

---

**PEDAGOGIA**

---

**JULIANA DE FREITAS MACHADO**

**MENSAGEM, IMAGEM E IDEOLOGIAS**



Rio Claro  
2009

JULIANA DE FREITAS MACHADO

## MENSAGEM, IMAGEM E IDEOLOGIAS

Orientador: César D. P. Leite

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto de Biociências da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” - Câmpus de Rio Claro, como parte dos requisitos para obtenção do grau de licenciatura em pedagogia.

Rio Claro  
2009

370 Machado, Juliana de Freitas  
M149m Mensagem, imagem e ideologias / Juliana de Freitas Machado. - Rio  
Claro : [s.n.], 2009  
41 f. : il., fots.

Trabalho de conclusão de curso (Licenciatura - Pedagogia) –  
Universidade Estadual Paulista, Instituto de Biociências de Rio Claro  
Orientador: César Donizetti Pereira Leite

1. Educação. 2. Signos ideológicos. 3. Infância. 5. Meios de  
comunicação. I. Título.

Ficha Catalográfica elaborada pela STATI - Biblioteca da UNESP  
Campus de Rio Claro/SP

Dedico este trabalho,

com todo o meu amor, aos meus avós maternos Pedro e Sidnéia, as melhores pessoas do mundo, que me criaram e me amaram duas vezes, uma como neta e principalmente como filha...

## **Agradecimentos**

Eu agradeço sempre e em primeiro lugar a Deus, por ter permitido a realização deste trabalho, por ter me abençoado com muita saúde e disposição mesmo nos meus momentos mais exaustivos e por tudo mais que Ele me permitirá realizar. Agradeço também aos meus pais, que foram socorro presente nas horas aflitivas, ao meu noivo André, por ter suportado as ausências nos finais de semana e a irritabilidade pelas pressões, e principalmente por ter atendido meus pedidos e favores.

Agradeço ao meu orientador Professor Doutor César Leite, pela sua paciência extrema, brilhantes idéias e competência, às minhas melhores amigas, anjos enviados por Deus, Ana Paula Coelho, Cinthya Rocha, Larissa Papin, Lilian Souza, Ligia Caciagli, Luciane Caciagli, Marina Cyrino, Marina Jutkosky, Mariana Bortolazzo, Mariane Gimenes, Manoela Queiroz e Sarita Eterna.

Agradeço a minha sogra e também amiga Maria Antônia, a Dona Carmem, a minha cunhada Débora Gracias e a minha parceira de trabalho Beatriz Trovó, muito obrigada meus amores, que Deus dê a todos vocês um milhão de vezes mais o que vocês fizeram por mim!

## **Lista de Fotografias**

Fotografia 1 - Instituição Filantrópica de Ensino de Rio Claro SP.

Fotografia 2 - Instituição de Ensino de caráter privado de Rio Claro SP.

Fotografia 3 - Instituição de Ensino Superior de caráter privado de Araras SP

Fotografia 4 - Escola de Educação Infantil de Rio Claro SP.

Fotografia 5 - Instituição Filantrópica de Ensino de Rio Claro SP.

Fotografia 6 - Instituição de Ensino de caráter privado de Rio Claro SP.

Fotografia 7 - Universidade de caráter privado de Leme SP.

Fotografia 8 - Instituição de Ensino de caráter privado de Rio Claro SP

Fotografia 9 - Escola de Educação Infantil de Rio Claro SP.

Fotografia 10 - Universidade Filantrópica de Campinas SP

## Resumo

O Projeto de pesquisa *Mensagem, imagem e ideologias* centrou seu foco principal na análise de figuras e signos ideológicos contidos nas placas e nos outdoors da cidade de Rio Claro-SP e região, no âmbito de divulgação de Instituições de Ensino. Pesquisamos os eixos transversais sobre a visão de educação e infância, a ponte entre os signos e o visual, as idéias contidas no processo das propagandas e o que se pretende vender com as imagens e os códigos expostos.

Determinamos tais meios de comunicação, com propagandas de escolas de quase todos os níveis de escolaridade, para demonstrar e ilustrar as idéias contidas na aliança entre o capitalismo e a mídia, principalmente a fim de explicitar os fundamentos políticos, suas concepções e possíveis implicações na administração do processo educacional.

**Palavras-chaves:** signos ideológicos, educação, infância, meios de comunicação.

# SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	8
1.1 Criança, linguagem e subjetividade.....	8
1.2 As ideologias e a realidade mercadológica.....	13
2. A INFÂNCIA .....	14
2.1 Universo disciplinar de Michael Foucault.....	17
3. BIOPOLÍTICA: DO HOMEM-CORPO AO HOMEM ESPÉCIE.....	20
3.1 O risco e o erro.....	21
3.2 Processo de modulação.....	23
4. CONSTRUÇÃO MIDIÁTICA: MODOS DE VIDA.....	26
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	35
REFERÊNCIAS.....	39

## 1. Introdução

“A força da estrada do campo é uma se alguém anda por ela, outra se a sobrevoa de aeroplano. Assim é também a força de um texto, uma se alguém lê, outra se o transcreve... Somente quem anda pela estrada experimenta de seu domínio e de como,..., ela faz sair,... a cada uma de suas voltas, distâncias, belvederes, clareiras, perspectivas, assim como o chamado do comandante faz sair soldados de uma fila”. (BENJAMIN, 1995, p.16).

Sabe-se que vivemos em tempos de extremos, estudamos demais, trabalhamos demais, desperdiçamos, consumimos inadequadamente, e às vezes exaustos, nos deixamos levar pela suposta praticidade e conquista que o capitalismo apresenta, esquecendo de suas ideologias e seu trabalho junto ao marketing e a propaganda, para nos induzir a adquirir o “mundo” por eles proposto como ideal.

Dentro desta realidade, o Projeto de Pesquisa intitulado *Mensagem, imagem e ideologias*, busca analisar a questão das figuras e signos ideológicos contidos nas placas e nos outdoors da cidade de Rio Claro-SP e região, principalmente no âmbito de divulgação de Instituições de Ensino.

Partindo do princípio de que a constituição das ideologias das palavras possui um caráter histórico e social, através de fotos desses meios de comunicação, pesquisaremos os eixos transversais sobre a visão de educação e infância, a ponte entre os signos e o visual, as idéias contidas no processo das propagandas e o que se pretende vender com as imagens e os códigos expostos.

Elegemos este meio de comunicação, com propagandas de escolas de quase todos os níveis de escolaridade, para demonstrar que até o supostamente deveria ser imaterial e de direito universal, igualitário e de qualidade para todos os cidadãos, a mídia aliada ao capitalismo consegue materializar e comercializar.

### 1.1 Criança, linguagem e subjetividade

Quando tratamos de assuntos pertinentes a Instituições de Ensino, é obrigatório que se faça referência às crianças, principalmente porque através da

mesma é que se faz à constituição histórica da escola e seus atores, não existe professor sem aluno e nem aluno sem professor.

“Poderíamos, então, dizer que a história existe na medida em que brincamos, na medida em que, ao fundo de toda linguagem, há uma infância. A história se faz porque somos *infantes* (...)”. (BRASIL, 2008).

Dentro deste contexto, o autor Brasil coloca a infância em conjunto a linguagem, a experiência e o próprio conceito de origem:

“Compreender a infância como uma origem que, ao mesmo tempo, condiciona e possibilita a linguagem nos exige repensar o próprio conceito de origem. Porque a origem – a infância – não é um paraíso perdido, motivo de uma nostalgia sempre por se ressentir, mas o que permanece, latente, em potência, ao fundo da linguagem. A origem, já nos dizia Benjamim, não é a fonte, não é a gênese das coisas, mas ‘um turbilhão no rio do devir, e ela carrega em seu ritmo a matéria que está em vias de aparecer’<sup>1</sup>. (BRASIL, 2008)

Enquanto pedagoga em processo de formação, minha preocupação mais latente são os educandos e o universo escolar, para tanto, compreendo que a infância, assim como coloca o Brasil (2008), não é um paraíso perdido, e a escola, além de se posicionar como um dos meios de transmissão de conhecimentos sistematizados, espaço de socialização e formação, ela é apenas um dos lugares onde acontece o processo educacional.

Entendo que a educação ocorre em todos os espaços sociais, na rua, em casa, nas igrejas, nas tribos, dentre muitos outros, e na cultura ocidental nomeamos a escola como “carro-chefe” desta função, mas segundo Freitas (2009) transmissão de conhecimento não é o único objetivo das instituições de ensino, mas também, a escola possui caráter formativo e algumas vezes é possível que a mesma “deforme”, tudo depende das concepções sociais e educacionais de cada indivíduo. Deve-se considerar, que com o avanço tecnológico e tecnocientífico, na atualidade, educam também o computador, a televisão, a internet, o cinema e as ideologias imagéticas, as crianças têm acesso a tudo á todo tempo.

---

<sup>1</sup> BENJAMIN, Walter. *Origine du drame baroque allemand*. Trad. Sibylle Muller. Paris, p43, 1985.

Em todos os espaços podemos considerar que ocorrem representações, diversos tipos de leitura e principalmente produção de sentido, assim como afirma Leite:

“(...) trata-se de reconhecer uma necessidade de leitura, de interpretação, de uma demanda de produção de sentido, são letras, imagens, códigos; em suma sempre falamos de um aprendizado, sempre falamos de um sentido que se produz”.(LEITE, 2008).

Os próprios professores afirmam que os educandos interpretam melhor aquilo que vêem do que aquilo que lêem, ainda segundo Leite (2008), devemos saber reconhecer que assim como se altera a realidade ao nosso redor no sentido tecnológico, a constituição de subjetividade do aluno também, portanto a educação atual deve alicerçar-se na cultura *extra-escolar* para cada vez aproximar-se da realidade do aluno e entender os apelos ideológicos contidos na mesma.

(...) pensar em alternativas que encontre no professor sugestões e pistas para o desenvolvimento do trabalho parece ser consensual, surgindo uma necessidade de ir além dos chamados ‘processos de conscientização, de reflexão’, partindo para um modo de produção de sentido que respeite os modos de sensibilização dos professores, pela imagem, pelo cinema, pela sala de aula”. (LEITE, 2008)

Freitas (2009) coloca que os educandos não aprendem apenas as disciplinas curriculares, segundo o autor eles ‘vivenciam relações sociais’ e desenvolvem valores e atitudes.

Junto com o conteúdo das matérias, a vivência na escola ensinará alguns valores. A questão é: quais ‘valores’ a escola deveria disponibilizar. Competição? Consumismo? Individualismo? Solidariedade? (FREITAS, p.22, 2009).

Dentro deste contexto, alguns autores como Brasil (2008) trabalha com a questão da experiência estética, que é indevidamente transformada através do mercado em capitalismo estético:

“A experiência estética acontece no limite tênue em que as sensações se tornam linguagem, escritura, no momento em que o traço sensível provoca um pensamento”.(BRASIL, 2008)

Outros falam de um momento de administração do sensível através do cinema, da fotografia e da propaganda, o que observamos é que esta tal indústria do *marketing*, investe cada dia mais em imagens e em “frases de efeito” para construir

no consumidor um forte desejo de ter mais e de fazer parte de um determinado grupo, através dos produtos que estes oferecem.

Em nosso meio social atual há um forte trabalho com as ideologias de consumo, e percebe-se que cada vez mais não disponibilizam somente produtos específicos, mas sim e, sobretudo, um novo modo de vida, se comercializa tudo, produtos e até a entrada do homem em um determinado mundo.

Assim como coloca Brasil (2008), as empresas oferecem seus serviços, mas também estilos de vida, meios sociais, tudo aquilo que nos parecia exterior, imaterial, o materialismo se apropriou e transformou em algo comercial.

Atualmente, os produtos oferecidos pelo mercado, não são apenas mais apenas objetos que estão à venda, as propagandas trabalham em cima dessas mercadorias, tornando-as atrativas, mas sempre dentro de um contexto e padrão de vida que supostamente as pessoas almejam conquistar.

Dentro desta lógica, tudo o que ainda não está pronto para ser comercializado, estará em um futuro bem próximo, já passamos por isso, por exemplo, na área da saúde, que em função do descaso dos administradores públicos, os postos de atendimento para a população estão completamente desamparados, insalubres, e só sobrevive quem pode adquirir um plano de saúde de alto custo.

A educação, por sua vez, outra área “sucateada” pelo governo, inseriu-se nesse meio mercadológico e se mantém com qualidade apenas nas através de Instituições de Ensino Superior e escolas particulares de todos os níveis de escolarização, que vendem seus serviços através da publicidade como recurso de divulgação.

A consequência da vivência neste meio predominantemente mercadológico que transforma unilateralmente tudo em produto colaborou para que estas Faculdades e Escolas perdessem a característica de sua função primeira, que é a educação e a transmissão de conhecimento, e passou a ser apenas mais um produto a ser comercializado para aqueles que podem pagar.

O meio visual mais comum escolhido pelas Instituições para estabelecer o contato com o público é feito através das placas e outdoors colocados em pontos estratégicos pela cidade, normalmente em áreas centrais e rodovias. Através da linguagem e da expressão, a publicidade busca além da manifestação de desejos

por produtos (para toda e qualquer classe social), trabalhar para mudar os nossos sentidos e conceitos sobre a realidade.

Com base nestes dados e a partir do levantamento bibliográfico para o desenvolvimento da pesquisa, através da leitura de estudos de Mikhail Bakhtin sobre a questão dos diálogos, da significação das palavras, percebemos que tudo na nossa linguagem é determinado através de um contexto histórico e social, a expressão depende da entonação, reforçando a idéia de que a “criação ideológica não existe em nós, mas entre nós” (BAKHTIN; MEDVEDEV, p.8).

Segundo Brait baseado em Bakhtin, as palavras não são faladas no vazio e que além do contexto histórico-social de uma sociedade, deve se levar em conta o *momento e o lugar da atualização do enunciado* (BRAIT, 2005, p.77).

Portanto, podemos estabelecer uma relação entre as idéias de Bakhtin e as questões apresentadas acerca da propaganda e dos produtos, pois se dizemos que estas Instituições trabalham em um ambiente social favorável, onde prezasse absolutamente o individualismo e o crescimento profissional, e se aliou estrategicamente, a quem consegue promover e afirmar a qualidade dos serviços oferecidos.

Discutir e pesquisar sobre as ideologias vinculadas as propagandas das Instituições de Ensino é extremamente pertinente, pois acredito que esta realidade descaracteriza a verdadeira função da educação, ultrapassa os limites da transmissão de conhecimentos e estipula uma valoração incoerente da escola para com o educando. Freitas (2009) transcreve sobre este tema no livro “Avaliação Educacional” e coloca que:

(...) o ensino acaba sendo vendido por valor altíssimo, a ser pago não só pelos estudantes, mas por todos os segmentos da escola, que afetados pelo processo desmotivador de uma escola sem melhoria, acabam desistindo de sua função primeira que é educar com qualidade”. (FREITAS, p.23, 2009)

No caso das escolas particulares de ensino médio, o público alvo são os pais das crianças e adolescentes, pois as mesmas colaboram pontualmente para o ingresso dos filhos em Universidades conceituadas, através de um ensino de qualidade, esta que é devidamente garantida pelas mensalidades de valores absurdos, muitas vezes superiores aos de uma Universidade Privada.

As Instituições de Ensino Superior privadas são direcionadas justamente ao público que está entrando no mercado de trabalho, ou que almeja melhorar sua condição no mesmo. Nesta linha, analisa-se que a Educação pode ser dirigida e conceituada sob dois aspectos, como um produto a ser comercializado, ou como um modo de vida a ser conquistado, partindo de qualquer um dos pressupostos, observa-se uma desconfiguração completa do ideal que poderíamos considerar educativo.

## **1.2 As ideologias e a realidade mercadológica**

Ao observar placas e outdoors na cidade de Rio Claro-SP e região, refletimos que um dos possíveis objetivos destas matérias publicitárias que além de divulgar as instituições acima citadas, indica marcas desta educação mercadológica, presentes em frases e imagens estimulantes de obtenção não só de um modelo educativo como também de um modo de vida a ser conquistado, tanto durante a universidade como para a vida futura, pois as imagens de supostos alunos aprovados de anos anteriores e graduandos que garantem seu sucesso através do ensino destas faculdades parecem de pessoas felizes e realizadas.

No movimento de nossa observação e das questões apresentadas identificamos que esta produção destes modos de vida pode acompanhar uma leitura ideológica de 'formatação' e 'modulação' do sujeito através da linguagem publicitária (escrita e imagética), sendo assim, nossa linguagem e nossos discursos enunciados na sociedade, acabam sendo modulados pelo meio o qual pertencemos, e os outdoors com as suas alegorias e alusões garantem a modulação do sucesso, e reforçam a idéia de que este modo vida é o ideal.

Bakhtin (1993) no texto *Toward a philosophy of act*, é pertinente na relação entre a sociedade e o enunciado, e questiona-se sobre as determinações da consciência e da ideologia sobre a linguagem, e afirma que as condições de comunicação estão sempre ligadas às estruturas sociais.

Portanto, por mais sucinta que seja a expressão enunciada, ela não está livre das condições ideológicas, com isso, este modo de vida que é colocado pela propaganda dentro das estruturas educacionais privadas é absorvido e classificado como possível e real.

## 2. A infância

Para tratarmos sobre as questões ideológicas contidas nos meios de comunicação usados para divulgar Instituições de Ensino, deve-se primeiramente considerar concepções pertinentes em torno da infância, pois se sabe que é neste período que a criança é introduzida no universo escolar, onde a mesma terá acesso a conhecimentos sistematizados, irá socializar com iguais, passará por processos de aprendizagem e desenvolvimento.

Este aspecto é de notável importância, pois consideramos que as crianças, individualmente ou coletivamente, constituem subjetivação e produzem sentidos a tudo que aprendem.

Se analisarmos que ao longo dos anos de ensino e aprendizado essa significação irá se aprimorar e criar ramificações diversas, conseguiremos justificar a elucidação sobre a temática da infância, principalmente porque os educandos exercem modos de sensibilização através de recursos, e um deles é a imagem, concernente ao nosso tema.

Para dissertar em torno de tal assunto, partiremos das idéias de Kohan (2003) em seu trabalho intitulado “Infância. Entre Educação e Filosofia. Kohan apresenta uma análise baseadas em torno das idéias de Platão.

Segundo o autor, sabe-se que os sofistas foram educadores profissionais, entre eles destaca-se um fragmento ‘de Antifonte que diz que “(...) quando se semeia em um corpo jovem uma nobre educação, esta floresce para sempre, com chuva ou sem chuva”.

Os filósofos da época acreditavam veementemente, que a educação deveria ser ministrada para garantir um futuro justo e melhor para a *pólis*. Dentro deste contexto, pode-se afirmar que Platão considerava a infância como um tema a ser pensado e discutido, mas não propriamente em torno de suas particularidades e peculiaridades, mas como uma fase que deveria ser trabalhada e educada para garantir uma “experiência infantil da verdade e da justiça”.

“A visão platônica da infância se enquadra, então, em uma análise educativa com intencionalidades políticas. (...) A infância é um problema filosoficamente relevante enquanto se tenha de educá-la de maneira específica para possibilitar que a polis atual se aproxime o mais possível da normatizada”.(KOHAN, p.28, 2003).

Neste período (não muito adverso do nosso quando se trata de esperanças em torno da educação) depositavam-se expectativas junto às crianças para uma possível garantia de um futuro melhor para o meio onde viviam, de acordo com o modo como eram educadas.

Platão considerava que a educação era importante durante toda a vida do ser humano, mas principalmente durante o período pueril; Admirava-se ao falar da memória das crianças sobre os conhecimentos aprendidos que não eram mais esquecidos.

“E bem sabes que o princípio de toda obra é o principal, especialmente nos mais pequenos e ternos; porque é então quando se forma e imprime o tipo que alguém quer disseminar em cada pessoa”.<sup>2</sup>

A infância, segundo Platão, funciona como base fundadora de toda vida, todo o resto se construirá a partir da mesma e tudo de acordo com uma educação que o filósofo considera adequada:

“Mas também é verdade que uma boa educação pode corrigir uma má natureza e que uma educação inadequada faz estragos nas melhores naturezas”.(KOHAN, p.40,2003).

Ainda segundo o filósofo, a natureza dos seres humanos se transforma de geração em geração:

“Uma criação e uma educação valiosas produzem boas naturezas e estas, valendo-se de tal educação, se tornam melhores que as anteriores e, assim, sucessivamente”. (CHARLOT, p.240, 1977).

Mesmo que esta realidade de outrora se mostre basicamente positiva, o autor Kohan (2009), coloca que existem aspectos desmerecedores nesta visão. Pontua que as crianças da época são sempre colocadas como uma esperança do devir, é como se no tempo presente, não tivessem forma alguma, são apenas seres maleáveis a vontade de um poder maior.

---

<sup>2</sup> *A República II, 377 a-b.*

“(...) é, decerto, um grande exemplo para o legislador de que alguém que pode persuadir as almas dos jovens daquilo que se proponha; de modo que o único que tem que descobrir em sua investigação é de que coisa deve persuadi-los para produzir um bem maior da *pólis*”.<sup>3</sup>

Esta tese de Platão acaba descaracterizando a personalidade infantil e sua capacidade de sensibilização. No transcorrer de sua discussão Kohan, o autor destaca alguns pontos importantes através de A. Glucksmann desta inferiorização da criança:

“Chamamos “Complexo de Platão” ao dispositivo que metamorfoseia os atores prisioneiros permanentes. O cérebro sumiço à publicidade mentirosa que elogia a excelência da moradia, seja qual for, não sai de uma masmorra senão para ingressar em outra, igualmente sufocante. Não percebem, já que o mito procede à ablação prévia do seu senso crítico. Mais exatamente, o mito supõe sua existência. Naturalmente, o relato de Platão careceria dos traços careceria dos traços do ilusionismo filosófico senão assegurasse a educação dos extrogloditas, aos que se inculca, dose após dose, a capacidade de distinguir e de julgar”.  
( GLUCKSMANN, p.195, 1993)

Platão mantém essa imagem de “infância vazia” em outras diversas citações, chega a comparar essa fase á um homem embriagado (ou seja, privado se alguns sentidos da realidade) e aos anciãos. Coloca também que a criança necessitaria a todo tempo de um encarregado que não descuide das insolências que manifestam próprias desta idade.

O filósofo afirma que as crianças não têm capacidade para distinguir o justo de injusto, “é como a imagem da ausência do saber”, com percepção limitada, e em função desses argumentos, justifica a presença de um preceptor e da “moldagem” proposta por ele.

A todo o tempo, Platão trabalha as questões em torno da infância, dentro de uma visão e significação absolutamente política, descreve que os educadores devem inseri-las à estima e o apego às leis, para que as guarde e as exerça em um futuro próximo. Educar nesta concepção é formar de acordo com um modelo previamente estabelecido, é ajustar o aluno na forma que o adulto considera que deve ser, é educar a serviço de uma política castradora.

---

<sup>3</sup> *As Leis II.*

## 2.1 Universo disciplinar de Michael Foucault

Ainda tratando dos eixos transversais deste tema, Walter Kohan (2003) elege outros dois autores para dissertar sobre este assunto, Ariès e Michael Foucault.

Ariès um antropólogo, trata sobre o modo diferente de ver e de pensar a infância e de viver com ela dentro da consciência das sociedades europeias. Segundo o autor, essas sociedades acreditavam que as crianças eram adultos em menor proporção, não se preocupavam em construir ou estruturar espaços apropriados para que fossem devidamente educados.

Só a partir do século XVII, é que a figura infantil passa a ser valorizada dentro de suas famílias, em seguidas são organizados espaços para educação, com a idéia de separar o universo infantil do adulto. Ainda que possamos ver este fato com bons olhos, Kohan (2003) afirma que mesmo que a infância tenha mais valoração neste período, a escola representou um lugar de reclusão para os educandos.

“O que é, afinal, um sistema de ensino senão uma ritualização da palavra; senão uma qualificação e uma fixação dos papéis para os sujeitos que falam; senão a constituição de um grupo doutrinário ao menos difuso; senão uma distribuição e uma apropriação do discurso com seus poderes e saberes?”(FOUCAULT, 1999, p.44/45)

Com a citação acima, podemos delinear um pouco do universo que o filósofo Michael Foucault descreve em sua obra. Este autor que estudou principalmente sobre as questões de poder social, trabalha na educação em torno da disciplina. Afirma que a mesma é um tipo de poder, ou até uma tecnologia que se desenvolveu na modernidade.

Entende-se que poder nesta concepção é algo que se exerce, determinando um caráter produtivo ao mesmo. A escola, portanto, seria um ambiente, onde as relações de poder (disciplina) seriam hierárquicas, com finalidade normatizadora, e de certa forma, capazes de inibir a liberdade dos educandos.

“Não são apenas os prisioneiros que são tratados como crianças, mas as crianças como prisioneiras. As crianças sofrem uma infantilização que não é delas. Nesse sentido, é verdade que as escolas se parecem um pouco como prisões, as fábricas se parecem muito com as prisões”. (FOUCAULT, 1999, p.73).

Foucault coloca que a escola promoveria a disciplina como o “eixo da formação do indivíduo” seria a base para o funcionamento ideal da instituição, além disso, essa concepção reforça a idéia de individualismo. Vivenciar o ambiente escolar desta forma oprime seus atores ao extremo, torna-os sujeitos a um mecanismo de dominação, e mais uma vez, a escola como instituição formadora, perde sua essência.

Esta realidade opressora das escolas não está categoricamente diferente da atual, ainda vive-se em um meio de relações de poder “verticalizadas”. Pode-se dizer até, que promover espaços de sensibilização, crítica e autoconhecimento, seria perigoso, por formaria educandos com perspectiva de percepção e crítica.

Ainda que este seja o objetivo “teórico”, previstos em Leis que regem nossas Instituições de ensino atualmente, cumpri-se somente o lhes convém, de forma rasa.

Dentro deste ambiente que promove muitas vezes a hostilidade e o individualismo precoce, os meios de comunicação, usam suas transgressões para afirmar seu campo de ação sobre os outros, no caso da escola, alunos e pais principalmente.

Com a incansável idéia de que devemos sempre, a todo o momento sermos produtivos, usam o diálogo, para vender os produtos que comercializam;

“Não são os professores que “oprimem” os alunos, nem os diretores que submetem os professores, mas todos são sujeitados no interior desses maciços conjuntos de capacidade-comunicação-poder”.(KOHAN, p.79 2003).

Assim como coloca mais uma vez Kohan (2003), a escola joga com aquilo que a criança é, o ponto mais importante, não é formar cidadãos conscientes ou aprendizes, mas é trabalhar com a própria questão da constituição do modo de ser. São estruturadas práticas que permitem produzir um sujeito de acordo com aquilo que se deseja, o objetivo é atingir a todos e da mesma forma se possível.

É um processo imposto de subjetivação, induzem o conhecimento de si e a produção de uma verdade que não é própria, é forjada a maneira de como se quer moldar aquele indivíduo.

“A questão é determinar o que se deve ser o sujeito, a qual condição ele está submetido, qual estatuto ele dever ter, qual posição ele deve ocupar no real e no imaginário, para devir sujeito legítimo de tal ou

qual tipo de conhecimento; em resumo, se trata de determinar seu modo de 'subjativação' ". (FOUCAULT apud KOHAN, 2003).

Essa ordem de relações a quais as crianças são submetidas desde início de sua escolarização, é contínua, a constituição de subjetividade se estende para garantir que escolham o modo de vida que supostamente renderá mais e trará mais sucesso pessoal.

A propaganda de escolas e universidades insiste neste conceito e determinam que através da escolha de "x" instituição, pode-se promover aquilo que sempre se almejou, usam as condições transcendentais de subjetividade, para vender um modo de vida que consideram ideal.

### 3. Biopolítica: do homem-corpo ao homem espécie

Para trabalhar as questões intrínsecas à subjetividade das propagandas de algumas instituições de ensino de Rio Claro-SP e região, trilhamos um percurso de reflexão a partir das orientações encontradas no trabalho de Brasil, "Modulação/Montagem: ensaio sobre biopolítica e experiência estética"(2008).

Neste trabalho, o comunicólogo descreve a partir de referências "foucaultianas" benjaminianas e deleuzianas, as formas de regulação social. Toma como princípio o conceito da biopolítica. O autor aponta que o exercício da disciplina não mais sobre o indivíduo, mas sim sobre a vida como um todo, sobre a espécie agora descrita como população, pode ser uma definição de biopolítica, é uma forma de mudança de escalas "(...) do homem-corpo ao homem-espécie, do indivíduo à população, da anatomia à demografia e à estatística".

Em contrapartida aos conceitos específicos da disciplina que definem a idéia de concentração, a biopolítica preocupa-se em agrupar, quer desenvolver circuitos amplos, ainda que sob a condição de monitoramento. Assim como afirma Brasil (2008), a disciplina cria a ordem a partir da desordem, já a biopolítica cria regulações para a mesma, e essa é inclusive, a forma de poder escolhida pelos liberais no final do século XVIII.

A biopolítica funciona como um mecanismo de equilíbrio, a mesma regulará situações para que permaneçam estáveis, relaciona o risco como o problema do poder, trabalha com questões em torno do tempo, da previsão, a intenção é planejar possíveis acontecimentos de forma a controlá-los. A realidade do tempo nesta modalidade, é inversa, ocorre uma ruptura na linearidade dos eventos, é como viver do futuro para o presente.

Essa "previsão" de acontecimentos funciona como uma base para os nossos pensamentos atuais, como a realidade nos proporciona momentos de aceleração tecnológica principalmente de consumo, essa intervenção no tempo trabalhada pela biopolítica, nos faz enxergar um horizonte mais acessível, o futuro nesta percepção, passa a ser mais "tangível".

Sob a perspectiva do autor, algumas reformulações sobre a biopolítica, se contrapõem com as idéias de Foucault, uma vez que afirmam que o biopoder é contrário a uma produção biopolítica, pois a mesma se concentra em um trabalho cooperativo, e o primeiro trabalha na esfera de comando verticalizado. Nota-se que o conceito de biopolítica da atualidade, proporciona uma união entre as estratégias biopolíticas e desenvolvimento tecnocientífico, o que determinará segundo Brasil:

“(...) uma aliança cada vez mais estreita entre o desejo de lucratividade das empresas e o poder da ciência e da tecnologia em intervir na vida, seja em âmbito planetário, seja em dimensão microbiológica” (BRASIL, 2008).

Esse “poder” de intervenção no cotidiano dos indivíduos, volta a reafirmar as perspectivas de Foucault dentro da questão do biopoder, a nova retórica da biopolítica, nos induz a prevenção de uma gama de riscos, que junto à capacidade dos meios de comunicação para amplificá-los, passamos a determinar nossas ações de acordo com um caráter individualista e absolutamente fechado, com a intenção de nos prevenirmos de acontecimentos futuros desagradáveis.

As nossas experiências, portanto, serão todas reguladas, e o nosso meio de expressão previsível:

“A linguagem deixa, portanto, de ser aquilo que abriria nossa experiência a mundos possíveis, para se reduzir a projetar sobre a experiência aquilo que ela já é, aquilo que dela já se espera”.(BRASIL, 2008).

### 3.1 O risco e o erro

Brasil (2008) coloca que outro meio de controle, seria o risco, que expõe a negatividade do acaso, do imprevisível. A incerteza que o risco proporciona operaria também, junto às questões produtivas dos indivíduos, uma vez que o risco consegue reproduzir maneiras de ser, agir, pensar e refletir. Aderimos a condutas, em torno de possibilidades, Brasil coloca que o risco é um *constructo*, é uma construção social historicamente determinada, que se pauta na tecnociência e no discurso da mídia.

Esse medo das incertezas interfere absolutamente em nossas decisões cotidianas, vive-se em um contexto contemporâneo instável, e os meios de comunicação, aproveitam desta situação para nos transformar em *vítimas virtuais*, condicionadas aquilo que expõe e consideram como conduta ideal.

Assim, deixamos de tomar nossas próprias decisões, e como descreve Jacques Rancière:

“(...) uma sociedade que tem no risco e na instabilidade o princípio de seu funcionamento não faz mais do que reproduzir as condições de sua própria manutenção”.

Para complementar:

“Antes de representar algo a ser enfrentado, no contexto do capitalismo avançado, o risco será, então, o modo mesmo de gestão da vida coletiva”. (BRASIL, 2008).

Se conduzirmos nossas vidas dentro do capitalismo e do consumismo, perdemos sua subjetividade. Deleuze coloca em “ A iminência: uma vida...”(2002) que, “*a vida - uma vida qualquer, singular - é a absoluta imanência, a imanência da imanência*<sup>4</sup>”.

Ou seja, se vivermos em função apenas daquilo que podemos controlar, consumir e quantificar perderemos a potência que a vida é, e aquilo que a mesma pode nos oferecer através das incertezas.

Neste mesmo contexto, Foucault coloca também:

“(...) a vida (...) é o que é capaz de erro. O homem é um vivente que não se encontra nunca totalmente “em casa”, um vivente que é destinado a errar”.(FOUCAULT, 2001 apud KOHAN 2003).

Se formos destinados ao erro, o *direito do risco* (aqui podemos definir direito do risco, como as possíveis prevenções que podemos enunciar e conduzir para prevenção de casualidades e incertezas) é com certeza uma retórica midiática, voltada para os meios de consumo e inserção de modos de vida.

Para pensar no indivíduo e nos seus processos de erro, Brasil (2008) trabalha com algumas obras de autor Simondon (2007), que descreve que o ser contemporâneo não é o resultado de sua individuação, mas sim o meio do processo. Ele afirma que o indivíduo é uma fase que não apenas cria adaptações diante do erro, mas modifica-se de acorde com suas necessidades e reinventa suas estruturas internas. “O presente do ser é sua problemática em vias de resolução”.(SIMONDON, 2007).

---

<sup>4</sup> DELEUZE, Gilles. A imanência: uma vida... In: *Educação e realidade*; p.10-18, 2002.

Portanto, assim como coloca Brasil, o indivíduo não pode ser previsto, ele é simultâneo aos problemas que compartilha, por consequência, a resolução também não poderá ser preexistente. “Assim, em sai imanência, o indivíduo é sempre virtual”. (BRASIL, 2008)

### 3.2 Processo de modulação

O próximo passo para complementar o processo da individuação, segundo Brasil (2008) é a modulação, que o autor considera a maneira de operar o capitalismo avançado.

A modulação, como vimos, é o modo como o ser erra, como ele se defasa. Em outros termos, ela é a operação que permite a coincidência entre a imanência do ser e sua virtualidade, a coincidência do ser e do devir. Ao individuar-se, o ser se modula a si mesmo (...) se forma em se transformando”. (BRASIL, 2008)

Se nós investirmos na vida, através das estratégias da biopolítica, o capitalismo irá interferir diretamente na modulação do ser, ele irá controlar, portanto, os nossos erros. O que caracterizará o capitalismo atual, é a capacidade de simular a modulação. “A biopolítica provoca essa difícil coincidência - uma reversão – entre a potência da vida e sua impotência (o poder sobre a vida)”. (BRASIL, 2008).

Em suma, segundo o autor, pode-se concluir que no ponto onde a vida se modula, a biopolítica intervém, e a partir desse conceito, podemos definir que o capitalismo avançado é um capitalismo estético.

O capitalismo estético não se preocupa absolutamente com a criação de produtos, mas sim com a criação de mundos; Brasil transcreve a idéia de Lazzarato (2004), quando afirma que a empresa não cria apenas a mercadoria, os sujeitos que a produzem e a consomem, mas cria principalmente, o mundo onde objetos e sujeitos existem.<sup>5</sup>

Neste contexto, a modulação seria o processo e criação destes mundos, controla-se a diferença para criar modos de vida. Os pressupostos da liberdade, da criticidade e principalmente da transgressão da autonomia, são esvaziados e colocados a serviço e formas de exploração do capitalismo. (BRASIL, 2008).

---

<sup>5</sup> LAZZARATO, Maurizio; P.229-237, 2004.

O desejo de liberdade inserido na realidade atual trabalharia as questões de emancipação:

“(...) a emancipação em relação às determinações capazes de limitar a constituição de si e a auto-realização dos indivíduos. Trata-se, de se libertar de todo condicionamento que nos impeça de ser o que desejamos ser”. (BOLTANSKI e CHIAPELLO, 1999 apud BRASIL 2008).

O que nos é subliminarmente imposto, segundo Brasil, é que temos o direito e a liberdade de produção e gerenciamento de nós mesmos, com autonomia e flexibilidade, desde que consumamos, para reinventar nossa conduta de vida e identidade com produtos oferecidos apenas para nos auxiliar nesta empreitada, ou seja, de uma forma ou de outra somos controlados.

O meio comercial consegue transformar práticas exteriores à venda, em produtos para comercialização, que podem ser adquiridos por diversas pessoas.

Segundo Boltanski e Chiapello (1999) ocorrerá então a mercantilização da diferença, pois, ao mesmo tempo em que aquilo que é autêntico deve permanecer fora do meio comercial, descobre-se na verdade, que isto será extremamente rentável, portanto, estes “produtos” precisarão passar por operações, para proporcionar uma produção em massa de “autênticos codificados”.

“A empresa nos oferece não apenas produtos materiais, mas serviços, informações, estilos de vida, formas de sociabilidade. Tudo aquilo que parecia exterior ou, ao menos, periférico, à racionalidade capitalista, passa agora para o centro de seus investimentos simbólicos e materiais”. (BRASIL, 2008).

As estratégias biopolíticas de consumo direcionam o capitalismo estético, que é levado a produzir aquilo que até então era considerado imaterial, subjetivo.

“Esse deslocamento dos investimentos do produto ao consumo, da produção de mercadorias à reprodução de subjetividades, do material ao imaterial, da engenharia à arte, se torna o próprio espírito do capitalismo avançado, sua alma. E a mediação que faz passar de um a outro - da racionalidade da produção à economia do afetos - é o *marketing*”. (BRASIL, 2008).

Assim como transcreve o autor nas palavras de Deleuze, “as empresas têm alma”; O meio não trabalha mais para reprodução de uma determinada ordem

social, mas para formar uma aliança entre o consumo e a maneira de viver, através desta realidade, coincide-se vida e produção.

“O marketing será então o conjunto de estratégias que permite tornar produto uma forma de vida e, em via inversa, transformar formas de vida em produtos. Se ele não se confunde com a publicidade é porque vai além, fazendo da nossa alma da empresa, como produtores e principalmente como consumidores que somos”. (BRASIL, 2008).

Para trabalhar com a subjetividade do cotidiano das pessoas, o capitalismo precisa mapear os desejos e o que almejam os consumidores, portanto, a mídia irá estimular esse comportamento de “confissão”, a fim de criar uma espécie de banco de dados, assim o consumidor não irá apenas adquirir o produto, mas será co-participe de sua execução.

“Seja do lado da produção, seja do lado do consumo, mais do que a vida, o que interessa nesse caso é sua potencialidade, as virtualidades que ela carrega, seu poder de, permanentemente, criar-se e reinventar-se. Trata-se ainda de explorar e mapear seus percursos físicos e informacionais, projetar sua paisagem visual e sonora, tudo isso como forma de antecipar desejos futuros e transforma-los em mercadorias no presente. Em suma, no contexto do capitalismo estético, o que deve ser investido é, não apenas a vida, mas, especificamente, aquilo que a move e que a faz descolar e defasar de si mesma”. (BRASIL, 2008).

Finalmente, a sugestão do autor para resistir esse império capitalista, seria a multidude, onde Brasil (2008) cita a definição por Antonio Negri e Michael Hardt, que afirmam ser um conjunto de singularidades, que não se reduz a uma identidade e que resta diferente as suas diferenças. Neste conceito, a multidude resistiria investindo em trabalho cooperativo.

“(...) império e multidude seriam, deste ponto e vista, soluções passíveis de um campo de possibilidades. Passar de uma para outra se resume, no conjunto diverso destas formulações, em duas palavras: criar e resistir. (...) cria-se para resistir, mas a criação é justamente o que se alimenta e reforça aquilo contra o que se resiste”. (BRASIL, 2008).

#### 4. Construção midiática: modos de vida

“O que a mídia busca é reduzir a experiência e o acontecimento ao fato, ou seja, adequá-los a uma informação, uma explicação, à enunciação de uma verdade. Com isso, nos distancia do acontecimento e nos faz” turistas” na realidade dos outros”.(BRASIL, 2008).

No tópico anterior, pudemos analisar como os meios de comunicação junto ao capitalismo, conseguem comercializar modos de vida. Através da citação acima, podemos legitimar a afirmação de que a mídia manipula os acontecimentos a fim de produzir uma verdade e uma realidade, de acordo com os seus padrões de idealismo.

As informações são trabalhadas para eliminar experiências a partir do sensível, reduz-se a idéia do tempo presente, e foca-se no futuro, para que todos busquem incansavelmente uma situação “melhor” para si, mas desde que estejam consumindo o modo de vida adequado dentro do capitalismo.

(...) desvincular-se do peso de suas experiências é a condição para que o homem moderno - esse novo bárbaro, que fala uma língua desconhecida – possa construir sua sociedade de vidro. O homem moderno é, assim, aquele que recusa sua experiência, que aspira, ao contrário, libertar-se dela para ostentar sua pobreza externa e interna, na crença de que algo decente possa resultar disso”.(BRASIL, 2008)

O indivíduo acaba desperdiçando o valor de suas experiências presentes, numa aposta vazia de um horizonte de progresso, Brasil (2008) coloca que o homem moderno aposta na racionalização do tempo e da experiência, considera que quanto mais administrável for a realidade da pessoa, mais apta ao sucesso ela será.

Dentro desta realidade e para ilustrar os tópicos da nossa pesquisa, seguimos tirando algumas fotos de outdoors de Rio Claro-SP e Região. A seguir, podemos verificar as afirmações acima, de acordo com uma frase exposta em uma das fotografias, onde a Instituição de Ensino Filantrópica em questão se coloca como “ponte” para garantir o sucesso futuro do educando, se o mesmo optar pelo ensino desta escola conseguirá sua vaga na Universidade. Este processo de

“inculcação” é um dos inúmeros que os meios de comunicação utilizam, a fim de vender seus produtos e seus modos de vida;



Fotografia 1 – Instituição Filantrópica de Ensino de Rio Claro SP.

Brasil (2008) coloca que, este investimento no progresso e o “bombardeio” de produtos colocados pelo marketing geram uma simulação do tempo presente e uma expectativa de retorno com relação ao futuro.

“Hoje, no entanto, a aceleração produzida pela aliança entre tecnologia e marketing faz com que a linha reta do progresso se torne um círculo: se o progresso fazia da racionalidade uma aposta, nos impulsionando ao futuro, ao novo – com tudo o que nele havia de abertura e de ilusão – os processos de simulação possibilitados pelo avanço tecnocientífico, em aliança com as demandas de marketing, fazem o futuro se voltar sobre o presente tornando o progresso uma espécie de giro em falso. Um giro em que o futuro nos devolveria o que dele simulamos no presente”. (BRASIL, 2008).

Essa busca desenfreada de sucesso provoca alianças absurdas, colocando muitas vezes a educação como mais um produto a ser comercializado e negociado, descaracterizando completamente sua função de promover autonomia, de conhecimento, de sensibilização e reflexão. A segunda foto demonstra claramente esta postura exacerbada capitalista;



Fotografia 2 – Instituição de Ensino de caráter privado de Rio Claro SP.

Brasil (2008) descreve também sobre questões em torno da experiência estética, que seria a sensação imediata de uma situação vivida, trabalha com as emoções e sentidos das pessoas. Ela irá integrar o emocional à significação.

Dentro deste contexto, podemos analisar que os meios de comunicação trabalham com questões em torno dos sentidos, e procuram dar significação dentro dos desejos pessoais dos consumidores, assim quando expõe de forma materialista e manipuladora que você é exclusivamente responsável pelo seu futuro pode administrá-lo de acordo com suas escolhas, você lê um outdoor como o da fotografia a seguir, e sensibiliza a “participar” da realidade que lhe estão oferecendo, assim permanecem investindo na nossa subjetividade, transpondo as experiências estéticas em capitalismo estético.



Fotografia 3 – Instituição de Ensino Superior de caráter privado de Araras SP

Historicamente, nós somos a todo tempo moldados pelas imposições sociais, imposições muitas vezes que nos passam despercebidas e são erroneamente colocadas como manifestações culturais. As escolas particulares investem maciçamente em meios de divulgação, para que pais de crianças e adolescentes se convençam de que seus serviços são os mais eficazes e competentes para inserir os futuros adultos no mercado de trabalho.

Essa realidade é tão agressiva, que encontramos instituições de ensino voltadas especificamente para Educação Infantil, já inseridas nesta opção do capitalismo, expõe um outdoor excepcionalmente colorido, com uma frase de efeito poético, na intenção mascarada de agendar visitas e mais uma vez conquistar clientes.



Fotografia 4 – Escola de Educação Infantil de Rio Claro SP.

As frases colocadas nos outdoors sejam eles com a intenção de divulgar estabelecimentos comerciais ou escolas e faculdades, “jogam” com as palavras, provocando muitas vezes uma racionalização daquilo que seria puramente sensível, assim como disserta Brasil:

“ (...) há em todo ato de linguagem, em maior ou menor grau de comunidade, uma ordem racional da argumentação e um deslocamento sensível, a partir do qual algo tido como irracional pode tornar-se portador de razão” (BRASIL,2008).

Os destaques para as fotos a seguir, ilustram justamente essa posição da escola de supostamente trabalhar para a vida do aluno, ser a extensão da educação familiar, e garantir o ingresso do educando em uma instituição de caráter formativo baseado na criatividade.



Fotografia 5 - Instituição Filantrópica de Ensino de Rio Claro SP.



Fotografia 6 - Instituição de Ensino de caráter privado de Rio Claro SP.

Assim como dissertamos no capítulo anterior, o capitalismo estético busca produzir mundos, e faz isso através de um mapeamento dos desejos das pessoas, essa estratégia aliada ao marketing, cria divulgações como esta exposta na foto abaixo, legitima afirmações e comercializa o desejo do indivíduo de tornar-se alguém como a pessoa ilustrada no outdoor.



Fotografia 7 – Universidade de caráter privado de Leme SP.

Brasil (2008) disserta que na vida, o que se cria e se recria, é objeto apropriado do capitalismo, é um nicho propício para divulgação de suas idéias e estratégias.

A foto abaixo pertence a uma rede de escolas de educação infantil que segue até o ensino superior, extremamente conhecida por todo país, adotou um *layout* de divulgação chamativo e optou por localizar-se nas principais áreas de visibilidade, expôs suas propagandas em outdoors na entrada e na saída da cidade. Mais uma vez, podemos colocar que o meio social não só molda os indivíduos, mas contribui

para si (Brasil, 2008), portanto as palavras tribo e pertencer são colocadas em uma propaganda, previamente fecha-se um grupo de alunos, que será destinado para o fim formativo desta determinada instituição.



Fotografia 8 - Instituição de Ensino de caráter privado de Rio Claro SP

Insisto em colocar, que o mercado trabalha de forma avassaladora, para transformar tudo em produto para comercialização, e as instituições de ensino de caráter privado por sua vez, aliam-se ao *marketing*, na busca de vender e garantir seu espaço neste meio competitivo dominado pelo capitalismo estético.

As funções reais da escola e de seus atores se perdem nesta realidade. Ainda que saibamos que, dentro das instituições particulares (pelo menos até o nível médio) procura-se manter um padrão elevado de competências e qualidade, se a mesma está com seus objetivos voltados para dentro da lógica mercadologia, a autonomia, a liberdade e a coletividade, ficam comprometidas e submissas ao individualismo e a méritocracia das ações realizadas. A infância e todas as outras

fases escolares do educando acabam por se resumir nas qualidades de suas produções.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao decorrer da realização deste trabalho, pude compreender e refletir sobre diversos aspectos sobre a infância, as ideologias midiáticas, o marketing, a propaganda e o mercado. Dentro desta realidade e para analisar alguns tópicos sobre a infância, ler os aspectos delineados por Platão sobre o período pueril coloca em questão os aspectos políticos e as expectativas que são depositadas nos educandos que passam por esta fase.

Como vimos, no período de vivência do filósofo, a educação ministrada aos infantes, baseava-se na melhoria da condição de vida dos componentes da *pólis*, desejam instruir os jovens, para garantir uma determinada normatização das sociedades posteriores, consideravam que era a partir da infância que tudo se construía e que uma boa educação poderia mudar o rumo de uma comunidade.

Por mais que esta visão pareça ser positiva, ou até mesmo utópica, o caráter de infância vazia, no sentido de não atribuírem significação aos desejos, a capacidade de autonomia da criança e a constante espera do devir, acabam colocando esta fase como suscetível a manipulações e moldagens exclusivas por que detém o poder das administrações governamentais.

Foucault trabalha este assunto, abordando o tema da disciplina nas escolas, que não seria nada além do que um poder exercido de forma verticalizada e castrador, a fim de conter os alunos e manter o *status quo* nas ordens sociais.

Podemos sim criar expectativas em torno do universo infantil, mas como descreve Brasil (2008), a infância é um período de experimentação:

“A infância é, assim, o que em meio a tantos clichês, nos possibilita experienciar o mundo, de novo e novamente (...) Ela é, nesse sentido, um mistério: enunciada a palavra, algo permanece por ser enunciado; recebida, algo permanece por se apreender; feita a imagem, algo permanece por se fazer; vista, algo há ainda por ser visto”. (BRASIL, 2008).

A infância representaria tudo o que ainda está por vir, mas carrega consigo tudo o que aprende o que observa; “Aquilo que tem na infância a sua pátria

originária, rumo à infância e através da infância, deve-se manter em viagem”. (AGAMBEN, p. 59, 2005).

Não devemos entender essa passagem, como momentos agradáveis à nossa lembrança apenas, mas tudo o que vivenciamos ali, principalmente como educandos, nos foi latente, em potência.<sup>6</sup>

A mídia aproveita esse período de experimentação, e bombardeia os pequenos, através de imagens, desenhos, outdoors e outros meios de comunicação, a fim de vender suas mercadorias. Mas essa realidade não fica (logicamente) cerceada apenas ao público infantil, aliada ao *marketing*, as propagandas querem envolver e atribuir valores de venda a tudo, incluindo a educação e modos de vida, que abarca nosso tema neste trabalho.

Assim como pudemos analisar durante o capítulo II e III deste trabalho, o mercado de divulgação investe incansavelmente nas ideologias, para delinear condutas e aspectos de vida, que são desejáveis dentro do padrão do capitalismo estético.

Ao escolher os outdoors como meio ilustrativo das minhas análises, meu objetivo foi demonstrar a submissão da nossa sociedade alienada, ao mercado de trabalho e seus modos de vida desejáveis, porém inalcançáveis a maioria da população.

A educação como mercadoria, a saúde como mercadoria, a vida como mercadoria, nos coloca em uma vivência de abstração.

“(…) o espetáculo e o consumo representam a fase extrema do capitalismo que visa ‘sacrilizar’ os objetos, as linguagens e os dispositivos, separando-os da experiência dos homens. A religião do capitalismo visa a criação de um *Improfanável* absoluto”. (AGAMBEN, 2006).

Assim como descreve Brasil (2008), nós temos dificuldade de resistir ao capitalismo estético, pois o mesmo trabalha com o afeto e a criação com o objetivo de estimular “falsos” desejos e realizações pessoais.

Escolhi outras duas fotos para finalizar as ilustrações do meu trabalho; A primeira me chamou a atenção pelo fato de conter igual frase de efeito, que outra escola da mesma cidade (foto 5), optou por descrever em um dos outdoors, e um

---

<sup>6</sup> BRASIL, André. Tese: “Modulação/Montagem: ensaio sobre biopolítica e experiência estética”, 2008.

detalhe mais intrigante é a localização, os dois meios de divulgação estão no mesmo bairro, com distância apenas de alguns quarteirões.



Fotografia 9 – Escola de Educação Infantil de Rio Claro SP.



Fotografia 10 - Universidade Filantrópica de Campinas SP.

A última foto é capaz de demonstrar vários aspectos descritos até então. Essa instituição de ensino superior de caráter filantrópico destaca a possibilidade de realização profissional e pessoal através do ingresso e escolha da unidade.

Ao fundo da 'garota-propaganda', vários símbolos são colocados ilustrando as oportunidades as quais os alunos poderão escolher para realizar sua história dentro da academia.

Concluindo, transcreverei um trecho de uma parábola *benjaminiana* que li na tese do autor Brasil (2008):

“Um rabino, um verdadeiro cabalista, disse um dia: para instaurar o reino da paz não é necessário destruir tudo e dar início a um mundo completamente novo; basta apenas deslocar ligeiramente esta taça ou este arbusto ou aquela pedra, e proceder assim em relação a todas as coisas”.

Por mais que a realidade de capitalismo pareça intransponível, ainda podemos e devemos nos mobilizar para impedir as abstrações e “inculcações” ideológicas inseridas através do sensível no nosso cotidiano.

Mesmo que através de pequenas (do ponto de vista global) ações, os educadores têm o dever de transmitir informações, valorizar a cultura e combater a ignorância, procurando impedir que o povo se transforme em massa suscetível a manipulação de um meio mercadológico avassalador com o único intuito de nos coagir modos de vida sem valor ou qualquer significação dentro da nossa realidade.

**REFERÊNCIAS:**

**BAKHTIN**, Mikhail M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes. 1992.

**BAKHTIN**, Mikhail M. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. São Paulo: Hucitec. 1988.

**BENJAMIN**, Walter. **Obras escolhidas II: rua de mão única**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

**BENJAMIN**, Walter. **Origine du drame baroque allemand**. Trad. Sibylle Muller. Paris, 1985.

**BRAIT**, B. Bakhtin-Conceitos-Chave. Editora Contexto, 2005.

**BRASIL**, A. **"Modulação/Montagem: ensaio sobre biopolítica e experiência estética**. Tese de Doutorado, Faculdade de Comunicação e Artes PUC-Minas Gerais, 2008.

**CAMARGO**, J.E. e **SOARES**, L. **"O Brasil das Placas"**.São Paulo: Panda Books,2007.

**CHARLOT**, B. **A idéia de infância na filosofia de Platão**. Resenha de Metafísica e Moral, Paris, 1977.

**DELEUZE**, G.; **O que é a filosofia?** São Paulo: Editora 34, 1993.

**DELEUZE**, G. **A imanência: uma vida...** In: Educação e realidade; p.10-18, 2002.

**FARRACO**, A. C. **Diálogos com Bakhtin**. Editora Ufpr,2007.

**FREITAS, L.C. Avaliação educacional: caminhando pela contramão.** Petrópolis: Editora Vozes, 2009.

**FOUCAULT, Michel.** “O sujeito e o poder”. In.: RABINOW, Paul e DREYFYS, Hubert. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

**GLUCKSMANN, A. O décimo primeiro mandamento.** Instituto Piaget, 1993.

**LAZZARATO, M. “As revoluções do capitalismo”**, 2004.

**LEITE, C.D.P. Labirinto: infância, linguagem e escola.** Tese de Doutorado, Faculdade de Educação, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, SP, 2002.

**LEITE, C.D.P. Escritas e Sujeitos - Histórias de inter-constituição.** Taubaté-SP: Cabral Editora Universitária, 1998.

**LEITE, C.D.P. Entre imagens e olhares: cinema, infância e prática docente.** Projeto referente ao Programa de Pós-Graduação em Educação-Instituto de Biociências – UNESP -Rio Claro SP, 2008.

**RIANI, C. Linguagem & Cartum...tá rindo do quê?Um mergulho nos salões de humor de Piracicaba:** Editora Unimep, 2002.

**SIMONDON, G. A gênese do indivíduo.** Editora Jonathan Crary, 2007.

**SOUZA, S.J. Infância e Linguagem - Bakhtin, Vygotsky e Benjamin:** Editora Papyrus, 2004.

**KOHAN, W. Infância. Entre educação e filosofia.** Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2003.

---

Orientador: Profº Doutor César D. P. Leite

---

Aluna: Juliana de Freitas Machado