETWEEN THE ENCOURAGEMENT AND BURDEN OF SUCCESS: STUDENTS THE BEST BRAZILIAN PUBLIC SCHOOL (COLUNI / UFV)

Maria Vernailda Mota¹
Lara Carlette Thiengo²

RESUMO: Este trabalho tem como objetivo analisar a repercussão do *status* de excelência do Colégio de Aplicação – Coluni (UFV) nos meios de comunicação, bem como investigar os reflexos desse *status* sobre seu alunado. Nessa perspectiva, questionamos: seria um incentivo ou um fardo integrar o melhor colégio de ensino médio público brasileiro? Os caminhos metodológicos percorridos contam com levantamento bibliográfico, levantamento e análise de materiais jornalísticos e, ainda, entrevistas semiestruturadas com alunos egressos do Coluni. Compreende-se, de modo geral, a coexistência das sensações, sendo o incentivo alicerçado no sentimento de orgulho de fazer parte do colégio, enquanto a ideia de fardo está mais ligada aos aspectos da cobrança e a expectativas internas e externas.

PALAVRAS-CHAVE: Coluni. Ensino. Rankings.

ABSTRACT: This paper aims to analyze the impact of the status of excellence of the School Application - Coluni (UFV) in the media and to investigate the consequences of this status on its students. In this perspective, we have a question: it would be an incentive or a burden to integrate the best Brazilian public high school? The methodology is compound for literature survey, survey and analysis of journalistic materials and also semi-structured interviews with former students of Coluni. It is understood, in general, the coexistence of feelings, once the encouragement is built in the feeling of pride in being part of the school, and the idea of burden is more linked to aspects of demanding and internal and external expectations

KEYWORDS: Coluni; learning ; rankings.

¹ Professora do Departamento de Educação da Universidade Federal de Viçosa (UFV). Doutora em Educação (UNIMEP). Mestre em Educação (UFC) Pedagogia (UECe). E-mail: veranilda.mota@ufv.br

² Doutoranda em Educação na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Mestre em Educação (UFV). Bacheler em Comunicação Social – Jornalismo (UFV). E-mail: laraclarlette@gmail.com

1- Introdução

Este trabalho surgiu de uma inquietação a respeito da trajetória de sucesso escolar do Colégio de Aplicação Coluni, situado dentro do Campus da Universidade Federal de Viçosa (UFV). De acordo com os resultados do Exame Nacional do Ensino Médio (Enem), o colégio esteve entre as cinco melhores escolas da rede pública e privada do país, ocupando o primeiro lugar dentre as escolas públicas nos últimos anos. O que faz essa escola que confere resultados tão ímpares? Essa foi a pergunta feita pela mídia local, regional e nacional, que divulgou exaustivamente o resultado.

Neste sentido, objetivamos analisar como os resultados do Enem constroem e reafirmam a imagem de excelência do Coluni, a fim de entender como essa escola é projetada no cenário educacional brasileiro ao ostentar a denominação de “melhor escola”, sendo constantemente ranqueada e comparada com as demais, apresentando-se como “exemplo a ser seguido”.

Tais considerações nos levaram à questão central deste trabalho: como tais resultados incidem sobre a vivência dos alunos desse colégio? Seria um incentivo (orgulho) integrar o Coluni? Ou seria um fardo, pela obrigatoriedade da apresentação de bons resultados no Enem e nos vestibulares?

O colégio de aplicação – Coluni

A história da Universidade Federal de Viçosa (UFV) possui algumas especificidades que merecem ser tratadas para melhor entendermos a estrutura do Coluni. Referimo-nos ao modelo norte-americano *Land Grant Colleges*, adotado inicialmente pela instituição. Nos Estados Unidos, os *Land Grant Colleges* eram escolas superiores agrícolas que tinham como objetivo principal o ensino de agricultura, ciência e engenharia, e por isso foram implantadas no oeste e meio oeste, onde 85% da população vivia no meio rural, em uma sociedade baseada em uma forte economia agrícola. Ribeiro (2006) compara o modelo implantado nos EUA com o implantado em Viçosa. De acordo com a autora citada, existe um consenso entre os pesquisadores da história da UFV no que diz respeito à adoção desse modelo. A instituição teria sido pensada como um *Land Grant College* pelo presidente Arthur Bernardes, o que justifica a vinda do professor Peter Henri Rolfes, que fora diretor da *Florida Agricultural College*, para dirigir a Escola Superior de Estudos Agrícolas (Esav), vindo a se tornar uma espécie de patriarca da instituição. A Esav absorveu parte desse modelo e, portanto, necessitava de um público de estudantes que estivessem preparados para desenvolvê-lo junto à instituição.

Para atender a essas demandas foi criado o Coluni em 26 de março de 1965. Tudo começou com um prédio de madeira cedido pelo Departamento de Engenharia Florestal. Setenta e oito alunos, originários de Viçosa e região, formaram a primeira turma do colégio, destinada apenas ao 3º ano do colegial. Foi somente em 1982 que o Coluni passou a oferecer as três séries do *segundo grau*, denominação que veio a substituir o termo *colegial*, hoje reconhecido como *ensino médio*. A estrutura escolar foi modificada para que as aulas e os professores estivessem de acordo com as novas normas, ao passo que o perfil de escola preparatória para o vestibular foi sendo de igual modo modificado, apesar de este ainda ser uma característica marcante.

A designação de Colégio de Aplicação, por sua vez, acontece apenas em 2001, após uma trajetória de discussões, de modo que, a partir de então, estudantes de graduação, mestrado e doutorado passaram a desempenhar trabalhos no local, ministrando algumas aulas como parte de disciplinas da faculdade, fazendo estágio ou utilizando os espaços da escola para outras atividades acadêmicas.

Atualmente, a escola tem um total de 480 estudantes, que formam 12 turmas de 40 alunos, sendo quatro turmas para cada série do ensino médio. O colégio conta com adequado espaço físico, com salas de aula amplas, salas de projeção, laboratórios de química, física, biologia, informática, além de permitir que a comunidade escolar permaneça na escola em horário integral. Os professores têm o mesmo tratamento dos professores universitários, tanto no que se refere aos benefícios quanto às atribuições. Atividades extracurriculares de cunho extensionista e científico também fazem parte da rotina do aluno do Coluni, tais como a participação em Olimpíadas de Física e Matemática,

no Modelo Intercolégio da Organização das Nações Unidas (MiniOnu), em excursões acadêmicas, culturais, ecológicas, projetos de extensão e na publicação científica na Revista Ponto de Vista.

Cadeados, vigias ou portarias não são encontrados no Coluni. Os alunos têm liberdade de escolher assistir às aulas ou não, apesar de existir um limite de faltas. Essa medida é eficaz, pois instiga a formação da responsabilidade e o amadurecimento.

Para ingressar no Coluni existe um criterioso processo de seleção, já que o número de vagas disponibilizadas não é correspondente à demanda do colégio. A média é de 1.500 alunos inscritos para 150 vagas, ou seja, 10 candidatos para cada vaga. Barbalho (2008), ao analisar os dados dos anos de 2002, 2003 e 2004, constatou que apenas 25% dos alunos que ingressam no Coluni concluíram o ensino fundamental em escolas públicas.

Na última década foram percebidos o aumento do número de inscritos e uma mudança na origem dos estudantes, pois uma parcela significativa de alunos passou a vir de outros locais do país, apesar de a maioria ser predominante da região sudeste. O Coluni se estabelece, portanto, como um padrão, um modelo de escola de sucesso contrastando com a realidade do sistema educacional brasileiro no que concerne à infraestrutura, à qualificação e ao acesso.

O status Coluni na imprensa: o discurso sobre o melhor colégio de ensino médio público brasileiro

O Coluni tornou-se notícia ao ser considerado o melhor colégio de ensino público do país, de acordo com ranqueamento das notas do Enem. O levantamento de dados referente aos anos de 2007, 2008, 2009 e 2010 sobre a presença da temática “COLUNI” na mídia local, regional e nacional constatou que, nos veículos de comunicação da UFV (*site* e jornal institucional), o Coluni foi notícia 43 vezes nos últimos três anos, sendo 36% das matérias abordando os resultados no Enem; 15%, o sucesso dos ex-alunos na carreira acadêmica e no mercado de trabalho; 27% comentando sobre prêmios de olimpíadas e concursos conquistados pelos alunos; 15% versando sobre a promoção cultural da escola; e 7%, sobre resultados nos vestibulares do país.

Nos referidos veículos de comunicação, o caráter de assessoria amplia o jogo de informações internas a um público mais amplo, o que é possível principalmente pela internet. Na mídia local, que é composta por três jornais de circulação semanal – *Jornal Folha da Mata*, *Jornal Tribuna Livre*, e jornal *O Popular* – a abordagem do colégio é similar à feita pela comunicação institucional da UFV no que diz respeito aos resultados no Enem e à promoção cultural da escola.

Tratando as repercussões midiáticas de forma mais abrangente, utilizamos para coleta de dados os jornais *Estado de Minas* e *Folha de S. Paulo*, representando as dimensões regional e nacional, respectivamente. Nessa amostra, pode-se observar que a abordagem é consequência direta dos resultados do Enem, quando o Coluni torna-se “inusitado” e “curioso”, de forma que em 80% das matérias o colégio é associado à expressão “melhor colégio do país”.

No que se faz referência ao Coluni, as matérias são compostas pelos mesmos conteúdos, apontando as peculiaridades da escola perante as demais, que são: melhor infraestrutura, professores capacitados, ambiente universitário, liberdade dentro da escola, atividades extracurriculares e processo de seleção de alunos. Assim como ratifica Darnton (1990), as matérias jornalísticas precisam caber em concepções culturais prévias relacionadas à notícia. Dessa forma, a escassa discussão da educação, tanto no que tange às demandas sociais quanto ao engajamento jornalístico, cria um espaço de debate muito restrito, pouco contribuindo para a conscientização da relevância educacional em nosso país. Neste caso, a mídia se apoderou do seu poder discursivo para intitular a escola pública com melhor rendimento no Enem como a melhor escola do país. Seria esse adjetivo o mais adequado para se referir aos resultados? Será mesmo a escola com melhores resultados no Enem a melhor escola do país? Será justo igualar os resultados de um colégio financiado por recurso federais, situado dentro de uma universidade de ponta, aos de outros colégios públicos brasileiros?

Na concepção habermesiana, a produção jornalística é orientada por interesses privados e,

após a conversão da imprensa de opinião em jornais organizados como empresas, a questão do interesse público sempre esteve presente no discurso dos jornalistas. Por isso, é relevante considerar o “grau de vendagem” dos resultados do Enem, ao perceber toda a sua propagação nos veículos jornalísticos. Dessa forma, pode-se perceber que o jornalismo está cada vez mais associado ao mundo da vida cotidiana, de forma que o jornalista esforça-se em identificar quais temas, pessoas e interesses revelam-se mais interessantes para os consumidores de informação (LUBENOW, 2007).

Assim, a problemática se encontra no caráter apenas informacional colocado tanto por parte dos órgãos encarregados quanto pela própria imprensa, de forma que a funcionalidade do Enem transforma-se na criação de um grande ranqueamento nacional e a divulgação dos resultados no Enem pela mídia compara resultados provenientes de realidades diferenciadas, tomando como base padrões desiguais. A utilização de expressões como “chega ao topo”, “seleção mais disputada”, “melhor e pior” aparecem em 90% das matérias. A disparidade entre escolas públicas e privadas foi também bastante evidenciada na dicotomia “melhor e pior”. A palavra “ranking” apareceu em 80% das matérias, referindo-se à colocação das instituições em nível nacional, regional ou local, mostrando resultados apenas da parte objetiva da prova ou da redação, ou, ainda, mostrando ranking de públicas e privadas separadamente.

A análise também nos permite considerar a superficialidade como característica das matérias. Em geral, estas apresentaram-se “rasas”, apresentando recortes elitistas e óbvios, de modo que em nenhuma das matérias podemos perceber uma análise consistente do que é o Enem, o que ele avalia e como essas considerações podem implicar a problemática da realidade escolar. Sendo assim, apesar da realização de muitas pesquisas que apontam para a insuficiência de se medir e avaliar o ensino, os exames que se propõem a fazê-lo, como o Saeb, o Enem e o Enade, vêm ganhando cada vez mais notoriedade perante o público, tornando estudantes e professores reféns de uma “competição” generalizada e desigual. (CUPOLILLO, 2007).

Percebemos, então, que os meios de comunicação atuam ratificando a lógica de mercado no campo educacional, em que a “eficiência” é medida exaustivamente por exames que têm como finalidade explícita o ranqueamento institucional. As escolas assumem papel de concorrentes, de modo que podemos perceber um deslocamento das responsabilidades do Estado para uma dimensão individual, em que cada escola é responsável por seus resultados.

A mídia assume, neste contexto, o papel de aparelho privado de hegemonia (GRAMSCI, 2010; MORETZSOHN, 2007), atuando na sociedade civil como promotora de um senso comum na construção de uma opinião pública acerca do sentido de educação e de melhor escola. O que está em jogo é a capacidade de impor um consenso ao grupo, estabelecendo um sentimento de unidade. Neste sentido, evidencia-se a reprodução do pensamento neoliberal na atuação dos meios de comunicação, entendendo que o próprio exame vem trazendo a lógica dual (teórico e prática) para a educação ao empreender a lógica de competências e habilidades, ranqueamento institucional e autonomia das escolas, criando uma espécie de “mercado educacional” (RICHTER, 2010; ZANCHET, 2007).

A mídia e a tessitura das identidades

A perspectiva semiótica, no trato com temas culturais, estuda os textos com as significações por eles e neles constituídas e geradoras de novos sentidos, como a construção das identidades. Como noção de identidade, entendemos que esta se estabelece entre o plano da expressão e o plano do conteúdo, ambos constituídos como forma. A condição inicial para a construção de identidades é estar em sociedade, pois esse processo não se configura como singular ou isolado. Ele existe, contudo, nas dimensões individual e coletiva e, para que a identidade seja construída, o domínio e o partilhamento da identificação são indispensáveis.

O conceito de reconhecimento é fundamental para se tratar a questão da identidade, uma vez que esta é construída por meio de um jogo do reconhecimento formado por dois polos – o do autorreconhecimento (como o sujeito se reconhece) e o do alter-reconhecimento (como é

reconhecido pelos outros). Existe, então, uma dimensão social e moral na construção de identidades, o que implica o reconhecimento do outro, podendo ser considerada como um espaço que agrega, além das semelhanças, também os conflitos, de forma que o idêntico e o oposto passam a ser considerados próximos na construção das identidades sociais. Hall (1990) considera impossível pensar a construção de identidades como resultante somente do partilhamento de pontos comuns, ou de contrastes e oposições.

Entendemos a identidade como algo em permanente construção e negociação com a realidade, portanto, a dimensão em que ela é construída não pode ser considerada estática e pronta, mas sim permanentemente interligada à sociedade.

No caso aqui analisado, percebe-se a formação da identidade do Coluni na dimensão individual em relação aos alunos, ou melhor, a cada aluno, que identifica a instituição escolar como uma excelência em ensino. O aluno traz consigo as experiências e o conhecimento sobre o colégio, o que o faz perceber-se inserido no discurso veiculado sobre este Colégio.. Entendendo que os alunos formam um grupo, na dimensão coletiva, a identidade referente ao Coluni é construída na medida em que o discurso ratifica a realidade vivenciada pelos alunos, assim como pelos demais membros da instituição, o que pode ser verificado na concepção de formação de identidades para Bourdieu (1989). De acordo com o autor, as identidades estabelecem relações com o caráter performativo do discurso, entendendo este como prática de institucionalização, de objetivação da realidade, mas que requer autoridade reconhecida do enunciador, existindo em função do reconhecimento dos outros. Assim, o discurso da mídia constrói o *status* de melhor colégio acerca do Coluni, reconhecido como verdadeiro pela sociedade.

As noções das identidades pessoal e social estão interconectadas, permitindo-nos tomá-las como dimensões de um mesmo e inclusivo fenômeno, situado em diferentes níveis de realização. Considerando de forma mais abrangente o público atingido pelo discurso midiático acerca do Coluni, é relevante apontar que esse auditório passa a conhecer o colégio pelas descrições e pontuações colocadas nas matérias jornalísticas. O melhor do país, para o grande público, é resultado da prova do Enem, do discurso veiculado pela mídia, já que o sentimento de pertencimento é configurado apenas pelos indivíduos inseridos em um contexto determinado.

Contudo, uma memória coletiva criada em torno da excelência do Coluni pode refletir sobre a construção de identidades. Isso acontece na medida em que o discurso midiático ratifica as informações veiculadas, o que pode acontecer em um mesmo período temporal, consequência da repetição e similaridade nos veículos de comunicação, ou ainda em períodos temporais diferenciados. (ENNE, 2004).

Sendo assim, os meios de comunicação, como os demais processos educativos convencionais, exercem um papel pedagógico sobre o seu público-alvo, ratificando as concepções culturais e modelos educacionais preestabelecidos e, desse modo, participando da tessitura das identidades (do colégio e dos alunos) por meio de seus recortes jornalísticos.

O estudante do Coluni: entre o incentivo e o fardo do sucesso

Dando continuidade à linha de raciocínio que rege este debate, deslocamo-nos das discussões mais amplas para buscar o cerne da questão em um plano micro: o reflexo de tais resultados sobre os alunos da instituição em questão. Estudar no melhor colégio de ensino médio público do país, e num dos dez melhores considerando também a rede privada, é motivo de orgulho, motivação, pressão, cobranças? Quem são esses alunos? Por que escolheram estudar no Coluni? Como se preparam? Como é sua rotina? Como são seus hábitos? O que significa fazer parte do melhor colégio de ensino médio público brasileiro?

É relevante considerar que esta pesquisa é pautada no entendimento da vivência dos alunos e em suas relações com o colégio, considerando o entendimento destes, suas experiências e vivências no Coluni e o juízo de valor que fazem sobre as instâncias dessa instituição. Para isso, foram realizadas entrevistas com 15 ex-alunos do colégio, formados nos anos de 2006, 2007, 2008, 2009 e 2010. A periodicidade em referência justifica-se diante dos primeiros cinco anos em que o Coluni se destacou

no Enem como melhor escola pública do país. Os nomes apresentados na análise são fictícios, sendo atribuídos o nome inicial Maria para definir o sexo feminino e João para o sexo masculino.

Para a análise de tais entrevistas foram criadas três categorias de análise: a preparação para o Coluni; a organização/ metodologia do colégio; e o perfil do estudante do Coluni.

A preparação para o Coluni

Entre os 15 entrevistados, sete deles (46,6%) são naturais de Viçosa e os demais são de cidades mineiras, sendo a maioria da região da Zona da Mata, onde o colégio também é reconhecido por sua trajetória de sucesso há décadas. A tradição do colégio na região e laços familiares (parentes que já estudaram no colégio) são as formas mais evidentes pelas quais os entrevistados conheceram o Coluni.

Os alunos naturais de Viçosa, principalmente, tendo a tradição de excelência do colégio mais enraizada, convivem com uma maior “cobrança” em fazer parte do colégio. Desde o ensino fundamental, é comum que as próprias escolas da cidade incentivem e despertem ainda mais o desejo de estudar no Coluni. Várias escolas chegam a divulgar o número de seus estudantes que foram aprovados no Coluni. A divulgação pode ser compreendida como uma estratégia de marketing da escola para atrair alunos.

De acordo com a amostra, um número significativo dos estudantes (53,3%) faz a opção de repetir o primeiro ano do ensino médio no Coluni, ou seja, quando não aprovados na primeira seleção, os alunos continuam estudando para o exame, e ao mesmo tempo cursam o primeiro ano em outra escola. Por que um estudante atrasaria em um ano o ensino médio para estudar no Coluni? Essa foi a indagação feita aos estudantes quando apontavam o fato. Como respostas obtivemos o “ideal” em estudar no Coluni pautado na tradição do colégio, a obrigação de fazer parte da instituição, a influência dos pais, o *status* de ser um aluno do Coluni, as melhores possibilidades em ingressar em uma instituição federal e a influência dos amigos.

A preparação para o exame de seleção do Coluni também deve ser apontada, uma vez que 13 dos entrevistados (86,6%) fizeram cursinhos preparatórios. Na cidade de Viçosa, cursinhos nas versões semestral e intensiva são oferecidos. Como objetivos dos estudantes em ingressar no Coluni destacam-se a preocupação em passar em um vestibular concorrido, a insatisfação com os demais colégios da cidade em que residiam e o próprio *status* que o colégio proporciona. Pode-se perceber que os alunos têm interesses e objetivos a serem cumpridos em longo prazo, que no caso são representados pelo vestibular e pela universidade. Tais pressuposições justificam o investimento em escolas particulares desde o ensino fundamental, observado nesta pesquisa, em que apenas 13,3% da amostragem estudou em escola pública.

Organização/ Metodologia

Questionados sobre os professores do colégio, todos os alunos apontam que eles têm excelente formação e preparação em suas respectivas áreas, tendo qualificações como mestrado e doutorado. Entretanto, são alvos de muitas críticas em relação à didática e ao empenho como professores dentro da sala de aula. O comportamento destes, adotando uma postura comumente universitária, ou seja, mais rígida, é estranhado pelos adolescentes, que estão acostumados com realidades diferenciadas.

Percebemos que os alunos se confundem em relação à atuação do professor em sala de aula. A didática é criticada, contudo o método de avaliação é contemplado, ainda que considerado com elevado grau de dificuldade. Esse grau de dificuldade é visto por eles como uma forma de intensificar os estudos nas disciplinas, de treiná-los para o vestibular e de prepará-los para o ritmo da universidade.

A metodologia de avaliação do colégio comporta trabalhos e provas, com ênfase nestas, feitas de forma bastante tradicional. São realizadas em semanas específicas, previamente marcadas, sendo que cada dia da semana tem em média duas provas de matérias diferentes. O ritmo, considerado

estressante pelos entrevistados, depende de um planejamento de estudos muito regrado e constante. Apesar de as provas configurarem a principal forma de avaliação do colégio, alguns trabalhos ganham notoriedade dentro da escola, envolvendo de forma criativa todos os estudantes, além de promover a integração com cursos da UFV.

Outra característica apontada pelos alunos é o direcionamento e até mesmo a prioridade do colégio para áreas de exatas e biológicas, principalmente de exatas. Os alunos entrevistados que atualmente fazem cursos da área de humanas contam a experiência do Coluni como negativa neste sentido, pois o investimento do colégio fica predominantemente voltado para as disciplinas de exatas.

O estudante do Coluni

De acordo com Paes (2010), desde o período de sua criação, o Coluni tinha objetivos que viriam a traçar as particularidades de seus alunos. A educação preparatória para a entrada no ensino superior não era apenas uma característica declarada da escola, mas também uma determinação encontrada no próprio regimento do colégio, escrito em 1971.

Integração secundarista ao meio universitário, assim como, completar ao mesmo tempo o ensino de 2º grau dos alunos que nele se matricularem, levando em conta as necessidades qualitativas e quantitativas de recrutamento da UFV. (Mimeografado, Arquivo do Registro Escolar, COLUNI/UFV).

O Coluni era, então, responsável por formar estudantes que suprissem intelectualmente as demandas da UFV. O objetivo estabelecido era instruí-los para que obtivessem sucesso no vestibular e elevassem o nível dos cursos de graduação. Isso seria possível com a passagem pelo “primeiro ciclo”, uma espécie de etapa introdutória ao terceiro grau, vivenciada dentro dos limites do colégio universitário (Barbalho, 2008). Essa formação não acontecia apenas em relação aos conteúdos transmitidos nas aulas, as quais eram ministradas inicialmente por professores dos departamentos da universidade. Além de aprenderem conteúdos específicos e próximos ao que iriam encontrar na graduação, a vida levada pelos alunos do Coluni era muito semelhante à universitária.

A proximidade com a vivência universitária continua como uma característica marcante do colégio nos dias atuais. Ao entrar nesse novo contexto, muitas mudanças nos hábitos e na rotina dos estudantes acontecem. Um dos aspectos mais apontados pelos entrevistados refere-se ao tempo disponibilizado ao estudo, que passou a ser maior e melhor organizado na maioria das vezes. Ainda que os estudantes do Coluni apresentem quase sempre um histórico de alunos estudiosos, interessados e responsáveis, o colégio demanda um nível mais elevado de exigência.

As mudanças, entretanto, não se restringem apenas ao tempo direcionado aos estudos. Uma considerável parcela dos alunos que ingressam no colégio vem de outras cidades, de forma que passam a morar, na maioria das vezes, em repúblicas. As responsabilidades e a independência aumentam consideravelmente, o que pode ser considerado um fator determinante no processo de amadurecimento dos estudantes. Outro fator que merece destaque são os laços criados entre os estudantes. O tempo destinado aos estudos e ao colégio e, ainda, em muitos casos, a ausência dos pais, são fatores que criam condições de maior proximidade, sendo os estudantes da instituição considerados como “família Coluni”.

O início da terceira série, por sua vez, diminuiu de forma significativa o tempo destinado ao lazer. É chegado o momento em que os conhecimentos do aluno serão testados e seu futuro começa a ser traçado. A escolha do curso e das instituições de ensino para as quais prestarão o vestibular é considerada pelos estudantes uma das decisões mais importantes do período, uma vez que se sentem obrigados a ingressar em cursos renomados em universidades importantes. Com base na fala dos alunos, percebe-se que o histórico de sucesso do Coluni, com aprovações nas melhores universidades do país e em cursos de elevada concorrência, como as engenharias, direito e medicina, contribui para reforçar um estereótipo diferencial de “aluno do Coluni”.

O vestibular

O vestibular apresenta-se como um marco na vida do estudante, um ritual de passagem, representando a mudança de etapa, a entrada na vida adulta. Contudo, as expectativas criadas em torno dessa mudança de fase são vivenciadas com certa duplicidade, uma vez que o vestibular pode incluir ou excluir, dependendo dos resultados. De acordo com Bianchetti (1996), o vestibular traz ao aluno um sentimento de perda muito grande e uma necessidade de assumir autonomamente a sua nova identidade. Por isso, o vestibular pode ser considerado um fator estressor para o jovem, uma vez que o período de preparação para os testes é muito exaustivo. Se passar em um vestibular de renome já é uma cobrança, o medo de não passar em algum vestibular é ainda mais preocupante. Mesmo aprendendo que o fracasso faz parte da vida, esse é um sabor que ninguém realmente quer provar.

O orgulho é um sentimento que faz parte de toda a trajetória dos alunos do colégio universitário, em cada momento manifestando-se de uma forma diferente. Para os estudantes que vieram de outras cidades, pesa a possível frustração dos pais, parentes e até mesmo dos conhecidos, que confiaram na capacidade do jovem que veio para estudar na melhor escola pública do país.

A obrigação de passar no vestibular de onde já se estuda é ainda maior do que a de conseguir sucesso em outros lugares. Como os alunos já frequentam o *campus* e suas instalações e se relacionam com os jovens da graduação, ser reprovado nos vestibulares, sobretudo no da UFV, é considerado por eles motivo de vergonha e desapontamento.

Tinha apreensão. Medo na hora da prova eu não tinha não. Eu era muito tranquila. Mas eu tinha medo de não passar. Eu já tinha voltado um ano. Aí eu ficava meio apreensiva por causa disso, e além do mais, também, como eu era aluna do Coluni, eu tinha que passar, né?! (Maria Antônia)
Tinha muito medo. Muito! Porque você sabe que todo mundo vai passar, e se você não passar você vai ser a porcentagem negativa do seu ano que não passou. É muita pressão! Por estudar no Coluni, todo mundo acha que você tem a obrigação de passar no vestibular.” (Maria Linda)

Por meio das falas transcritas anteriormente percebe-se que o medo é um sentimento presente de forma expressiva nos relatos dos ex-estudantes no que se refere ao vestibular. O medo, entretanto, não estaria direcionado à prova em si, mas aos resultados.

O vestibular era um bicho muito feio. A minha ansiedade maior era com os resultados na verdade. Não era na hora de fazer. E foram os resultados dos vestibulares que me desesperaram. Eu só passei aqui e passei pelo Pases porque o meu ponto de corte não daria pra segunda fase. (Maria Cláudia)

Ser estudante do Coluni cria expectativas. Os pais confiam na excelência da escola e no potencial do filho, e essa “certeza” em relação ao sucesso deste no vestibular acaba se configurando como uma cobrança, e o aluno tem medo de causar decepções. No colégio, que é considerado o melhor do país, as histórias de sucesso estão por toda a parte. O percentual de aprovações chega a 85%; o aluno do Coluni é considerado o aluno para a universidade pública.

Esse sentimento de confiança é, muitas vezes, absorvido pelo próprio estudante, que cria ainda mais expectativas e cobranças em torno do seu rendimento, o que se reflete em ansiedade, tensão e medo. Entretanto, em alguns casos, os alunos consideram que sua autocobrança seria a mesma, independente da instituição em que estivessem estudando. O que muda de forma mais significativa são as expectativas dos outros em torno dos resultados, uma vez que, quando um aluno não passa no vestibular, passa a representar uma minoria, uma exceção.

Cem por cento da amostra escolheu universidades públicas, sendo a maioria delas

universidades de renome nacional. Na amostra, 40% dos alunos optaram por cursos da área de ciências biológicas, 40% da área de humanas e 20% da área de exatas. Ainda de acordo com a amostra, 20% deles não passaram no primeiro vestibular.

De acordo com as entrevistas, não existe uma cobrança direta da administração e dos professores do Coluni em relação aos resultados dos alunos. Contudo, pode ser percebida uma cobrança intrínseca sobre o rendimento dos alunos nos exames de seleção. De acordo com os entrevistados, isso acontece com exemplos de ex-Colunis bem-sucedidos que vão ao colégio, com o grande índice de aprovações e com a presença cada vez mais constante do colégio na mídia, consolidando-se como um dos melhores de ensino médio público brasileiro.

Afinal, o Coluni é um fardo ou um incentivo?

Por fim, chegamos à questão problema deste trabalho. O roteiro da entrevista foi finalizado com o seguinte questionamento: você considera que o *status* de excelência do Coluni influenciou na vivência escolar? Para você, estudar no melhor colégio de ensino médio público do país foi um incentivo ou um fardo? Destacamos algumas respostas:

Funciona como os dois, mas acredito que mais um fardo. (João Carlos)

Eu acho que mais um incentivo. Os estudantes lá se sentem mais capazes. Eu acho que o estudante mesmo se pressiona mais no vestibular por ele ser aluno do Coluni. (Maria Mara)

Acho que como os dois. Mas pra mim, mais como um incentivo. Todo sonho dos estudantes e pais nativos é que o filho estude no Coluni, mas hoje a gente pode perceber que o colégio está bem mais divulgado. Principalmente por causa do destaque no Enem na mídia. (João Antônio)

Um fardo, com certeza. Porque, por exemplo, seus familiares, todos vão achar que você é muito inteligente por estar lá e conseqüentemente passam a esperar mais de você. E você chega lá dentro e todo mundo é daquele jeito, são os melhores alunos das escolas da região. Então, fica uma cobrança na cabeça das pessoas. As pessoas de fora não fazem de propósito, mas é uma mentalidade que se criou com o passar do tempo e a excelência cada vez maior e mais divulgada da escola. (Maria Clara)

É um pouco dos dois, porque nós mesmos nos cobramos muito. Mas é bom saber que a gente tem uma base boa, que está um pouco na frente dos outros. Mas tem uma pressão assim, de ser o nosso ano que vai tirar o Coluni da posição dele. (Maria Lúcia)

Para compreender essa questão, é interessante frisar que estes são alunos que possuem um histórico de sucesso escolar, contudo, quando entram no Coluni, deparam-se com uma realidade diferenciada. Se em seus antigos colégios eram acostumados com o destaque, no Coluni se deparam com alunos tão capacitados quanto eles, ou mais. Tal fato pode impulsionar a ideia de competitividade e cobrança por parte dos alunos, o que, por vezes, pode interferir de forma negativa em seu estado emocional. O sentimento de “emburrecimento” foi colocado por muitos dos entrevistados, na medida em que se deparavam com a sensação de negação, de não corresponder às expectativas deles mesmos e dos familiares e amigos. A sensação é supostamente amenizada com a adaptação ao ritmo do colégio, sendo que aparece de forma mais expressiva no 3º ano, quando a cobrança dos resultados dos processos seletivos se torna uma realidade, configurando, assim, um fardo.

Sintomas como dores de cabeça e sensação de cansaço foram alegados por 80% dos entrevistados. Tais sintomas eram mais recorrentes nas semanas de prova e, ainda, nas datas

próximas aos exames de seleção. Problemas de saúde como infecções e dores musculares foram apresentados, sempre com diagnósticos médicos apontando para problemas emocionais.

Em 66,6% da amostra foi colocada a coexistência de um paradoxo entre a segurança e a insegurança, o fardo e o incentivo provocados pelo colégio. Simultaneamente, o aluno é confiante, sente-se capaz, pois estuda em um colégio de renome que lhe dá segurança, mas, por outro lado, também é inseguro em relação ao seu rendimento, sentindo-se mais cobrado. Neste sentido, não se pode perceber clareza nessas respostas.

É válido, contudo, notar que essa pergunta é a última do roteiro de entrevistas e, durante esta, os alunos foram convidados a refletir sobre seu comportamento na escola, suas angústias, emoções, manifestações corporais e posicionamentos, para então, em uma espécie de análise da própria trajetória no Coluni, depararem-se com a indagação final.

Percebemos que uma visão mais “otimista” do colégio, que acredita ser um incentivo, está ligada ao sentimento de orgulho de fazer parte do Coluni. A ideia de fardo está mais ligada aos alunos que se sentem mais cobrados ou que cobram mais de si mesmos. Contudo, de uma forma geral, pode-se compreender que o sucesso do colégio funciona tanto como um fardo quanto como um incentivo. Um incentivo no sentido de estar, de acordo com os parâmetros avaliativos, comparativamente na frente dos demais, de ter mais chances de ingressar em uma universidade pública. E um fardo quando essas maiores possibilidades carregam consigo a exigência de serem concretizadas.

Por fim, compreendemos que a tradição de sucesso e a divulgação da imprensa contribuem para a concepção que os próprios alunos do Coluni criam sobre si mesmos: alunos mais qualificados que o geral, em uma instituição renomada e que, necessariamente, terão sucesso. A exigência e o medo de frustrar expectativas acompanham essa autoidentificação como “aluno de excelência”, tornando a vivência escolar tensa e competitiva.

Considerações finais

Este trabalho teve como objetivo fazer um atravessamento das questões que envolvem o *status* de melhor colégio de ensino médio público brasileiro. O caminho percorrido teve início no histórico do Coluni e em suas modificações ao longo do tempo, considerando o contexto de Viçosa. O segundo passo foi identificar os espaços nos quais seu discurso de excelência era criado e disseminado, em que identificamos os meios de comunicação no que se refere à espetacularização das informações, bem como os fortes traços da cultura local. Por isso, como posto ao longo do artigo, a análise de material midiático e as entrevistas semiestruturadas com ex-alunos do colégio buscaram compreender como é construída a percepção do Coluni para os alunos que já passaram por tal experiência escolar. Seria um fardo ou incentivo o sucesso da escola?

O colégio foi tradicionalmente criado para formar alunos de “alto nível” para o ensino superior, objetivo que, ainda que remodelado ao longo dos anos, conservou o cerne da excelência. Desse modo, considerando a realidade de uma cidade interiorana mineira de aproximadamente 80 mil habitantes e que abriga uma grande universidade, o colégio de aplicação é sinônimo de grandes oportunidades e de notoriedade para os alunos. Tal fato é responsável por tornar o colégio o foco de adolescentes e suas famílias. Não apenas a qualidade educacional é procurada, mas também o *status* de fazer parte do Coluni.

Essa percepção de excelência ganhou mais força na última década, principalmente nos anos em que o colégio ocupou lugar de destaque em rankings criados pela mídia com os resultados do Enem, o que indica a relevância dos meios de comunicação no processo de construção de identidades – dos alunos e do colégio –, bem como uma opinião pública sobre a qualidade educacional no Brasil.

Compreendemos que, apesar de funcionar como um “incentivo”, a excelência do colégio traz uma espécie de “fardo” consigo, o que tem maior expressividade no cotidiano do alunado, considerando a idade, o dilema da profissão, a aprovação e as expectativas. Esse fardo pode ser verificado pelos sinais corporais e comportamentais dos alunos. O período da adolescência,

biologicamente identificado como permeado por tensões, associado às demandas por uma maturidade precoce no colégio, tornam a experiência de um aluno de excelência marcada pela ansiedade e pelo alto nível de cobrança. Contudo, os alunos, apesar de identificarem o período com tais características, entendem que o Coluni contribuiu muito para que ingressassem na universidade, o que demonstra a “eficácia” do colégio em “fazer passar no vestibular”, característica complementar ao slogan do colégio de aplicação da UFV, que é “preparar o aluno para a vida”.

Longe do intuito de desqualificar a instituição, este trabalho buscou problematizar o que é um colégio de excelência nos padrões estabelecidos atualmente, a importância da mídia na construção desse conceito, a realidade de seu alunado, e, ainda, atentar para outra problemática, mais abrangente: a forma de ingresso nas universidades. “Escolas de qualidade” estão sendo igualadas a “escolas com altos índices de aprovação” nos processos seletivos.

Finalizamos, contudo, com a clareza de que os rankings comparam realidades distintas, e que o conceito de excelência, incessantemente divulgado pela mídia, não corresponde aos ideais de uma educação emancipadora e democrática que realmente torne cada cidadão um dirigente. (GRAMSCI, 2010).

Referências

BARBALHO, Duarte Magalhães. *O colégio de Aplicação Cap-Coluni da Universidade Federal de Viçosa: Histórias de Sucesso. (Memórias e Identidades)*. 2008. 162f. Dissertação (Mestrado Educação), Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora.

BIANCHETTI, Lucídio. *Angústia no Vestibular: Indicações Para Pais e Professores*. Passo Fundo, RS: Editora Universitária, 1996.

BOURDIEU, Pierre. *O poder Simbólico*. Lisboa: Difel, 1989.

CUPOLILLO, A.V. *Corporeidade e conhecimento: Diálogos necessários à Educação Física e à escola*. Niterói, Editora UFF, 2007.

DARNTON, Robert. *O beijo de Lamourette*. Trad. de Denise Botmann. São Paulo. Companhia das Letras, 1990.

GRAMSCI, A. *Cadernos do cárcere: os intelectuais; o princípio educativo; jornalismo*. v. 2. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.

ENNE, Ana Lúcia S. Memória, Identidade e Imprensa em uma perspectiva relacional. *Revista Fronteiras- Estudos midiáticos*, n.2, p.101-116, jul./dez.2004.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 1990.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia*. São Paulo: Ed.EDUSC, 2001.

LUBENOW, Jorge Adriano *A categoria de esfera pública em Jürgen Habermas*. Campinas: Instituto de Filosofia e Ciências Humanas - Unicamp, 2007.

MORETZSOHN, Sylvia. *Pensando Contra os Fatos: jornalismo e cotidiano do senso comum ao senso crítico*. Rio de Janeiro: Revan, 2007.

PAES, Lorena Tolomelle da Silva. *Informação na malhação: uma discussão da qualidade informativa aos olhos dos estudantes do Colégio de Aplicação da Universidade Federal de Viçosa – CAP/Coluni*. Viçosa, MG. Trabalho de Conclusão de Curso (Comunicação Social/ Jornalismo) –Universidade Federal de Viçosa, 2010.

RIBEIRO, M. Graças. M. Caubóis e Caipiras. Os land-grant colleges e a Escola Superior de Agricultura de Viçosa. *História da Educação (UFPEL)*, v. 10, p.105-119, 2006.

RICHTER, Leonice Matilde. As configurações da avaliação em larga escola no Brasil. In: *Anais do X Encontro de pesquisa em educação da Anped Centro-Oeste*, Uberlândia. Anais, 2010.

ZANCHET, Beatriz M. B. A. e CUNHA, Maria Isabel. Políticas da Educação Superior e Inovações Educativas na sala de aula universitária. In: CUNHA, M. I. (org.) *Reflexões e práticas em pedagogia universitária*. Campinas, S.P: Papirus: 2007.

Recebido em março de 2014
Aprovado em abril de 2014.