

A educação nas revistas: entrelaçamento entre mídia, consumo e o dispositivo neoliberal¹

Vera Regina Serezer Gerzson²

Resumo

O artigo problematiza o entrelaçamento entre mídia, consumo e dispositivo neoliberal nos textos das revistas. Supõe-se que essas mídias, quando pautam a educação, não apenas publicam informações, anúncios e opiniões. As matérias que problematizam a educação estão compondo textos culturais, produzindo formas de fazer, de aprender, de ensinar e, sobretudo, de ser e de compreender o mundo. Nos textos publicados são acionados discursos que atuam como dispositivos produtivos da articulação neoliberal, pois ao mesmo tempo que ela é produzida, também cria práticas e subjetividades férteis para a sua execução e para o incremento do consumo de serviços, produtos e ações encaminhadas ao âmbito da educação. A racionalidade e as práticas neoliberais constituintes do projeto político predominante na sociedade contemporânea estão presentes nas revistas, produzindo discursos conectados com essa perspectiva. O poder e as relações de poder neoliberais apresentam-se nos textos como práticas capilares, insidiosas, incorporadas nos discursos, publicados sem conotação repressora e autoritária, mas como verdades que circulam nos espaços públicos, interagindo produtivamente com os leitores das revistas.

Palavras-chave

Educação; mídia; neoliberalismo.

Abstract

This article brings a discussion on the interface between media, consumption and the neoliberal device in magazine texts. When

they have educational subjects, these kinds of media are supposed to offer not only information, advertising and opinions. The texts in which education is discussed make up cultural texts, producing ways to do, learn and teach things and, most importantly, ways of being and understanding the world. The published texts bear kinds of discourse that work as mechanisms to produce neoliberal arguments: while they are produced, they also create useful practices and subjectivities for their execution and for the increase on the consumption of services, products and actions in the field of education. The rationality and neoliberal practices that constitute the prevailing political project in society today are present in magazines, producing a discourse that is consonant with this perspective. Neoliberal power and power relations are in the texts like slender, insidious practices, embedded in the published discourse without any repressive or authoritarian sense. They appear like truths that go around in public spaces, in productive interaction with readers.

Keywords

Education; media; neoliberalism.

Leituras sobre educação: racionalidades e práticas produtivas ao dispositivo neoliberal nas revistas

Na composição da música “Alegria, alegria”, Caetano Veloso já mencionava a curiosidade pela quantidade de revistas editadas, cantando “O sol nas bancas de revista me enche de alegria e preguiça.

1 Este texto resulta da mesa-redonda intitulada Educação na Cultura da Mídia e Consumo proferida durante o V Seminário O Professor e a Leitura do Jornal, ocorrido em julho de 2010, na Unicamp.

2 Jornalista, relações-públicas, doutora em Educação, professora e pesquisadora da FABICO/UFRGS, coordenadora da área de relações públicas do DECOM/FABICO/UFRGS, coordenadora do Projeto Comunicação e Atendimento ao Cidadão. E-mail: vgerzson@uol.com

Quem lê tanta notícia?”. Ainda hoje, apesar da crescente diversidade de produtos culturais e dos recursos eletrônicos, as revistas permanecem como mídia de circulação ampla. E a quantidade de bancas de revistas presentes nas cenas urbanas sinaliza sua aceitação pública.

O consumo de revistas acompanha a competitividade e a necessidade de manutenção de vendas, administrada pelo *marketing*, aplicando estratégias de vendas diversificadas. O oferecimento de brindes, sem qualquer conexão com a edição (copos, bolsas, chinelos, mochilas etc.), a assinatura econômica de mais de uma revista da mesma editora, os descontos maiores para antigos assinantes, os parcelamentos na compra e assinaturas pelo dobro do tempo são atraentes vantagens apresentadas para os leitores. Manusear páginas coloridas, ilustradas, exerce fascínio nos habituais compradores, que são entregues ao encantamento e à descontração de textos capazes de seduzir e abstrair o pensamento, seja na leitura linear, seja no virar aleatório das páginas.

O passeio do olhar, nas revistas ditas noticiosas, permite o saltar da leitura entre reportagens sobre catástrofes mundiais, notícias econômicas e fofocas sobre celebridades, constituindo para o leitor o panorama das informações consideradas importantes na semana. São textos agradáveis, com mais recursos do que os textos de jornais e menos informações do que os livros, usados para preencher o tempo ocioso quando lidos nos aeroportos, nos salões de estética, nos consultórios médicos, nos transportes públicos, nos parques ou na sala das residências. Os títulos, as fotografias, as legendas, os gráficos, as figuras e outros artifícios complementam o entendimento dos textos, facilitando a compreensão e a interpretação do que é publicado, sem grandes esforços de concentração.

As revistas também estão nas bibliotecas públicas, nas residências dos colecionadores, contando histórias, trazendo opiniões e informações. Elas registram os fatos considerados relevantes e pausam as discussões públicas sobre política, cultura, economia, moda, esporte, saúde, tecnologia e educação, entre outras. O que acontece

no mundo pode ser lido e relido, estudado, pesquisado e *revistado* nessas publicações.

Pesquisadores de diferentes campos têm utilizado revistas como objeto analítico e, independentemente da perspectiva teórica adotada, elas são consideradas artefatos culturais que operam na conformação cultural em que circulam. Quando as revistas abordam a educação, dão visibilidade ao universo educacional. E, além de informar, noticiar, cumprem outras funções por meio dos fatos, opiniões e dados que apresentam, constituindo sentidos e significados nas mensagens que divulgam.

Neste artigo, enfatizo esse caráter produtivo das revistas. Quando tratam da educação, algumas matérias jornalísticas tornam-se espaços em que a lógica neoliberal é destacada, praticada e colocada em circulação, entrelaçando nessas mídias a prerrogativa do consumo de racionalidades, práticas e produtos interessantes ao dispositivo neoliberal.

Na tese de doutorado, *A mídia como dispositivo da governamentalidade neoliberal*: os discursos sobre educação nas revistas *Veja*, *Época* e *IstoÉ*,³ procurei demonstrar que a racionalidade e as práticas neoliberais, que constituem o projeto político predominante nas sociedades contemporâneas, têm materialidade no texto das revistas, produzindo discursos e enunciados conectados com essa perspectiva. Analisando textos sobre educação em revistas semanais autodenominadas informativas ou de notícias, busquei compreender e mostrar como as relações de poder das políticas neoliberais tornavam-se práticas capilares, insidiosas, incorporadas nos discursos publicados. Tentei mostrar o entrecruzamento que essas mídias fazem da governamentalidade neoliberal e da educação, sem conotação repressora e autoritária, mas como verdades que circulam nos espaços públicos, interagindo produtivamente com os leitores e as leitoras das revistas semanais de notícias.

Neste artigo, tenho o objetivo de ilustrar, com algumas matérias mais atuais, como o registro neoliberal continua presente nos dis-

3 Orientado pela dra. Marisa Vorraber Costa e apresentado pela autora deste artigo ao Programa de Pós-Graduação em Educação da UFRGS, na linha de Estudos Culturais e Educação em 2007, o estudo utilizou, como *corpus* de análise, textos e imagens que abordavam a educação, publicados entre os anos 2003 e 2005 nas três maiores revistas brasileiras autodenominadas informativas: *Veja*, *IstoÉ* e *Época*.

cursos que tratam da educação. Continuo entendendo as revistas como operadoras de “pedagogias culturais”, nas quais conhecimentos e saberes circulam e o poder é organizado e difundido (STEINBERG; KINCHELOE, 2001). Materiais jornalísticos geralmente são lidos e relidos, discutidos, dispensados ou até mesmo arquivados como registros históricos. Servem de leitura para assinantes e leitores esporádicos, mas também são utilizados como material de pesquisa e até como subsídio em salas de aula.

Ao estudar a temática da educação nas revistas, na perspectiva da análise cultural, as mídias são pesquisadas e entendidas como produtoras de conhecimentos e constituidoras de identidades culturais. Quando as revistas tratam do universo educacional, seu poder constitutivo está em marcar, mencionar, noticiar fatos e informações que dão sustentação ao modelo neoliberal, ensinando qual é o papel da educação e dos sujeitos na concepção política, econômica, social e cultural predominante nas sociedades contemporâneas. Como na tese que desenvolvi, procuro aqui mostrar a maneira pela qual os discursos das revistas operam como via de circulação e instrumento de articulação das relações de poder-saber produzidas pela política neoliberal. Analiso cinco revistas,⁴ cujas matérias de capa e reportagens principais envolvem a temática da educação, demonstrando que a produtividade política da articulação neoliberal nas revistas continua presente e que, ao mesmo tempo que ela é produzida, também cria práticas e subjetividades férteis para a sua execução.

Nas reportagens, nos artigos, nas propagandas, nas informações, nas notas e nos demais gêneros jornalísticos, quando as matérias problematizam a educação, elas compõem textos culturais que produzem formas de fazer, de aprender, de ensinar e, sobretudo, de ser e de compreender o mundo. Os meios de comunicação instituem-se a si mesmos como espaço e tempo dos acontecimentos e, quando circulam, eles atravessam e ocupam os espaços públicos, interagindo na constituição da opinião pública, nas decisões e nas concepções sobre muitos campos de saber, entre eles a educação.

Na leitura das revistas, utilizo a análise de discurso, na abordagem foucaultiana, que considera as palavras e seus sentidos estabele-

lecidos discursivamente, sem tomar os discursos como indicadores de sentidos profundos, mas ligados ao campo prático no qual eles são desdobrados. Não tenho a preocupação de traçar comparações entre as revistas e seus textos, nem de quantificar a publicação das matérias que pautam a educação escolar. Sigo o que diz Foucault:

[...] o que me interessa, no problema do discurso, é o fato de que alguém disse alguma coisa em um dado momento. Não é o sentido que eu busco evidenciar, mas a função que se pode atribuir uma vez que essa coisa foi dita naquele momento. Isto é o que eu chamo de acontecimento. (FOUCAULT, 2003, p. 255).

Trato os textos publicados nas revistas como acontecimentos discursivos e os discursos por elas veiculados como uma série de acontecimentos, procurando relacionar e descrever como eles mantêm ligação com o projeto neoliberal de sociedade. Veiga-Neto diz que a análise do discurso numa perspectiva foucaultiana não deve partir de uma suposta estrutura ou de um sujeito-autor, que seriam anteriores aos próprios discursos e que se colocariam acima desses.

Não se trata, também, de analisar os discursos como indicadores de sentidos profundos ou de determinadas individualidades intelectuais ou psicológicas, materializadas nesse ou naquele autor, inscritos, por sua vez, nessa ou naquela instituição. Trata-se de analisá-los tendo sempre em vista que é por “uma certa economia dos discursos de verdade [que] há possibilidade de exercício de poder”. Nesse sentido, aquele que anuncia um discurso é que traz, em si, uma instituição e manifesta, por si, uma ordem que lhe é anterior e na qual ele está imerso. (VEIGA-NETO, 2003, p. 119-120).

Assim, o discurso é abordado sem ser confundido com fala, oratória, frases, enunciações, mas é, ele mesmo, uma prática constituidora de outras práticas e é constituído no interior delas. No campo dos estudos foucaultianos, o que importa é descrever as regras de formação ou as condições de possibilidade em que os enunciados são instituídos. Como argumenta Foucault (1986, p. 24), para trabalhar com a análise discursiva de que ele fala, “é preciso também que nos

4 *IstoÉ* (12 set. 2007) e *Veja* (12 set. 2007, 20 ago. 2008, 15 abr. 2009 e 11 nov. 2009).

inquietemos diante de certos recortes ou agrupamentos que já nos são familiares”.

Quando analiso os discursos das revistas, presumo que neles existiam representações sobre a educação. Ou seja, procuro em seus textos significados por meio de sua linguagem para, assim, observar como operam na compreensão da educação, instituindo maneiras de pensar sobre ela. Na leitura das revistas, assinalo a mídia como um campo discursivo, em que os discursos fazem parte de certa lógica econômica, social, cultural e política, com capacidade constitutiva de falar sobre esse campo do conhecimento.

Assim, o caráter político da mídia está na sua capacidade de disseminar discursos e informações sobre tantos temas, entre eles, a educação. Nas revistas, os textos publicados anunciam a educação, abordam sua conjuntura, atribuindo a ela poderes e saberes, por meio de práticas e racionalidades específicas. Nas análises que apresento a seguir, é possível dizer que a mídia participa no processo de compor o sistema de ensino, de acordo com o que ensina o projeto neoliberal contemporâneo de sociedade.

Harvey, quando trata da história e implicações do neoliberalismo, adverte:

Nenhum modo de pensamento se torna dominante sem propor um aparato conceitual que mobilize nossas sensações e nossos instintos, nossos valores e nossos desejos, assim como as possibilidades inerentes ao mundo social que habitamos. Se bem-sucedido, esse aparato conceitual se incorpora a tal ponto ao senso comum que passa a ser tido por certo e livre de questionamento. As figuras fundadoras do pensamento neoliberal consideravam fundamentais os ideais políticos da dignidade humana e da

liberdade individual, tornando-os como “os valores centrais da civilização”. Assim agindo, fizeram uma sábia escolha, porque esses certamente são ideais bem convincentes e sedutores. (HARVEY, 2008, p. 4).

A acolhida das práticas e do pensamento político-econômico neoliberal, desde os anos de 1970, é lembrada por Harvey (op. cit., p. 12), juntamente com suas promessas de desregulação, privatização e retirada do Estado de áreas do bem-estar. Sua hegemonia “como modalidade de discurso” (Ibidem, p. 2) passou a afetar os modos de pensamento, incorporando-se nas formas de viver e compreender o mundo. A transição do capitalismo fordista-keynesiano⁵ até a acumulação flexível, característica da globalização econômica contemporânea, trouxe inúmeras mudanças para a produção e para a reprodução do capitalismo, criando exigências que afetam a sociedade de modo geral com tanta velocidade, que suas marcas são incorporadas sem que haja tempo e condições de estabelecer resistências.

Sennet (2004) ressalta que o sistema de poder está presente nas formas compostas pela reinvenção descontinua das instituições, a especialização flexível da produção e a concentração de poder sem centralização. Com a diminuição do papel de provedor do Estado, suas atividades são privatizadas ou submetidas ao “empresariamento” disseminado em rede para toda a sociedade. Novas táticas e dispositivos enredam as instituições nessa lógica. A adesão às racionalidades e às práticas neoliberais é incorporada de forma sutil, convocando a sociedade, os sujeitos e as instituições para o atendimento das demandas e dos interesses vigentes.

As revistas são artefatos compatíveis para a circulação de valores, comportamentos e modelos. Lidas por milhares⁶ de leitores, algumas

5 Compreendido como período de expansão pós-guerra, estendido de 1945 a 1973, baseado em práticas de controle do trabalho, tecnologias, hábitos de consumo e configurações de poder político-econômico. A data simbólica do fordismo é 1914, quando Henry Ford introduz a jornada de trabalho de oito horas, com custo específico na linha de montagem de sua fábrica de automóveis em Michigan. Taylor (1911) publica *Os princípios da administração científica*, complementando as inovações do fordismo, propondo inovações tecnológicas e organizacionais para a produção em massa, com sistema de reprodução da força de trabalho e política de controle e gerência. O que distingue o fordismo do taylorismo é a visão de Ford de que a produção em massa significa consumo de massa, exigindo um novo tipo de “sociedade democrática, racionalizada, modernista e populista” (HARVEY, 1999, p. 122).

6 Segundo a Associação Nacional de Editores de Revistas (Aner), a circulação média das revistas em 2009 foi: *Veja* (Editora Abril): 1.097.485; *Época* (Editora Globo): 413.286; *IstoÉ* (Editora Três): 344.028; *Carta Capital* (Editora Confiança): a média de janeiro a novembro de 2009 foi de 31.859 (Disponível em: <<http://www.aner.org.br>>. Acesso em: 9 jul. 2010).

revistas circulam no Brasil e no exterior, oferecendo dados, informações, elogios ou críticas com discursos que buscam efeitos de veracidade e legitimidade. A pauta na educação parece ser produtiva e rentável para o mercado editorial. Como exemplo, as cinco edições cujas capas tratam dessa temática são emblemáticas para ilustrar a abordagem realizada pelas revistas sobre o universo da educação:

- A revista *IstoÉ*, de 12 de setembro de 2007, tem como capa a imagem de um menino, vestindo terno, camisa e gravata, segurando uma pasta de executivo. Abaixo do título “Profissões de futuro”, anuncia “especialistas apontam quais são as áreas mais promissoras para você construir sua carreira e como estão surgindo excelentes oportunidades de emprego em diferentes setores da economia brasileira”.
 - A capa da revista *Veja*, de 12 de setembro de 2007, traz a fotografia de uma escada apoiada na letra A. Uma mulher vestindo saia e casaco carrega uma pasta executiva e dirige-se ao topo da escada. O título “Falar e escrever certo” é posicionado na parte inferior da página; do lado esquerdo, marcadores sinalizam a pauta da matéria: “como o domínio da língua impulsiona a carreira; os dez erros de português que arruinam suas chances; a ansiedade com a nova reforma da ortografia”.
 - A capa da revista *Veja*, de 20 de agosto de 2008, apresenta a fotografia de um quadro verde e um menino de costas, escrevendo nele “O inssino no Brasiú é ótimo”. Na parte inferior da página o título “Os erros não são só dele”, seguido das afirmações “os estudantes brasileiros são os piores nos *rankings* internacionais” e “mais de 90% dos professores e pais aprovam as escolas”, anunciava a temática da reportagem.
 - A revista *Veja*, de 15 de abril de 2009, é ilustrada pela fotografia de um jovem “bixo” (careca) com a palavra vestibular, em vermelho, pintada na testa e com um X sobreposto, complementando o título “Vestibular mudou e agora?”, seguido da informação: “*Veja* responde às dúvidas principais sobre o novo sistema de seleção para o ensino superior, que já será adotado neste ano por 500 universidades brasileiras”. Para complementar, na parte inferior, a revista anuncia que na reportagem o leitor encontrará, com “exclusividade”, três questões-modelo da nova prova.
- A capa da revista *Veja*, de 11 de novembro de 2009, traz uma reportagem especial de 29 páginas sobre carreira, ilustrada pela fotografia de um jovem vestindo camisa, gravata e segurando o paletó. O jovem suspenso parece decolar para o alto, impulsionado por uma nuvem de fumaça, dando a ideia do que pretende tratar a reportagem. O título “Carreira, agora é com você!” é seguido pela informação: “O Brasil decolou e as oportunidades estão aí”. A capa anuncia que a reportagem oferece um teste para auxiliar na descoberta da vocação, além de trazer empreendedores para explicarem “a realidade da vida sem chefe”. Diz também que aborda “medicina, engenharia e direito, o que há de atraente e novo nas carreiras tradicionais” e encerra a página mencionando quais são “as profissões mais bem pagas”.

Nos textos dessas edições circulam as ambiguidades que permeiam a sociedade globalizada e as incertezas que cercam as instituições de modo geral, atingindo o mundo do trabalho e o sistema de ensino. Nessas revistas, as políticas educativas e as finalidades da educação entram em debate público e personalidades diversas são consultadas para opinar sobre a educação. Os discursos apontam o que as edições consideram distorções, analisam materiais didáticos, opinam sobre os conteúdos e a atuação dos professores, colocando-se como mentores capacitados a avaliar o ensino brasileiro e a sugerir soluções, como mostra o exemplo a seguir:

A pesquisa realizada pela CNT/Sensus e publicada nesta *Veja* marca um verdadeiro divisor de águas na história da discussão educacional brasileira. Porque aqui pela primeira vez se perguntou à sociedade brasileira – os alunos da escola pública e seus pais – qual é o tipo de ensino que ela quer. E a resposta foi clara e claramente antagônica ao sentimento de missão e às práticas dos professores: 70% dos alunos das escolas públicas acham que a função da escola pública é “preparar para o futuro” ou “ensinar as matérias”. Só 28% defendem “a formação do cidadão”. (*Veja*, 20 ago. 2008, p. 86).

O título desse artigo aponta para a pretensão da revista: “A neutralidade como dever”. As ações docentes, “as ideologias anacrônicas e os

preconceitos esquerdistas”, que a matéria afirma serem ministradas pelos professores, são alvo de escrutínio e detalhamento. Para enfatizar a falta de “neutralidade” que considera necessária ao sistema educacional brasileiro, a revista, em algumas legendas e no texto em geral, condena a “falta de neutralidade” detectada na pesquisa, posicionando-se como defensora do mercado de consumo e de suas práticas:

Lição de casa – Colégio Anchieta, em Porto Alegre: o professor pede aos alunos que questionem os “pais empresários”.

Ódio às máquinas – Na sala de aula e nos livros, a tecnologia recebe a culpa pelo aumento do desemprego no mundo.

Consumo, esse vilão – Na cartilha as sociedades de consumo se prestam a estimular a futilidade e poluem o ambiente. (Ibidem, p. 80, 82,84, *grifos* da revista).

Muitos professores brasileiros se encantam com personagens que em classe mereceriam um tratamento mais crítico, como o guerrilheiro argentino Che Guevara, que na pesquisa aparece com 86% de citações positivas, 14% de neutras e zero, nenhum ponto negativo. Ou idolatram personagens arcanos sem contribuição efetiva à civilização ocidental, como o educador Paulo Freire, autor de um método de doutrinação esquerdista disfarçado de alfabetização. Entre os professores brasileiros ouvidos na pesquisa, Freire goleia o físico teórico alemão Albert Einstein, talvez o maior gênio da história da humanidade. (Ibidem, p. 82).

As reportagens oferecem aos leitores dicas, sugestões, lições do que consideram significativo para a “ascensão profissional”, o “crescimento pessoal” (*Veja*, 12 set. 2007). Apresentam respostas aos estudantes sobre o vestibular, considerado “menos massacrante para alunos, mas [que] continua a selecionar os melhores” (*Veja*, 15 abr. 2009). Criticam a educação com base em pesquisas, classificando a educação com a afirmação “o sistema é medíocre” (*Veja*, 20 ago. 2008). E anunciam as profissões de futuro, apontando “quais são as carreiras mais promissoras e em que áreas estão surgindo as melhores oportunidades de trabalho” (*IstoÉ*, 12 set. 2007). Ou ainda anunciam “Carreira, agora é com você! O Brasil decolou e as oportunidades estão aí” (*Veja*, 11 nov. 2009).

Resultados de pesquisas, entrevistas de celebridades, especialistas, estudantes, professores, trabalhadores, empresários são chamados para dar credibilidade às afirmações publicadas. Os argumentos discursivos dos gráficos, dos depoimentos, e a ênfase em expressões estratégicas buscam dar veracidade às afirmações e são recorrentes nos recursos jornalísticos. As imagens coloridas, a qualidade e o brilho do papel, os recursos de editoração gráfica (cada vez mais facilitados e aprimorados pela tecnologia) colaboram para tornar convincentes os discursos disseminados nos milhares de exemplares semanais.

As editoras e as empresas produtoras de artefatos culturais precisam manter suas vendas e aumentar a circulação do que produzem. Os trabalhadores da comunicação precisam atender ao cumprimento de metas de vendas, inserindo-se nos planos de *marketing* e na linha editorial adotada pelas empresas onde trabalham. A lógica de mercado talvez traga desconfortos para alguns comunicadores que, durante a graduação, esperavam contribuir efetivamente para um mundo melhor, mais justo e democrático. Os espaços de esperança para os comunicadores da mídia parecem cada vez mais escassos e paradoxais. Espera-se que os espaços de reflexão crítica e de expressão não sejam definitivamente subjugados aos interesses comerciais e que outras alternativas façam frente às mídias “campeãs de vendas”, colocando sob suspeita as capturas neoliberais enredadas, destacadas e colocadas em circulação nos discursos publicados.

Capturas neoliberais: consumo, capacitação, resultados, competitividade e potência para transitar no mercado neoliberal

A reificação do mercado, gerada pela crescente diversificação e intensificação nas ofertas de produtos,

produziu, como efeito, um deslocamento do centro de gravidade (do capitalismo) *da produção* – cujo incremento era o grande objetivo do capitalismo “tradicional” – *para o produto* – cuja circulação dependerá do mercado. [...]

[Nessa transição] é claro que boa parte da modelagem pretendida pelo neoliberalismo é feita pela mídia, pelo *marketing*, pela indústria cultural etc. (VEIGA-NETO, 2000, p. 195, 197).

As novas táticas são remodeladas, atualizadas, substituídas, acompanhando as demandas da lógica empresarial. Uma tática significativa é a maximização da liberdade individual, em que o sujeito deve acreditar que é livre para escolher e responsável por seus atos e fracassos. Veiga-Neto (op. cit., p. 199) sinaliza que a exacerbação do individualismo funciona “como uma condição de possibilidade para que se dê a passagem do ‘governo da sociedade’ – no liberalismo – para o ‘governo dos sujeitos’ – no neoliberalismo”. As seleções entre as opções de produtos, serviços, racionalidades e práticas proliferam e, para sugerir escolhas, garantindo economia de objetivos – sejam institucionais, mercadológicos ou individuais –, as interpelações criativas acionam entre si a competitividade contínua.

Os jogos de competição próprios das atividades empresariais são absorvidos pelo âmbito individual. E, para que o sujeito conheça

os critérios de escolhas e saiba combiná-los para selecionar o que pensa ser melhor ou mais conveniente para si, cada um tem de não só aprender, como também ser alvo de uma grande variedade de estímulos, solicitações, apelos, sugestões etc. [...]

É dessa combinação inextrincável entre sujeição e *expertise* que vem a ilusão de que cada um é capaz de dirigir ativa e racionalmente suas escolhas; em outras palavras, a ilusão de que as escolhas pessoais são mesmo pessoais. Essa ilusão não é de natureza propriamente ideológica. Ela não decorre de uma suposta artimanha da lógica neoliberal, mas sim da própria ambivalência que a liberdade assume no neoliberalismo. (Ibidem, 2000, p. 200, 202).

A promessa de liberdade e a ilusão de potência sofrem as ambivalências da lógica neoliberal em que “somos consumidores numa sociedade de consumo. A sociedade de consumo é a sociedade do mercado. Todos estamos *dentro* e *no* mercado, ao mesmo tempo clientes e mercadorias” (BAUMAN, 2005, p. 98). O gerenciamento da liberdade pressupõe resultados considerados satisfatórios, como talento, sucesso, fama, visibilidade, distinção, fortuna, entre outros. Costa (2009, p. 23) menciona essa “obsessão contemporânea por ‘potências’ de todo o tipo”, celebradas pelos discursos midiáticos:

Perdeu-se, na sociedade do espetáculo, da mídia e do consumo, a perspectiva de projetar uma vida assentada sobre trabalho prazeroso, sobre experiências comuns compartilhadas, sobre expectativas exequíveis a longo prazo, sobre afetos preservados, sobre o equilíbrio entre razão e sensibilidade. (Ibidem, p. 25).

A educação parece ser um campo interessante para que práticas e racionalidades, como as supracitadas, sejam acionadas. Quando as revistas elogiam ou criticam a educação brasileira, convocam seus leitores para discursos que naturalizam as relações de poder neoliberais. “Carreira: agora é com você!” alerta a revista *Veja* (11 nov. 2009). Na reportagem, o periódico adverte que sucesso, salários altos e emprego dependem das iniciativas particulares. Como exemplo, traz uma atriz reconhecida, um médico identificado como “uma espécie de menino-prodígio da medicina” e um farmacêutico que “é um exemplo de sucesso meteórico”, entre outros profissionais considerados bem-sucedidos. Em outra reportagem, a *Veja* (15 abr. 2010) fala sobre as alterações processadas no vestibular, dizendo que “o novo exame é menos massacrante para os alunos, mas continua a selecionar os melhores”. Para ilustrar, apresenta um estudante que “tirou o primeiro lugar em três dos mais concorridos concursos do país: USP, Unicamp e FGV” (Ibidem, p. 71).

As prescrições de práticas e racionalidades impulsionadoras de resultados favoráveis estão presentes nas reportagens. Nelas a ênfase no sucesso é recorrente. Os sujeitos recebem dicas, sugestões, exemplos de como driblar a competição no mercado de trabalho, nos concursos, no ingresso à universidade. Nas revistas, os leitores encontram alternativas e tendências contemporâneas para vencer adversidades da lógica de mercado.

Entre as páginas das reportagens, os leitores encontram também opções de consumo que nem sempre estão relacionadas com o tema tratado. Bancos, pacotes turísticos, empresas de tecnologia, empresas públicas, automóveis, instituições de ensino e produtos educacionais das próprias editoras são oferecidos aos leitores. Entrelaçadas nos textos sobre educação, as propagandas não passam despercebidas, fazem parte do catálogo de produtos que, vinculados a um tema tão significativo, certamente recebem retornos mercadológicos.

A educação de um consumidor não é uma ação solitária ou uma realização definitiva. Começa cedo, mas dura o resto da vida. O desenvolvimento das habilidades de consumidor talvez seja o único exemplo bem-sucedido da tal “educação continuada” que teóricos da educação e aqueles que a utilizam na prática defendem atualmente. As instituições responsáveis pela “educação vitalícia do consumidor” são incontáveis e ubíquas – a começar pelo fluxo diário de comerciais de TV, nos jornais, cartazes, *outdoors*, passando pelas pilhas de lustrosas revistas “temáticas” que competem para divulgar os estilos de vida das celebridades que lançam tendências, os grandes mestres das artes consumistas, até chegar aos vociferantes especialistas/conselheiros que oferecem as mais modernas receitas, respaldadas por meticulosas pesquisas e testadas em laboratório, com o propósito de identificar e resolver os “problemas da vida”. (BAUMAN, op. cit., p. 73).

A educação também parece constituir um campo produtivo para a proliferação de produtos e serviços lucrativos. Um exemplo é o da Editora Abril, a qual anuncia o seu Sistema de Ensino SER, que elabora “os melhores materiais didáticos, serviços para alunos, pais, professores e gestores escolares” (*Veja*, 11 nov. 2009, p. 189).

A revista *IstoÉ* (12 set. 2007), na reportagem “Profissões de futuro” faz previsões sobre as áreas profissionais, dizendo que

após ouvir economistas, sociólogos, educadores, empresários, consultores e estudiosos do futuro, cinco áreas se destacam: tecnologia, agronegócio e meio ambiente, qualidade de vida, educação e entretenimento.

Ao mapear as mudanças relativas ao trabalho, a reportagem sugere que o domínio de mais de um campo de conhecimento “lhe dará instrumentos para vencer os desafios”. Ressalta ainda que no mundo do trabalho do futuro “o que importará serão os resultados. É um mundo novo e cheio de possibilidades, inspirador e competitivo” (*Ibidem*, p. 48). Dados sobre o número de postos de trabalho no Brasil, Argentina e México, média de salários e profissionais bem-sucedidos apontam as escolhas consideradas promissoras, segundo a revista.

A competição e a instabilidade, tomadas como naturais e próprias da contemporaneidade, não chegam a ser problematizadas na reportagem, mas exemplos de sujeitos de sucesso antecipam a potência individual como responsável pelos resultados pessoais.

A responsabilização pelo sucesso profissional e pela criação de caminhos que driblem as restrições da lógica de mercado precisa de sujeitos com comportamento e valores atualizados, renovados conforme as novas demandas:

A educação inserida na lógica neoliberal deve formar seres criativos e empáticos. Essas personalidades flexíveis, sensíveis, polivalentes e capazes de autocorrigir-se e autoavaliar-se estão em estreita interdependência com o neoliberalismo, que precisa de identidades moldáveis e diversificadas, necessárias num mercado de trabalho cambiante. (GERZSON, 2009, p. 152).

O “empresariamento” de tudo e de todos exige aprimoramento constante, empreendedorismo, criação de metas, superação de limites etc. A revista *Veja* (12 set. 2007), ao discutir a reforma ortográfica brasileira, sinaliza especialmente a função da língua para a ascensão da carreira profissional. A imagem de uma pirâmide invertida identifica quantas palavras deve conter o vocabulário do executivo, que ocupa o topo (50 mil palavras), vindo na linha abaixo o gerente (5 a 50 mil), seguido do superintendente (5 a 50 mil), do supervisor (até 5 mil) e, por último, na base da pirâmide, ao chefe de setor é permitido dominar até 5 mil palavras. Para justificar a “ascensão pelo vocabulário”, a revista afirma que

o bom uso da língua influi na carreira. Um estudo feito em 39 empresas americanas mostrou que a chance de ascensão profissional está diretamente ligada ao vocabulário que a pessoa domina. (*Ibidem*, p. 88).

Honoré reitera o papel da mídia para disseminar ao senso comum a competitividade e a criação de parâmetros cada vez mais exigentes:

A mídia ajudou a promover a atmosfera de competição exacerbada. A cada vez que mais um escritor de dez anos de idade, mais um empreendedor adolescente ou mais uma banda *pop* pré-adolescente chega às manchetes, o sarrafo é elevado, tornando a “mídia” muito menos aceitável. No passado, os prodígios eram frequentemente retratados como um pouco estranhos. Hoje eles são saudados como o padrão dourado. (HONORÉ, 2009, p. 47).

As relações e as práticas sociais vão assumindo os princípios da racionalidade neoliberal, incorporados ao senso comum e instituídos como verdades naturalizadas. A desconstrução dos pressupostos hegemônicos do neoliberalismo não é uma tarefa fácil para a educação. As noções de êxito, fracasso e competência são específicas à lógica de mercado e estabelecer o processo reflexivo e crítico do papel da escola torna-se um desafio. As revistas semanais e a mídia, de modo geral, longe de estabelecerem o debate das solicitações neoliberais na educação, tornam-se espaços produtivos de reforço dos seus pressupostos.

Considerações sobre a leitura

As revistas, como produtos consumidos, estudados, interpretados e disseminados entre leitores eventuais e assinantes, criam e recriam o imaginário nacional, discutem os problemas do país, anunciam proposições para os dilemas brasileiros; e a educação torna-se uma temática citada, discutida, invocada em suas páginas semanais. É possível observar que as revistas semanais, autodenominadas informativas, continuam produtivas para a constituição das teias do projeto neoliberal, como espaços em que o poder e as relações de poder neoliberais são destacados e colocados em circulação. Nas revistas são sutilmente tecidas estratégias de governamento para a educação, em especial, e para a população, de um modo geral.

As capturas neoliberais, presentes nos textos das revistas, fazem proposições para as sociedades contemporâneas. Nelas, os discursos do mercado de economia privada enfatizam a maximização de resultados, excelência de condutas, liberdade de opções, competição, disputa e concorrência. É possível observar que os textos, quando tratam da educação, são interessantes para que as racionalidades e as práticas neoliberais sejam disseminadas para as diversas instâncias sociais, inclusive para a própria educação. A excelência, o sucesso, o reconhecimento, a capacitação e a importância de garantir empregos e salários promissores são práticas mencionadas, incentivadas, valorizadas nas revistas, nos depoimentos dos personagens entrevistados, como valores contemporâneos inquestionáveis.

As sociedades contemporâneas, regidas pela autorregulação da economia e da propriedade privada, maximizam a liberdade indivi-

dual, e os discursos das revistas parecem acreditar que somos livres para fazer escolhas, consumir, adquirir, empresariar nossas vidas, administrar e produzir o nosso sucesso. Os textos jornalísticos podem ser considerados operadores de *pedagogias culturais*, nas quais conhecimentos e saberes circulam e o poder é organizado e difundido de acordo com a perspectiva neoliberal.

Nas revistas, a educação é responsabilizada por garantir o *desenvolvimento*, a *capacitação*, a *competência*, em sujeitos abertos à plasticidade de comportamentos e à agilidade nas ações. O sucesso depende de ações específicas, consideradas, nos textos, adequadas às tendências do mercado, como o estabelecimento de redes de contatos, o domínio das inovações tecnológicas e de várias línguas, a aceitação e a mobilidade para buscar oportunidades, entre outras. A produção de talentos promissores, capazes de vencer as adversidades do mundo globalizado é expectativa para escolas, professores e estudantes, e em torno dela surge um mercado de produtos e serviços de todos os tipos: cursos, escolas, material escolar e didático, tecnologias etc. O protagonismo dos meios de comunicação de massa socialmente reconhecido impõe desafios para as instituições escolares. Estabelecer leituras problematizadoras dos ditos e dos não ditos, presentes nos discursos das revistas, dos jornais, da televisão, do rádio, do cinema e de outros artefatos culturais, talvez seja um caminho produtivo para desconstruir as verdades e as atribuições que interpelam a educação e os sujeitos do mundo globalizado.

Colocar sob suspeição os discursos da mídia e as expectativas contemporâneas em relação à educação talvez seja o caminho para a eleição de novas alternativas às posições hegemônicas vividas até aqui. Se os textos da mídia são produtivos e econômicos para estabelecer racionalidades e práticas, talvez eles possam ser aplicados na constituição de ações propositivas de mudanças e de esperanças, afinadas com vidas melhores para todos.

Referências bibliográficas

BAUMAN, Z. *Identidade*: entrevista a Benedetto Vecchi. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

- COSTA, M. V.; SILVEIRA, R. H. “A revista *Nova Escola* e a constituição de identidades femininas”. In: BRUSCHINI, C.; HOLLANDA, H. B. (Org.). *Horizontes plurais, novos estudos de gênero no Brasil*. São Paulo: FCC/Editora 34, 1998. p. 343-378.
- _____. “Mídia, magistério e política cultural”. In: _____. (Org.). *Estudos culturais em educação: mídia, arquitetura, brinquedo, biologia, literatura, cinema...* Porto Alegre: UFRGS, 2000. p. 73-91.
- _____. (Org.). *A escola tem futuro?*. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.
- _____. “Sucesso, poder e dinheiro: a ilusão da potência”. In: _____. (Org.). *A educação na cultura da mídia e do consumo*. Rio de Janeiro: Lamparina, 2009.
- FOUCAULT, M. *A arqueologia do saber*. Tradução de Luis Felipe Baeta Neves. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1986.
- _____. “O sujeito e o poder”. In: DREYFUS, H.; RABINOW, P. *Michel Foucault: uma trajetória filosófica*. Tradução de Vera Porto Carrero. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995. p. 231-249.
- _____. *Vigiar e punir*. Tradução de Raquel Ramallete. 20. ed. Petrópolis: Vozes, 1999.
- _____. *Em defesa da sociedade: curso no Collège de France (1975-1976)*. Tradução de Maria Ermantina Galvão. São Paulo: Martins Fontes, 2002.
- _____. *Estratégia, poder-saber*. Tradução de Vera Lucia Avellar Ribeiro. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003.
- _____. *A hermenêutica do sujeito*. Tradução de Márcio Alves da Fonseca. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
- _____. *Microfísica do poder*. Tradução de Roberto Machado. 21. ed. Rio de Janeiro: Graal, 2005.
- GERZSON, V. R. *A mídia como dispositivo da governamentalidade neoliberal: os discursos sobre educação nas revistas Veja, Época e IstoÉ*. 2007. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.
- _____. “Aprendendo a ter sucesso: a educação para o neoliberalismo nas revistas informativas semanais”. In: COSTA, M. V. (Org.). *A educação na cultura da mídia e do consumo*. Rio de Janeiro: Lamparina, 2009.
- HARVEY, D. *Condição pós-moderna*. Tradução de Adail Ubirajara Sobral e Maria Stela Gonçalves. 8. ed. São Paulo: Loyola, 1999.
- _____. *O neoliberalismo: história e implicações*. Tradução de Adail Sobral e Maria Stela Gonçalves. São Paulo: Loyola, 2008.
- HONORÉ, C. *Sob pressão: criança nenhuma merece superpais*. Tradução de José Gradel. Rio de Janeiro: Record, 2009.
- KELLNER, D. “A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo”. In: MORAES, D. (Org.). *Sociedade midiaticizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006. p. 119-147.
- MARTINS, A. L. *Revistas em revista: imprensa e práticas culturais em tempos de República, São Paulo (1890-1922)*. São Paulo: Edusp, 2001.
- MIRA, M. C. *O leitor e a banca de revistas: a segmentação da cultura no século XX*. São Paulo: Olho d’Água/Fapesp, 2001.
- SENNETT, R. *A corrosão do caráter: as consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo*. Tradução de Marcos Santarrita. Rio de Janeiro: Record, 2004.
- _____. *A cultura do novo capitalismo*. Tradução de Clóvis Marques. Rio de Janeiro: Record, 2006.
- STEINBERG, S.; KINCHELOE, J. “Sem segredos: cultura infantil, saturação de informações e infância pós-moderna”. In: _____. (Org.). *Cultura infantil: a construção corporativa da infância*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.
- VEIGA-NETO, A. “Educação e governamentalidade neoliberal: novos dispositivos, novas subjetividades”. In: PORTOCARRERO, V.; CASTELO BRANCO, G. (Org.). *Retratos de Foucault*. Rio de Janeiro: NAU, 2000. p. 179-217.
- _____. *Foucault & a educação*. Belo Horizonte: Autêntica, 2003.
- _____. “Dominação, violência, poder e educação escolar em tempos de Império”. In: _____. RAGO, M. *Figuras de Foucault*. Belo Horizonte: Autêntica, 2006. p. 13-37.

Recebido em setembro de 2010 e aceito em janeiro de 2011.