

UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
DIRETORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO



**REPRESENTAÇÕES DA LOUSA NA MÍDIA ESCRITA:
UM ESTUDO EM REVISTAS SEMANAIS**

VÉRA LUCIA BONACINA

ORIENTADORA: PROF^ª DR^ª ROSA MARIA HESSEL SILVEIRA

Canoas, 2006.

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
DIRETORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO



**REPRESENTAÇÕES DA LOUSA NA MÍDIA ESCRITA:
UM ESTUDO EM REVISTAS SEMANAIS**

VÉRA LUCIA BONACINA

ORIENTADORA: PROF^a DR^a ROSA MARIA HESSEL SILVEIRA

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Luterana do Brasil para obtenção do título de MESTRE em Educação.

Canoas, 2006.

À memória de meus pais:

Ennini, professora leiga, que ensinou, usando lousa, ardósias individuais e lápis de pedra, no meio rural de Montenegro, nos idos de 1943.

Antônio, o contador e leitor de histórias, que me ensinou a ter prazer pela leitura.

Agradeço...

A Deus, por ter me guiado nesta longa caminhada;

À Professora Rosa Maria Hessel Silveira, pela orientação firme e competente; grande incentivadora e amiga.

Aos membros da banca, Professoras Iole Maria Faviero Trindade, Maria Lúcia Wortmann, Maria Isabel Edelweiss Bujes, por terem aceito o convite feito por mim e por minha orientadora;

À minha família pela compreensão, principalmente nos momentos finais, que são sempre os mais tensos e difíceis;

A todas as pessoas que, de alguma forma, colaboraram para a realização deste trabalho.

A Pedra de Toque

Isto que se pensa
isto que se diz
é o toque da pedra
o milagre do giz.

É o deslumbramento
de se poder gravar
na ardósia do momento
o grifo do mal estar.

É o pressentimento
de se poder somar
o riso com o risco
o rictus com o mar.

É possuir-se o lento
tempo de calar
(mui leal conselheiro
dos que sabem cantar).

É esperar-se por dentro
o que nos vem de fora
e atirar a pedra
nos homens e na hora.

José Carlos Ary dos Santos

RESUMO

A lousa é, entre os materiais escolares utilizados ao longo da história da educação, no mundo ocidental, o que mais se manteve, tendo, inclusive, o seu uso modificado e ampliado. Além de sua presença marcante em salas de aula, ela se encontra retratada nos mais variados veículos midiáticos como: jornais, televisão, cinema, revistas, em matérias informativas ou publicitárias. O objetivo desse estudo é verificar quais são as representações e significados de lousa encontrados na mídia escrita, mais precisamente nas revistas semanais de grande circulação nacional: *Veja*, *Vejas Regionais*, *Isto É*, *Isto É Dinheiro*, publicadas no período compreendido entre novembro de 2003 e julho de 2006, tanto em notícias e reportagens, quanto em propagandas. Para a realização das análises, busco o aporte necessário nos conceitos de mídia, representações e pedagogias culturais, dentro dos Estudos Culturais, onde esse trabalho se insere. Valho-me de autores como: Stuart Hall, Douglas Kellner, Tomaz Tadeu da Silva, Valerie Walkerdine, Katryn Woodward, Rosa Hessel Silveira, Marisa Vorraber Costa, Iole Faviero Trindade, Maria Lúcia Wortmann, entre outros autores. O trabalho encontra-se estruturado em sete capítulos e o capítulo sobre as análises está subdividido em quatro categorias não estanques, mas apresentadas, como um recurso para uma melhor organização das mesmas, de acordo com certas regularidades encontradas. São elas: a) lousa como parte do cenário escolar, b) lousa como mero cenário para personagens, c) lousa estilizada e d) lousa ao lado de novos artefatos tecnológicos. O estudo conclui que existe uma persistência das representações de lousa na mídia escrita, sinalizando tanto a professoralidade, quanto a escola, a educação de forma geral, ou, ainda, como símbolo de confiabilidade e verdade.

Palavras-chave: Estudos Culturais, Representações, Pedagogias Culturais, lousa, revistas

ABSTRACT

The blackboard is the most maintained among the schoolthings used along of the history of education in the western world, even having its use modified and amplified. Despite its remarkable presence in classrooms, it can be found portrayed in the most varied media vehicles as newspapers, television, cinema, magazines, in informative and advertising matters. The purpose of this study is to verify which are the representations and significations of the blackboard found in the written media, more precisely in weekly magazines of great national circulation: *Veja*, *Vejas Regionais*, *Isto É*, *Isto É Dinheiro*, published in the included period between November 2003 and July 2006, in pieces of news and newspaper reports as well as in advertising. For the analysis achievement I search the necessary sustenance in the media concepts, representations and cultural pedagogies, inside of Cultural Studies, where this work is inserted. I avail myself of authors such as: Stuart Hall, Douglas Kellner, Tomaz Tadeu da Silva, Valerie Walkerdine, Katryn Woodward, Rosa Hessel Silveira, Marisa Vorraber Costa, Iole Faviero Trindade, Maria Lúcia Wortmann, among other ones. This work is structured in seven chapters, and the chapter about the analysis is subdivided in four non-stagnant categories, but it is presented, as a resource for its better organization, according to some regularities that are found. They are: a) the blackboard as a part of school scenery, b) the blackboard as a mere scenery to characters, c) the stylized blackboard and d) the blackboard beside new technological artifacts. The study concludes that there is persistence of the representations of the blackboard in the written media, signaling the professorial mark as well as school, education in a general aspect, or, even, as a symbol of confidence and truth.

Keywords: Cultural Studies, Representations, Cultural Pedagogies, blackboard, magazines

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 – Foto de Alberto Carlos Lima, Escola Secundária de Camões, arquivo fotográfico Municipal de Lisboa	19
Figura 02 – Foto de Armando Seródio, Escola Rainha Dona Amélia, arquivo fotográfico Municipal de Lisboa	21
Figura 03 – Anúncio publicitário	24
Figura 04 – Reportagem sobre educação	24
Figura 05 – Lousa interativa brilha no evento.....	25
Figura 06 – Como usar o quadro-de-giz.....	27
Figura 07 – Como usar o quadro-de-giz.....	28
Figura 08 – O campeão da engenharia.....	62
Figura 09 – Existe outra diferença.....	64
Figura 10 – As melhores da turma	65
Figura 11 – Ensino reprovado	66
Figura 12 – Falência da educação brasileira.....	67
Figura 13 – Doadores quem são os empresários que mais investem no social.....	68
Figura 14 – Anúncio publicitário	68
Figura 15 – Anúncio publicitário	69
Figura 16 – Superdotados, mas carente de atenção.....	71
Figura 17 – Cabeças pensando	71
Figura 18 – A moeda eleitoral de Lula.....	72
Figura 19 – O grande salto para trás.....	73
Figura 20 – Anúncio publicitário	74
Figura 21 – Anúncio publicitário	75
Figura 22 – Com medo dos alunos	77
Figura 23 – Com medo dos alunos	78
Figura 24 – E eles nem falam do salário	78
Figura 25 – Anúncio Publicitário.....	79
Figura 26 – Idiomas para fazer bons negócios.....	80
Figura 27 – Sete de setembro vermelho	81
Figura 28 – Anúncio publicitário	82
Figura 29 – Solo de guitarra	84
Figura 30 – A voz do coração.....	85
Figura 31 – Na vertical	85
Figura 32 – Jogo macabro	86
Figura 33 – Será que funciona?	87
Figura 34 – Para quem troca letras	88
Figura 35 – Por que o Chile dá certo.....	89
Figura 36 – A melhor escola para alfabetizar	89
Figura 37 – É Santa Catarina.....	90
Figura 38 – Turma de alunos do Curso de Direito.....	90
Figura 39 – Tudo é relativo.....	92
Figura 40 – Einstein	92
Figura 41 – Beleza matemática.....	93
Figura 42 – Antídoto atômico	94
Figura 43 – E Ele criou a WEB.....	95
Figura 44 – E Ele criou a WEB.....	95

Figura 45 – O brilho do lado oculto das coisas.....	96
Figura 46 – Doses de dúvidas.....	97
Figura 47 – Equações, futebol e forró	98
Figura 48 – O futuro a jato.....	99
Figura 49 – O futuro a jato.....	99
Figura 50 – Vestibular a fórmula dos campeões	100
Figura 51 – Vestibular a fórmula dos campeões	101
Figura 52 – O cérebro devassado	102
Figura 53 – Eles vão ficar impossíveis	103
Figura 54 – Yes, eles têm homem-bomba	104
Figura 55 – Escrevo-lhe esta carta.....	105
Figura 56 – Escrevo-lhe esta carta.....	106
Figura 57 – O produto Serra.....	107
Figura 58 – O Brasil sai do sufoco	108
Figura 59 – O Brasil sai do sufoco	108
Figura 60 – Cinco mistérios e uma clareza	109
Figura 61 – À sombra do pânico	110
Figura 62 – Eles querem o emprego delas	111
Figura 63 – Anúncio publicitário	112
Figura 64 – Anúncio publicitário	113
Figura 65 – Anúncio publicitário	113
Figura 66 – Anúncio publicitário	114
Figura 67 – Anúncio publicitário	115
Figura 68 – Anúncio publicitário	117
Figura 69 – Anúncio publicitário	119
Figura 70 – Anúncio publicitário	120
Figura 71 – Anúncio publicitário	121
Figura 72 – Anúncio publicitário	122
Figura 73 – Anúncio publicitário	123
Figura 74 – Anúncio publicitário	124
Figura 75 – Anúncio publicitário	124
Figura 76 – Anúncio publicitário	126
Figura 77 – Anúncio publicitário	126
Figura 78 – Anúncio publicitário	127
Figura 79 – Anúncio publicitário	128
Figura 80 – Anúncio publicitário	129
Figura 81 – Anúncio publicitário	130
Figura 82 – Fotomontagem “To be or not to be”.....	131
Figura 83 – O melhor investidor de sua geração.....	132
Figura 84 – O projeto de Tarso	134
Figura 85 – Os vôos da reeleição.....	134
Figura 86 – Com a palavra o professor	135
Figura 87 – Querem mudar o á-bê-cê	136
Figura 88 – A vez dos incrédulos	137
Figura 89 – Madraçais do MST	137
Figura 90 – É como o orkut... mas tem trilha sonora.....	138
Figura 91 – Assim vai mal	140
Figura 92 – 7 lições da Coréia para o Brasil	142
Figura 93 – Na trilha coreana	143
Figura 94 – A viagem ao circo de Chávez.....	143

Figura 95 – Mundo Livre S/A.....	144
Figura 96 – O filhote da Unicamp.....	145
Figura 97 – Ligação direta com o mercado	145
Figura 98 – Anúncio publicitário	146
Figura 99 – Anúncio publicitário	147
Figura 100 – A vida sem fio.....	148
Figura 101 – A geração da lousa eletrônica	149
Figura 102 – Escolas high-tech	150

SUMÁRIO

RESUMO.....	06
ABSTRACT.....	07
LISTA DE FIGURAS.....	08
PRIMEIRAS PALAVRAS.....	12
1 O QUE ME LEVOU A PESQUISAR	14
2 A LOUSA.....	18
2.1 A HISTÓRIA DE UM ARTEFATO.....	18
2.2 REGRAMENTOS: CONSULTANDO VELHOS MANUAIS.....	26
3 ALGUNS APONTAMENTOS SOBRE MÍDIA, REVISTAS, REPORTAGENS, NOTÍCIAS E PUBLICIDADE	31
3.1 A MÍDIA.....	31
3.2 REVISTAS	33
3.3 REPORTAGENS E NOTÍCIAS	36
3.3.1 Reportagens	36
3.3.2 Notícias	38
3.4 PUBLICIDADE E PROPAGANDA.....	39
3.4.1 Fotojornalismo, Fotografia e Fotomontagem	42
4 INSERINDO O TRABALHO NOS ESTUDOS CULTURAIS.....	49
4.1 BREVE NOTÍCIA SOBRE OS ESTUDOS CULTURAIS.....	49
4.2 Discussão sobre Representações	51
4.3 Discussão sobre Pedagogias Culturais	53
5 ORGANIZANDO A PESQUISA	55
6 ANALISANDO O MATERIAL	61
6.1 LOUSA COMO PARTE DO CENÁRIO ESCOLAR	61
6.2 LOUSA COMO CENÁRIO PARA PERSONAGENS	91
6.3 A LOUSA ESTILIZADA	111
6.4 NOVAS TECNOLOGIAS ESTÃO CHEGANDO, MAS A LOUSA PERMANECE..	139
APONTAMENTOS FINAIS	151
REFERÊNCIAS.....	157

PRIMEIRAS PALAVRAS

Ao passar a prestar uma atenção mais detalhada às imagens que apareciam nos mais diferentes tipos de mídia, detive-me nas imagens de lousa que apareciam em todos eles, principalmente nas revistas. Como nas revistas que tratavam de educação estas imagens eram muito freqüentes e pareciam ter um lugar natural, resolvi verificar em quais outras revistas de circulação nacional e semanal elas também apareceriam. Detive-me, então, nas revistas *Veja*, *Vejas Regionais*, *Isto É* e *Isto É Dinheiro*, buscando esta presença e seu significado.

Este trabalho se propõe a estudar as representações e significados de lousa nas imagens na mídia escrita e as condições de possibilidade que permitiram e permitem sua manutenção como um ícone presente e permanente, como símbolo da docência e da escolarização, tanto em peças publicitárias inseridas em revistas destinadas a persuadir leitores sobre a qualidade de diversificados produtos e idéias, quanto em reportagens e notícias ligadas à educação e outros assuntos. Tendo em vista uma melhor organização da dissertação, esta se encontra dividida em sete capítulos.

No primeiro capítulo, relembro alguns fatos de minha vida acadêmica e profissional, relatando os motivos que me levaram a realizar esse estudo, bem como a visão que tinha antes sobre a lousa e a que passei a ter depois de iniciada a pesquisa.

No segundo capítulo, faço uma retrospectiva para contar um pouco da história dessa grande invenção – tão antiga e tão atual – que é a lousa. Descrevo sua trajetória desde a introdução da pedra ardósia, no século XVIII, passando por todas as transformações que sofreu, até chegar às novas tecnologias e à sua mais nova versão que é a lousa digital. Abordo ainda os regramentos do uso da lousa, que consultei em “velhos manuais de didática”.

No terceiro capítulo faço alguns apontamentos sobre mídia, revistas e alguns gêneros jornalísticos como: reportagens e notícias, publicidade e propaganda, fotojornalismo, fotografia e fotomontagem, para propiciar um melhor entendimento da análise do material.

No quarto capítulo, procuro inserir o trabalho no amplo campo dos Estudos Culturais, escrevendo sobre eles e explicando ainda sobre os fundamentos teóricos necessários para o embasamento do trabalho, a saber: representações e pedagogias culturais.

No quinto capítulo, situo o corpus da pesquisa, meus objetivos e minhas questões de pesquisa. Já no sexto capítulo realizo as análises desse corpus, partindo dos conceitos de representação trazidos pelos Estudos Culturais. A partir do manuseio do material e da análise, decidi dividi-la em quatro categorias, organizadas a partir de certas regularidades que encontrei: lousa como parte do cenário escolar; lousa como mero cenário para personagens; lousa estilizada; lousa e as novas tecnologias.

Devo ressaltar que não há aqui nenhuma intenção de fazer prescrições ou julgamentos sobre o uso e/ou abandono da lousa, mas simplesmente analisar as representações assim como elas aparecem nas revistas, procurando através de um processo detalhado e exaustivo de análise encontrar as respostas para as questões de pesquisa que me inquietam.

1 O QUE ME LEVOU A PESQUISAR

Reportando-me ao início de minha vida escolar, mais precisamente à alfabetização, lembro-me do grande desejo que tinha, aos seis anos de idade, de saber ler e escrever. Porém nem tudo era fácil e me incomodavam muito os momentos em que a professora escrevia, escrevia e apagava, rapidamente, cobrindo o quadro de exercícios, repetidas vezes, como se fizesse isso para castigar alguns que conversavam, não paravam quietos ou não copiavam, no mesmo ritmo em que ela escrevia. Era aquele “enche o quadro, escreve e apaga, escreve e apaga”. Procurei sempre acompanhar o seu ritmo, mas a letra ia aumentando, aumentando e ficando muito feia, uns “garranchos”, de acordo com a avaliação de minha mãe. Esta, por sua vez, quando revisava o caderno, apagava o que achava que estava “feio” e fazia com que eu refizesse tudo de novo.

Apesar de não ter tido dificuldades na escola, sempre olhei para a lousa como um artefato escolar que, apesar de auxiliar na transmissão de conhecimentos, também podia ser usado, por aquela e por outros professores que me deram aula, como instrumento que, na época, me parecia de *castigo*, mas que, atualmente, após ler o que Foucault escreveu sobre a escola em “Vigiar e Punir”, vejo como instrumento de *poder*, disciplinamento e docilização dos corpos. “Nas escolas elementares, a divisão do tempo torna-se cada vez mais esmiuçante; as atividades são cercadas o mais possível por ordens a que se tem que responder imediatamente” (FOUCAULT, 2004, p. 128).

Ao iniciar minha formação docente no Curso Normal (na época, Escola Normal 1º de Maio), continuei a prestar atenção na maneira como o quadro era usado por meus professores e como as prescrições e recomendações que davam sobre a maneira de usá-lo não eram seguidas pelos mesmos. Lembro-me de algumas, do tipo: “não fique de costas para os alunos muito tempo”; “não retenha muito a mesma criança no quadro, porque os outros podem sentir-se prejudicados com a preferência”; “faça uso do quadro”, “escreva o que for importante”, “faça síntese, chaves”, “desenhe nele” e, principalmente, “escreva ordenadamente”. Nessa direção, Britto e Manatta (1975, p. 235) listavam em sua “Didática Especial”, para uso das escolas Normais e Institutos de Educação, os seguintes requisitos que deveriam ser seguidos ao se utilizar o quadro de giz:

- escrever de modo legível e organizar corretamente o material;
- conservar o quadro limpo e desimpedido;
- escrever do alto para baixo e da esquerda para a direita;
- escrever bastante alto para que todos possam ver;
- o professor deve colocar-se a um lado, para que todas as crianças vejam o que está escrito no quadro;
- o quadro-de-giz deve ser usado não só pelo professor, mas também pelos alunos (BRITTO E MANATTA, 1975, p. 235).

Éramos incentivadas a utilizar técnicas diferenciadas, exercícios atraentes, cartazes e por aí afora, mas os professores (não todos, mas a grande maioria) continuavam, simplesmente, a encher o quadro de conteúdos e a apagá-lo, imediatamente.

Ao passar a exercer a docência, já no estágio, comecei a perceber que alguns alunos não conseguiam acompanhar meu ritmo de escrita no quadro, embora fossem pequenos (estagiei com Segunda série e, logo após, alfabetizei por dois anos seguidos). A cópia para esses era penosa, enfadonha e, muitas vezes, até impossível de realizar, pois alguns alunos não conseguiam permanecer sentados e concentrados por muito tempo. Um deles não conseguia nem manter o mesmo caderno durante uma semana, estando este sempre incompleto ou mesmo sem nada escrito.

Mais tarde, ao trabalhar com alunos de mais idade, após concluir a Licenciatura em Letras – Português, na Unisinos, apesar das técnicas utilizadas na época (1980), como: módulos de ensino, estudo dirigido, fichas individuais e outras, o quadro continuava com o seu lugar garantido na sala de aula e, hoje analiso, utilizado como demonstração de poder do professor. Em uma das escolas em que trabalhei com séries iniciais havia uma, entre as demais colegas, que colocava todos os conteúdos no quadro, dava uma pequena explicação e depois ficava parada na porta, com os braços cruzados, esperando os alunos terminarem de copiar. Dentro da sala, nenhuma palavra, o silêncio e a ordem eram absolutos. Marcava, em seu relógio, o tempo para os alunos copiarem e apagava o quadro. Procedia dessa mesma forma, com raras exceções (em dias festivos, quando havia aula de educação física ou artes), até o final da aula. Era considerada por muitos como aquela que tinha “domínio da classe”.

Ao especializar-me em Psicopedagogia, trabalhando no consultório, e, antes mesmo, quando apenas dava aulas particulares, o quadro sempre esteve presente. Eram queixas e mais queixas, histórias e mais histórias sobre a forma como os professores utilizavam o mesmo, preenchendo o quadro e apagando, tão

rapidamente que os alunos ficavam muito atrapalhados e não conseguiam copiar nada ou copiavam pela metade, não conseguindo realizar as tarefas propostas.

Ao escrever a monografia para conclusão do Curso de Pós-Graduação em Identidade, Trabalho e Formação Docente, que cursei na Universidade Luterana do Brasil (concluído em 2004), denominada “Representações de professores trazidas por crianças com dificuldades de aprendizagens”, pude observar que, na maioria dos desenhos e relatos analisados, a presença da lousa era uma constante. Deparei-me aí com os mais diferentes discursos sobre os professores e, dentro desses mesmos discursos, referências diversas sobre a lousa. Juntou-se a isso toda uma vivência com este artefato, tanto no exercício do magistério, como no trabalho como psicopedagoga clínica, no consultório. Eram queixas e mais queixas, histórias e mais histórias sobre professores que continuavam a utilizá-la da mesma forma que os que já citei anteriormente e que continuavam deixando alguns alunos muito atrapalhados, sem conseguir copiar nada ou copiando apenas a metade do que lhes era proposto. Esse fato, na maioria das vezes, tornava-lhes difícil e penosa a realização das tarefas propostas, impedindo-os, inclusive, de copiar o tema de casa e sobrecarregando os pais, que precisavam pedir emprestado os cadernos dos seus colegas de aula, para que o conteúdo e o tema fossem recuperados.

Por outro lado, havia também um enorme fascínio em algumas dessas crianças pela lousa, um desejo muito grande de ter em casa uma igual, mesmo que de tamanho menor e, também, uma expressão de grande felicidade, quando me pediam para escrever ou desenhar na que possuo no consultório.

Após ter contato com os Estudos Culturais e principalmente com as análises dos mais diferentes artefatos culturais, passei a observar com muito mais atenção a presença da lousa nos mais diferentes contextos que não somente o de sala de aula, mais precisamente em jornais, revistas, panfletos, livros de literatura, televisão, cinema, bares, cafés, açougues e no pequeno comércio. Surgiu então, após reflexões e conversas no grupo de orientação com a Professora Rosa Hessel Silveira, a idéia de tomá-la como objeto de pesquisa.

Antes de iniciar a coleta do material para as análises, minha visão sobre a lousa era diferente daquela que passei a ter depois de observar e refletir sobre todo o material que coletei (o que selecionei para análise e o que foi descartado) e fazer as relações com as leituras realizadas sobre os Estudos Culturais e os conhecimentos adquiridos durante as aulas, tanto da Especialização, quanto do

Mestrado em Educação. Minha visão anterior era aquela em que a lousa estava apenas ligada às questões de escola, aprendizagem de conteúdos e de dificuldades que os alunos, professores e eu, como aluna, professora e psicopedagoga, encontrávamos em nossa relação com ela.

Ao observá-la nos mais diferentes contextos, houve um momento em que me detive em suas representações na Mídia contemporânea, mais precisamente na Mídia Contemporânea Escrita. Como o material era bastante vasto, detive-me nas revistas. A quantidade ainda era grande e, nesse momento, optei por analisar o material que encontrei nas Revistas *Veja*, *Vejinha*, *Isto É* e *Isto É Dinheiro*. Fiquei impressionada com a quantidade de propagandas, reportagens e notícias em que a lousa aparece nestas revistas e a riqueza de material que fornecem para uma análise dentro dos Estudos Culturais, que me permitem articular, ao mesmo tempo, campos tão diferentes, como são a Educação e a Comunicação.

Pesquisando sobre trabalhos que já teriam sido realizados sobre a lousa, no Portal da Capes, encontramos apenas a dissertação de mestrado em Educação, de Valdeniza Maria da Barra, da PUC de São Paulo, realizada em 2001, intitulada “Da pedra ao pó: o itinerário da lousa na escola paulista do século XIX”. Este trabalho apresenta, dentro da perspectiva da educação e através de pesquisa de natureza empírica, as relações entre o processo de constituição da forma escolar moderna e os materiais que foram utilizados pelas escolas públicas paulistas de instrução elementar, durante o século XIX, destacando a lousa.

Ao finalizar este capítulo, vejo-me imersa dentro desta perspectiva de análise que o campo dos Estudos Culturais me permite e me ajuda a fazer, voltada mais especificamente para as propagandas, reportagens e notícias que, de uma forma ou outra, trazem representações de lousa. Procurarei, nesta análise, manter sobre elas um olhar crítico que me permita vê-las como artefatos culturais e produtos da Mídia Contemporânea Escrita, tentando sempre fazer a articulação entre estes dois campos diferentes, mas para mim tão próximos, que são a mídia e a educação.

2 A LOUSA

2.1 A HISTÓRIA DE UM ARTEFATO

Ao pesquisarmos sobre os artefatos escolares, verificamos que o seu aparecimento, uso e modificações nos mostram muito sobre as práticas escolares que foram sendo utilizadas ao longo da história da educação e também sobre as mudanças que elas sofreram. Souza (1998, p. 224) nos diz que “A lousa¹ é, dentre tais artefatos, um dos que não só se manteve, mas também teve o seu uso modificado e ampliado”. Para buscarmos, na História da Educação, o momento em que a lousa passou a ser usada, as transformações pelas quais passou e para entender como ela permanece até os dias de hoje, como um artefato escolar, precisamos mergulhar e voltar no tempo, em alguns séculos.

As primeiras lousas eram feitas de um material denominado ardósia, cuja etimologia seria proveniente do seu emprego arquitetônico na “Irlanda, mais precisamente em uma localidade chamada Ardy (vocábulo que por sua vez tem origem no nome celta ard, que quer dizer pedra)”. Também na Europa, a “pedra”, “ardósia” ou “lousa”, passou a ser utilizada como material escolar, com o objetivo de ensinar aos pobres, em uma época em que também os meninos chegaram à escola, no final do século XVIII (BOSC, 1879, apud BARRA, 2001, p.12). Veiga-Neto (2002, p.98) nos informa que se instalou, nessa época, um “novo tratamento para a infância”, com referências encontradas na “ratio studiorum”, nos “manuais de civildade”, nos tratados de civildades do aprendiz cortesão “, bem como naqueles que, segundo ele, se transformaram em “tratados de civildade pueril e cristã dos Lassalistas, destinados a crianças pobres”. Utilizavam-se, até então, para esta

¹ Utilizo o termo lousa, nessa dissertação, por ser a mais encontrada em todos os materiais pesquisados e parece ser a de uso mais geral no Brasil. Não raras vezes, em um mesmo artigo ou livro, as expressões quadro-negro e lousa se alternam e convivem lado a lado. Em Portugal, esta é a denominação utilizada. De acordo com Trindade (2004, p.166) “pedra era a denominação mais comumente usada no Rio Grande do Sul; foi identificado por lousa em outras regiões do nosso país, ou por ardósia (esta última como uma expressão de uso mais comum no início da Instrução Pública no Brasil, quando esse apetrecho escolar era utilizado no colo para cálculos e traçados). Tal artefato cultural corresponde a uma superfície de cor preta ou verde, que ganha outros usos, como o da inscrição de avisos públicos”. Na atualidade, com o aparecimento das novas tecnologias, a lousa passou de mero coadjuvante para tema de notícia e é designada na mídia como “lousa digital” e não “quadro-negro” digital, por exemplo.

atividade, materiais como papel, pena de ganso, inviáveis, do ponto de vista econômico.

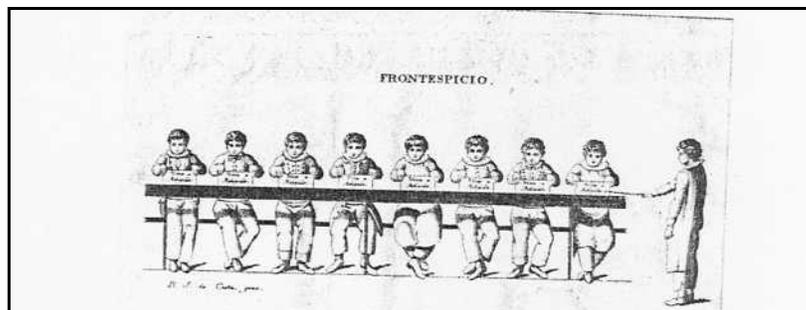


Figura 01 – Foto de Alberto Carlos Lima, Escola Secundária de Camões, Arquivo Fotográfico Municipal de Lisboa
Fonte: Nóvoa (2005)

Pestalozzi introduziu o uso da ardósia nas escolas primárias da Suíça, no século XVIII, de acordo com Buisson (apud GIOILLITO, 1986, p. 2281). Os diretores das escolas mútuas teriam preconizado e difundido o seu emprego, nas escolas. Mas qual seria a relação entre as ardósias individuais e a escola mútua? A ardósia individual criou condições para a instalação do modo de ensino mútuo, em que os alunos deveriam reproduzir nas ardósias individuais o que o monitor ensinava. Possibilitou, também, de acordo com Foucault, “um melhor controle dos comportamentos pelo sistema de sinais”:

Entrem em seus bancos. À palavra Entrem, as crianças colocam com ruído a mão direita sobre a mesa e ao mesmo tempo passam a perna para dentro do banco; às palavras em seus bancos, eles passam a outra perna e se sentam diante das lousas... Pegar lousas, à palavra pegar, as crianças levam a mão direita ao barbante que serve para suspender a lousa ao prego que está diante deles, e com a esquerda pegam a lousa pelo meio; á palavra lousas, eles a soltam e a colocam sobre a mesa (FOUCAULT, 2004, p. 141).

A escola mútua surgiu na Inglaterra, no final do século XVIII. Joseph Lancaster e André Bell² foram seus idealizadores. Conforme este modo, o “agente principal do ensino” seria o monitor escolhido entre os alunos da classe e que mais se distinguisse em relação aos demais (CARDOSO, 1999, p. 120-121).

² André Bell era médico e pastor anglicano. Joseph Lancaster pertencia à seita dos quacres. Existem controvérsias sobre a autoria do método de ensino mútuo, se de Bell ou de Lancaster: segundo Cardoso (1999, p.120), Bell teria utilizado o método nas Índias Inglesas, nos anos de 1787 e 1794 (e publicou sua experiência em 1797); Lancaster em Londres, numa escola gratuita, criada em 1798 e destinada a 800 meninos e 300 meninas pobres.

As ardósias utilizadas nas escolas passaram a ser não somente as naturais, mas também as artificiais. Brouard (1911, apud BARRA, 2001, p.15), nos observa que as naturais se pareciam com as usadas na arquitetura, guardadas as especificidades do emprego escolar: a escrita. “São pequenas placas escolhidas entre outras mais ou menos regulares, e têm a superfície lisa. São cortadas regularmente e aplainadas nas bordas. Um lápis, feito também de ardósia, permitia marcar, na mesma, traços suficientemente visíveis”.

Já o quadro-negro é uma criação dos Irmãos das Escolas Cristãs, ordem religiosa fundada pelo padre Jean Baptiste de La Salle³, que também instituiu o modo de ensino simultâneo. O material utilizado era a ardósia artificial, versão transformada da ardósia natural. Conforme Hébrard (2001, p.121), ele surge com a revisão do conceito de simultaneidade de ensino realizada pelos Irmãos das Escolas Cristãs, na primeira metade do século XIX. Mogarro (2004, p.508-510) também nos fala de uma “Conferência pedagógica do Porto”, ocorrida em 1883, que, entre outras “inovações”, mostra a “idéia da aula expositiva, ancorada pelo quadro-negro e pelo giz” como “o mais moderno e inovador dos alicerces” para um ensino melhor. Entretanto, condicionava o sucesso do ensino à necessidade dos professores aprenderem “a lecionar pelo modo simultâneo”. A partir desses fatos, podemos perceber que a lousa esteve ligada à implantação e ao sucesso do ensino simultâneo.

De acordo com Campagne (1886, apud BARRA, p. 22), antes do quadro-negro, houve também o uso de cartas de grandes dimensões, destinadas a serem penduradas (cartas muraes) para poderem ser vistas de longe, era já conhecido na Antigüidade: mas só no século XVIII é que começaram a ser introduzidas nas escolas. Esse quadro com a lição de leitura impressa era de uso coletivo e possibilitava uma maior rapidez na aprendizagem inicial da leitura.

³ Jean Baptiste de La Salle nasceu em Reims, em 30 de abril de 1651 e morreu em 7 de abril de 1719. Fundou o Instituto dos Irmãos das Escolas Cristãs. Defendia a instrução gratuita para crianças pobres, órfãos e outros pobres que precisavam trabalhar e não podiam estudar. Teve conflitos com as corporações de mestres-escrivãos, porque propunha a vulgarização da escrita. *Conduta das escolas cristãs* é a sua obra de maior destaque, dividida em duas partes. A primeira parte fala dos exercícios que se fazem nas escolas cristãs e a maneira como se devem fazer; a segunda mostra os meios para estabelecer e manter a boa ordem (MANACORDA, 1997, p.228).

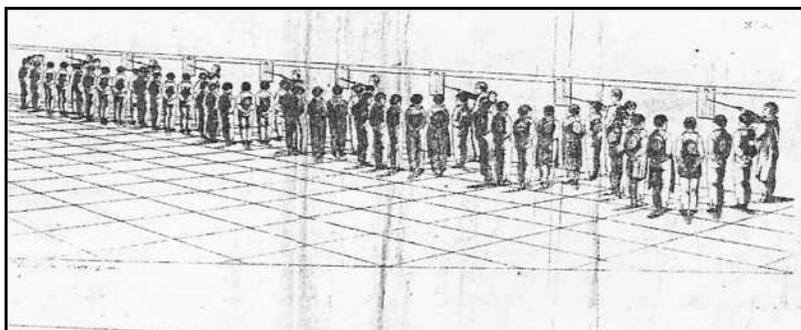


Figura 02 – Foto de Armando Serôdio, Escola Rainha Dona Amélia,
Arquivo Fotográfico Municipal de Lisboa
Fonte: Nóvoa (2005)

O papelão com impressos foi substituído pelo quadro-negro, artefato escolar que servia para uma classe de alunos com níveis de adiantamento iguais. Este fato ocorreu tanto no modo de ensino simultâneo, como no de ensino mútuo, onde o modo de organização era feito por classes. Castilho (1853, LX, p. 1-15), autor do “Método Castilho” para a leitura e escrita em Portugal, nos mostra, em um capítulo de sua obra, intitulado “Mobília e Alfaia necessárias para uma aula de leitura repentina”, os elementos materiais necessários para o desenvolvimento da mesma:

- 5º Um quadro preto de madeira em que se possa escrever com giz, e que se monta quando é preciso...
- 6º Giz, esponja, ou pano, e vara para apontar.
- 7º Uma coleção completa de quadros em grande da leitura repentina
- 12º Uma ardósia para cada discípulo, com a competente pena de pedra, lápis ou gesseto.

As referências ao quadro-negro, nas escolas brasileiras de instrução elementar, começam a aparecer entre o final da década de 20 e o começo dos anos 30, do século XIX, principalmente nas escolas que utilizavam o ensino mútuo. Logo após, conforme Giolitto (1986, p. 275), ele tornou-se indispensável, também no ensino simultâneo, juntamente com o caderno. Entretanto, no início, quando as práticas eram orientadas pelos princípios de Lancaster (1823, apud BARRA, 2001, p.80), privilegiava-se o uso da lousa no ensino simultâneo de ler e escrever. “Com a forma de soletrar escrevendo na lousa, une[m-se] o soletrar e o escrever, esta é a base do adiantamento em ler”. O quadro-negro não suplantou imediatamente o emprego da lousa individual e os dois materiais continuaram a ser recomendados, principalmente nas classes iniciais, durante todo o século XIX, por duas razões: a primeira mostra que o custo da lousa individual era inferior ao papel e a segunda

ressalta sua durabilidade. Quando nos fala sobre a instrução secundária no Rio Grande do Sul, Schneider (1993, p.264) nos mostra, que no regulamento do ano de 1989, do Liceu que funcionava em Porto Alegre, constavam artigos que se referiam ao uso das ardósias:

Artigo 43 O professor distribuirá a cada um dos chefes mencionados nos artigo antecedente, tantas ardósias e lápis de pedra quantos forem os alunos das classes.

Artigo 54 Às duas horas em ponto, e a um sinal de campainha do professor se restabelecerá o silêncio, e os chefes de classes darão parte das ocorrências de suas respectivas classes, indicando ao professor os alunos habilitados a passarem de uma operação para outra, e em seguida farão entrega, um por um, das ardósias e lápis que houverem recebido.

Nas classes mais adiantadas, onde a lousa já houvesse sido substituída por caderno, as ardósias saíam da mesa (plano horizontal) dos alunos e passavam para a parede em forma de quadro-negro (plano vertical), o que, sobre cavaletes ou pendurado na parede, modificava a disposição espacial da sala, redefinindo os lugares dos sujeitos nas relações de ensino, bem como dos artefatos escolares. A cor preta escolhida para o quadro-negro permitia que houvesse o contraste necessário entre o material com que se escrevia (o giz branco) e a superfície sobre a qual se escrevia. Era necessário garantir uma visibilidade suficiente, para uma perfeita definição das letras ou numerais.

Com a disseminação da versão do quadro-negro parietal, pendurado ou cimentado na parede, este deixa de ser portátil e passa a servir ao ensino de uma turma classificada, integrante de uma hierarquia na seriação escolar, de uma sala de aula pertencente a uma escola graduada ou grupo escolar. Este fato coincide com o momento em que teriam sido resolvidos os problemas sobre o local de funcionamento da escola, da distribuição do serviço escolar, através de programas de ensino, distribuídos de forma seriada e progressiva pelo curso de instrução primária e da provisão material das escolas. Guaraldo (1987, p.36) nos aponta que a partir do ano de 1920 é que a lousa passa a ser fixa e aderente em toda a extensão da parede frontal da sala de aula.

Esta modalidade de quadro-negro transformou-se em um dos principais símbolos do ensino, em uma nova forma de organização escolar, orientada pelo modo de transmissão simultânea de ensino. O estabelecimento do método simultâneo somente se torna possível com a produção de materiais didático-pedagógicos, como livros e cadernos para os alunos e a disseminação de materiais

como o “quadro-negro”, que possibilitam ao professor que os diversos grupos fiquem ocupados ao mesmo tempo (FARIA FILHO, 2000, p. 142).

Apesar de todas estas novidades, instalou-se uma polêmica entre a utilização das lousas individuais e os quadros de giz. Esse fato, conforme Gvirtiz (1999, p.59) aconteceu tanto na Argentina, como no México, na Europa e também no Brasil. As primeiras discussões iniciaram por volta dos anos 80 do século XIX e tiveram como motivo o fato de que o papel era caro e escasso e as crianças o gastavam muito. Esta discussão se manteve vigente, através dos mais diferentes pontos de vista, até aproximadamente a década de 40 do século XX, quando aconteceu o barateamento e aumento da produção de papel.

O tempo foi transcorrendo, os métodos se modificando e a lousa permanecendo, apesar de ter sido muitas vezes associada a práticas nada agradáveis e nem um pouco produtivas do ensino, como nos descreve Mattos:

Tempos houve em que o quadro-negro desempenhava a sombria função de pelourinho da classe. Cada aluno era obrigado a trabalhar de 5 a 10 minutos no quadro-negro, fazendo uma triste e penosa demonstração pública de sua incapacidade e ouvindo os doestos⁴ e imprecações do mestre insatisfeito e irritado (MATTOS, 1964, p. 272).

Este mesmo autor nos mostra que a lousa foi designada através de diferentes modos, devido à sua cor, que foi mudada a partir da recomendação de médicos oftalmologistas, que consideraram o verde, o branco e até o marrom como cores mais adequadas, que trariam mais descanso aos olhos se permitiriam, assim, que os alunos pudessem ter uma melhor visualização:

A antiga “pedra”, “lousa”, ou “tábua-preta”, depois de passar pelas designações correntes de “quadro-negro” e “cinturão-negro”, tende a evoluir a ponto de deixar de ser “negro”, para tornar-se branco, marrom ou verde, de acordo com as palavras dos oftalmologistas. Mas qualquer que seja a sua designação ou coloração, ele continuará a ser um valioso meio auxiliar nas lides cotidianas do ensino - desde o jardim de infância até a universidade (MATTOS, 1964, p. 273).

Outros dados que ajudam a confirmar esta mudança são encontrados nas Revistas do Ensino, da Secretaria de Educação e Cultura do Estado do Rio Grande do Sul, dos anos de 1963 e 1965. Nas revistas do ano de 1963 o quadro ainda é somente negro. (fig.03).

⁴ “Acusação desonrosa; vitupério, insulto, injúria” (FERREIRA, 1980, p. 488).



Figura 03 – Anúncio Publicitário
Fonte: *Revista do Ensino*, ago. 1963

Nas revistas de 1965, o quadro já é citado como verde: “O professor escreverá no *quadro-verde* uma palavra de sua escolha, de preferência com mais de três sílabas (exemplo: escorregador, hospitaleiro, independente)” (*Revista do Ensino*, 1965, p. 26), também exemplificado na figura 04.

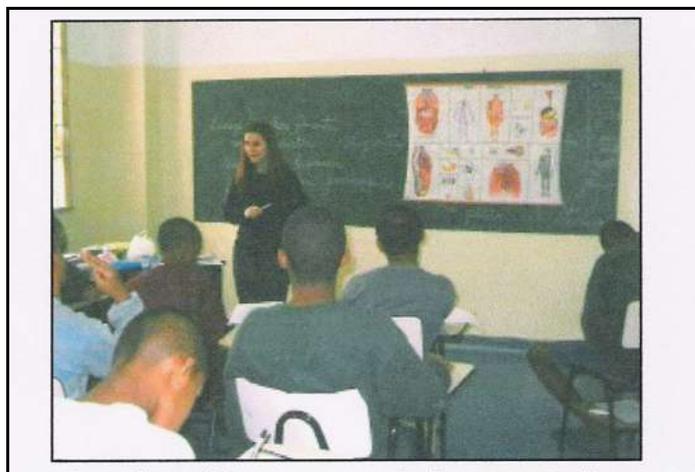


Figura 04 – Reportagem sobre educação
Fonte: *Nova Escola*, set. 1986, p. 20

Com o aparecimento de novas tecnologias, surgem os computadores e com eles a lousa eletrônica. Na Revista *Nova Escola* de agosto de 1986 – há 20 anos, portanto - encontramos, na reportagem intitulada “O Computador invade o 1º Grau”, uma entrevista com o diretor do Centro de Pesquisa e Tecnologia do Colégio Objetivo, que na época, como algumas outras escolas, utilizava uma linguagem de

computador própria para crianças de 7 a 14 anos, a “Logo”, explicando seu funcionamento. O idealizador desse sistema foi o matemático sul-africano Seymour Papert, que o formulou na década de 1960.

Atualmente, já existem lousas digitais em que o professor pode escrever com o próprio dedo, sem giz, caneta, ou qualquer outro dispositivo físico. Acabou o espaço para escrever na lousa? Não haveria problema, pois não é preciso apagar o conteúdo. Bastaria salvar o que foi escrito em um arquivo digital. Ainda seria possível, desenhar, pintar, colar, mover, recortar e animar coisas do quadro (fig.05):

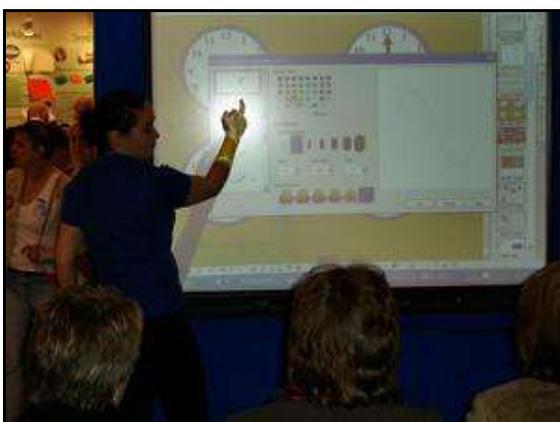


Figura 05 – Lousa interativa brilha no evento
Fonte: Imagem capturada da Internet, em 22 out. 2005.

Nilda Alves (<http://www.multirio.rj.gov.br>)⁵, em texto em que aborda as tecnologias nas escolas, tece considerações a respeito desse artefato cultural, considerando-a como um dos mais universais, “pois presente em cada escola”, em “lugares longe dos centros urbanos” e muitas vezes “único recurso existente na mão de cada praticante da escola”. Em contrapartida, ainda em sua opinião quando se fala dela, “é comum que se diga que seu uso é sempre o mesmo” e quando se deseja mostrar o que uma aula tem de pior, se diz que é “de cuspe e giz”, ou seja, o professor só “fala e escreve”. Sem dúvida, essas são representações bastante correntes no nosso meio.

⁵ Artigo “imagens de tecnologias nas escolas, publicado na internet no site: http://www.multirio.rj.gov.br/portal/riomidia/rm_materia_conteudo.asp?idioma=1&id....e apresentado no XIII Endipe, realizado em Curitiba/Paraná, em agosto de 2004. Primeira contribuição do Grupo de Pesquisa ‘As redes do conhecimento em educação e comunicação: questão de cidadania’ à seção ‘Conversas em educação, com sons e imagens’

2.2 REGRAMENTOS: CONSULTANDO VELHOS MANUAIS

A lousa, quadro-negro, quadro-de-giz ou quadro-verde, como é denominada em antigos Manuais de Didática, é por eles identificada como “um dos meios auxiliares do ensino de mais largo emprego, e utilizado há mais de um século” (MELLO, 1978, p. 153).

Neles, também, aparece a referência aos diferentes tipos de lousa ou quadro-de-giz, como denomina essa mesma autora, mostrando que ele pode ser “fixo ou móvel”. O fixo, preso à parede da sala de aula, seria o que “apresentava segurança quase absoluta”. O móvel “apoiado em cavaletes, ou amparado por suporte de outros tipos” atenderia a outra finalidade, que era poder colocá-lo em diferentes locais, para facilitar a sua visualização e, para, principalmente, “evitar os efeitos negativos da incidência da luz sobre sua superfície”. Entre os tipos móveis, destacava-se o tipo “guilhotina”, em que dois quadros sobrepostos “deslizavam na moldura de madeira”, da mesma forma que as janelas, permitindo obter, dentro do mesmo espaço, uma área maior para a escrita, tanto no sentido vertical, quanto no sentido horizontal. Sob a forma “cinturão negro” ou “black-belt”, seriam utilizadas todas as paredes da sala, exceto os vãos das janelas e portas.

Havia, ainda de acordo com a autora (MELLO, 1978, p.157), outros dois tipos de quadros, que podiam ser fixos e deslocáveis, ao mesmo tempo. O “quadro conversível” possuía duas faces, a anterior e a posterior, podendo ser ambas utilizadas para escrever com giz, ou uma para escrever com giz e outra para ser usada como quadro mural. O “quadro conjugado” poderia ser utilizado de três formas diferentes: como “quadro-de-giz”, “quadro mural” e “tela de projeção”. Essas três peças ficariam dentro de uma parede falsa, se deslocariam sobre trilhos e o professor centralizaria o que seria utilizado no momento.

Trata-se, aqui, de uma complexa descrição de variedades de lousas, de cuja efetiva existência não temos notícia. Provavelmente, tais variedades implicariam altos custos e, possivelmente, tenham tido, por esse motivo, pouca aceitação.

Encontramos também nesses manuais regras ou normas didáticas muito minuciosas para a utilização da lousa; embora atualmente elas não sejam mais tão exploradas, parecem – algumas delas – persistir como um autodisciplinamento interiorizado e silencioso. Algumas normas didáticas são colocadas como muito importantes (fig.06).

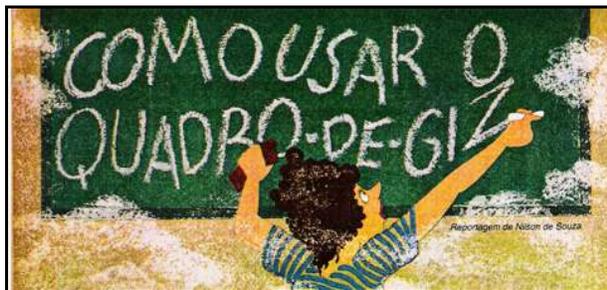


Figura 06 – Como usar o quadro-de-giz

Fonte: *Nova Escola*, 04 jun. 1986

1º Legibilidade, garantida pelo tamanho das letras (+ ou - 5cm); pela forma clara e simples dessas letras; pelo espaçamento adequado de letras e palavras. 2º Correção, que abrange grafia certa das palavras, dos nomes próprios, dos termos técnicos, das palavras estrangeiras e, também acentuação e pontuação corretas, bem como ausência de erros gramaticais. 3º Ordem, que proporcione uma visão perfeita da subordinação dos dados secundários aos essenciais, e, que separe do esquema básico da aula os dados acessórios ou de interesse meramente casual e provisório (aconselha-se planejar a disposição dos dados no quadro-de-giz, estabelecendo-se áreas apropriadas para os dados essenciais e para os elementos complementares). 4º Limpeza, antes de iniciar a aula e no seu término; no decorrer da aula devem ser apagados os elementos de interesse momentâneo, quando não mais necessários, para não sobrecarregar o quadro com excesso de dados (deve-se apagar evitando-se que o pó de giz se espalhe pelo quadro e pela sala). É, ainda, de boa técnica não impedir a visibilidade com nosso próprio corpo, devendo-se usar uma vareta para apontar os elementos a que nos estávamos referindo (MELLO, 1978, p. 154-155).

Além dessas instruções de cunho mais geral, são feitas, também, especificações sobre como utilizar a lousa para organizar “as etapas fundamentais da aula”, de acordo com o nível da classe em que o professor estivesse atuando e os temas que estivesse abordando.

O quadro-de-giz que acompanha uma aula expositiva é quase sempre elaborado sincronicamente como o desenvolvimento da preleção; mas, em algumas situações especiais, pode ser preparado antes da aula ou no final desta.

O título deve ser escrito no começo da aula, após limpeza integral do quadro, para servir de ponto de referência.

Escrevem-se no quadro, no princípio da aula, os itens essenciais ou pontos-chave, localizando-os apropriadamente e, deixa-se entre eles os espaços convenientes para serem preenchidos no momento oportuno, ou seja, quando chegar a vez de expô-los. Têm-se, assim, vários pontos de apoio, que nos ajudarão a não ter falhas de memória durante a exposição, as quais são meio comuns quando terminamos de explicar um item e temos de passar para o item seguinte. Acresce que, com esse sistema, evitamos desvios do assunto principal e longas digressões, assim como facilitamos a apreensão orgânica do tema por parte dos alunos. (MELLO, 1978, p. 155)

As prescrições chegam a ponto de enumerar quais seriam os acessórios indispensáveis ao uso da lousa, como se deveria desenhar e escrever nela, como ela deveria ser dividida para registrar o conteúdo do dia, etc.



Figura 07 – Como usar o quadro-de-giz

Fonte: *Nova Escola*, 04 jun. 1986

Acessórios: giz branco ou colorido, apagador, ponteiro, compasso, régua T, figuras geométricas e fita adesiva;

Recursos utilizáveis: a) estêncil; desenhar o que quiser na cartolina, furar todo o seu contorno, aplicá-la sobre o quadro-de-giz e bater o apagador impregnado deste sobre o contorno perfurado; levantar a cartolina e unir os pontinhos que ficaram no quadro-de-giz; b) molde: recortar o molde, sobrepô-lo ao quadro-de-giz e contorná-lo com giz; c) cordel para traçar retas: um barbante impregnado de giz é esticado e afixado no quadro pelas extremidades; distende-se o barbante sobre o quadro, soltando-o logo; o cordel fará uma reta que será reforçada como giz; d) cordel para traçar círculos: o giz é preso numa extremidade do barbante, fixa-se a outra extremidade com o dedo e roda-se o giz em volta, fazendo-se o círculo; e) dispositivos para traçar paralelas: vários bastões de giz afixados em furos de caixas de injeção fazem um quadriculado rápido, porque são feitas de 3 a mais linhas paralelas de cada vez, no quadro; f) desenhos reais ou esquematizados, ampliados ou não; g) apresentação por etapas: quadro de giz com cortina na frente. O quadro é preparado pelo professor, que à proporção que vai dando a aula, vai afastando a cortina e pondo a descoberto o quadro; h) “strip-tease”: o que vai ser apresentado no quadro é coberto com papel preso com fita adesiva. O professor descobre o que está sob o papel à proporção que for dando aula (GONÇALVES, 1978, p. 132, grifos meus).

Encontramos nessas instruções um detalhismo muito grande, destacando-se o caráter técnico das mesmas, fato este que também se repete na descrição dos materiais e ações. Talvez possamos, aqui, estabelecer uma ligação com a corrente pedagógica do “tecnicismo”, que dominava os discursos pedagógicos brasileiros daquela época (final dos anos 1960 e década de 1970).

Devido a isso, a ordenação dos conteúdos escritos na lousa é bastante recomendada. Da mesma forma, enfatiza-se a clareza, numa tentativa de demonstrar que, juntas, poderiam oportunizar uma melhor compreensão dos conteúdos expostos por parte dos alunos:

Os dados essenciais, escritos à esquerda, devem ser ressaltados (sublinhados ou com letra de imprensa) e permanecem até o final da aula.

Os dados secundários, um pouco mais para a direita, ocupam o plano secundário do quadro e podem ser escritos com letra manuscrita e apagados sempre que necessário.

Os dados acessórios (citação, datas, definições, desenhos, etc.), devem ser escritos à direita, fora do desenvolvimento da aula ou numa margem, previamente determinada para isso, e devem ser apagados logo após a explicação sobre os mesmos.

Havendo mais de um quadro, os dados essenciais e secundários ficarão no quadro central, e os acessórios, no lateral.

Havendo um só quadro, o professor poderá dividi-lo, se quiser, para facilitar seu trabalho em relação ao registro dos dados essenciais, secundários e acessórios (GONÇALVES, 1978, p. 133).

Nas prescrições acima há um verdadeiro “manual de diagramação” de uso da lousa, como se o professor devesse ser um especialista no uso do espaço vertical de grandes dimensões, no caso, a lousa. Por outro lado, talvez, isso tivesse relação com teorias psicológicas sobre a percepção, que eram muito utilizadas na época, como por exemplo, a da Gestalt⁶.

O uso da lousa durante a aula, na visão dessa autora, ainda que não fornecesse aos alunos uma “visão inicial do conjunto”, pois os mesmos só conseguiriam anotar “o esquema” feito pelo professor na mesma, traria grandes vantagens como as enumeradas a seguir:

- a expressão gráfica e a verbal são simultâneas;
- a exposição do mestre é reforçada;
- a audição é reforçada pela visão; favorece a fixação dos elementos dados; - desenvolve, no aluno, experiência motora;
- ajuda o aluno a prestar atenção;
- solicita a participação ativa do aluno;
- ajuda a motivação pelo aparecimento de dados novos que despertam o interesse do aluno (GONÇALVES, 1978, p 147).

Encontramos nessas obras destaque para as funções didáticas exercidas pelo uso da lousa, dentro de uma concepção específica de educação, em que termos como “fixação”, “reforço”, “exposição” são prestigiados. Entre elas estão enumeradas as seguintes:

- reforça e objetiva graficamente a exposição do professor;
- simplifica e resume em sinóticos a matéria de aula apresentada pelo mestre;

⁶ A palavra Gestalt é um termo intraduzível do idioma alemão para o português. O *Dicionário Eletrônico Michaelis* apresenta como possibilidades as palavras figura, forma, feição, aparência, porte. Wolfgang Köhler, juntamente com Max Wertheimer e Kurt Koffka, foram os fundadores e principais autores da Psicologia da Gestalt ou Psicologia da forma, fundamentada nos estudos psicofísicos que relacionam a forma e sua percepção.

- permite a elaboração e o desenvolvimento dos trabalhos de equipe pelos alunos;
- facilita confronto, comparações e crítica dos dados apresentados pelas equipes através de suas sugestões e conclusões;
- é ótimo recurso para fixação (apresentação e correção de exercícios e tarefas) e verificação da aprendizagem (revisão objetiva e gráfica dos dados da matéria) (GONÇALVES, 1978, p.148).

Analisando todos esses regramentos e prescrições didáticas, podemos perceber a importância que era conferida à lousa naquele momento – e que, de certa forma, continua - como um lugar onde o conhecimento sempre estaria em evidência e os discursos validariam o saber ali registrado. Também aponto o poder ligado a esse saber, que tornava os sujeitos (incluindo a professora) mais dóceis, disciplinados e, inclusive, apontava-lhes posições, lugares, disposições e atividades para seus corpos e mentes.

3 ALGUNS APONTAMENTOS SOBRE MÍDIA, REVISTAS, REPORTAGENS, NOTÍCIAS E PUBLICIDADE

3.1 A MÍDIA

Se olharmos para o mundo que nos cerca, poderemos observar que os meios de comunicação e de informação estão por toda parte, cada vez mais diversificados, sofisticados e recheados de novas tecnologias, fazendo parte do nosso cotidiano, independentemente do local onde estivermos. Estamos vivendo na era da globalização, em que se criam novas necessidades de diversos bens e estabelecemos novas formas de contato e de convivência com as outras pessoas. Permanecemos conectados com o mundo, a qualquer hora do dia, em lugares onde há pouco tempo atrás não imaginávamos que isso fosse possível.

É inegável a presença da televisão, do rádio, da Internet, dos jornais, revistas, livros nos mais longínquos locais do planeta. Em visitas que realizei, tempos atrás, a algumas cidades do interior de nosso Estado, pude verificar a presença de telefone, televisão, computador, Internet em propriedades que, até pouco tempo, conviviam com muito pouca ou quase nenhuma dessas tecnologias. As pessoas que ali residem estão conectadas, informadas, assistem aos mesmos programas e estão tão globalizadas como nós que vivemos nos grandes centros. É através da mídia que as pessoas ampliam a sua visualização sobre a sociedade e se sentem conectados a ela.

A palavra “mídia” é uma forma adaptada ao português da forma originada do latim *media* (plural de *médium*, que significa “meio”), utilizada também na língua inglesa como *media* (ou *mass-media*). Nas últimas décadas, de acordo com Rocha (2005, p.125), tem sido utilizada para substituir “meios de comunicação de massa”, ou “meios de comunicação social”. Por sua vez, a origem da distribuição da comunicação para as massas é atribuída, por muitos autores, a Gutenberg que possibilitou o acesso de todos à escrita, através da impressão da Bíblia, entre 1452 e 1455 (SARTORI, 2001).

O interesse sobre os meios de comunicação nos remete à Retórica, estudo da arte de comunicação oral e escrita, muito valorizada na Grécia e na Roma antigas que continuou sendo importante nos séculos que se seguiram. Briggs e Burke

(2004) nos relatam que, a partir do final do século XVIII, na Europa, começou a se formar o conceito de “opinião pública”. A partir do momento em que os jornais ajudaram a “moldar uma consciência nacional”, houve o despertar de uma maior preocupação com as “massas” e o início de um tratamento diferenciado para com o público leitor que passou a ser visto na condição de “comunidade” e de “público nacional” (BRIGGS e BURKE, 2004, p. 41).

A partir da década de 1920, para esses mesmos autores, começou-se a falar de “mídia”. Nos anos 50, o aparecimento da televisão oportunizou a criação da “comunicação visual” e a “emergência de uma teoria interdisciplinar da mídia”. Passaram a ser realizados estudos nas áreas de economia, história, literatura, arte, ciência política, psicologia, sociologia e antropologia, “o que levou à criação de departamentos acadêmicos de comunicação e estudos culturais” (ibidem, p. 13).

Após estas breves considerações sobre a sua história, verificamos, de acordo com Fischer (1996, p.114), que, na atualidade, a mídia possui a capacidade de ser “um lugar onde várias instituições e sujeitos falam – como veículo de divulgação e circulação dos discursos considerados verdadeiros em nossa sociedade”. Ela veicula e produz, ao mesmo tempo, saberes sobre como estamos e como devemos estar no mundo. Ensina, ao criar significados, e participa da formação de sujeitos sociais, selecionando significados, idéias e imagens que nela circulam, constituindo-nos enquanto sujeitos e nos compreendendo como tal. Conforme esta mesma autora.

[...] a mídia em nossa época estaria funcionando como um lugar privilegiado de superposição de “verdades”, um lugar por excelência de produção, circulação e veiculação de múltiplas fontes, sejam eles criados a partir de outras formações, sejam eles gerados nos próprios meios (FISCHER, 1997 p. 65).

Kellner (2001, p. 9), um dos mais importantes representantes dos Estudos Culturais nos Estados Unidos, trata da mídia na sociedade, mostrando que ela possui “uma cultura que necessita ser entendida, usada e apreciada”. Em seus estudos sobre a cultura da mídia, ele investiga a produção da cultura, os artefatos midiáticos, sua política, a análise dos textos, bem como a recepção destes pelos sujeitos, não esquecendo de salientar aspectos críticos e políticos. Cada vez mais, entende o autor, ela torna-se responsável pela formação e transmissão da cultura, através dos diversos meios de comunicação que têm em vista, primordialmente, o lucro e a manutenção da grande audiência.

A cultura da mídia é industrial; organiza-se com base no modelo de produção de massa e é produzida para a massa, de acordo com tipos (gêneros), segundo fórmulas, códigos e normas convencionais. É, portanto, uma forma de cultura comercial e seus produtos são mercadorias que tentam atrair o lucro privado produzido por empresas gigantescas que estão interessadas na acumulação de capital. A cultura da mídia almeja grande audiência; por isso, deve ser eco de assuntos e preocupações atuais, sendo extremamente tópica e apresentando dados hieroglíficos da vida social contemporânea (KELLNER, 2001, p. 9).

Hall (1997, p.15-46) nos diz que a cultura está presente nas imagens que nos interpelam na mídia, constituindo-se em elemento importante de vinculação entre o local e o globalizado. Ele ressalta que não há a pretensão de dizer que tudo seja cultura, mas sim que as práticas sociais dependem e têm relação com os significados. Toda prática social tem uma dimensão cultural e um caráter discursivo. Cultural, porque diz respeito a uma sociedade ou grupo que interpreta o mundo da mesma forma, e discursivo, porque é através da linguagem que esta sociedade ou grupo pode expressar sentimentos e modos de ver este mundo, de uma forma que propicie o entendimento pelos outros.

Podemos, portanto, dizer que a cultura compartilha os significados através da linguagem, que é o lugar onde as coisas fazem sentido para nós e onde a mensagem é produzida e veiculada. Desta forma o que está na mídia se constitui em artefato cultural e produz representações, assunto que abordarei a seguir.

3.2 REVISTAS

Banca de revistas: o maior Centro Cultural do Brasil

Um país só cresce quando a cultura é estimulada, divulgada e valorizada. Nesse sentido, as bancas de revista têm um papel fundamental. São mais de 30 mil pontos em todo o Brasil, levando informação, cultura e entretenimento aos locais mais remotos. (<http://emrevista.com/edicoes/6/artigo1826-1.asp>)

As bancas de revista, já faz algum tempo, fazem parte das cidades e estão ocupando cada vez mais um número maior de espaços. As revistas⁷ estão nas ruas, Shopping Centers, Centros Comerciais, aeroportos, livrarias, supermercados, farmácias, nas residências, salas de espera de consultórios médicos, escritórios, bibliotecas, escolas, seja na sala de aula, ou na revistoteca da biblioteca da escola, porque os livros custam muito mais caro e são mais difíceis de adquirir, sem contar

⁷ As Farmácias Panvel, por exemplo, importante rede de farmácias do Estado do Rio Grande do Sul, mantém revistas expostas para venda em expositores, localizados estrategicamente ao lado dos caixas.

que as revistas são quase sempre mais atuais, as notícias e reportagens estão “fresquinhas”, porque algumas publicações são semanais. De acordo com artigo da Internet, do *site* Banca Brasil (2005), poderiam elas ser entendidas como “Centros Culturais”, devido à diversidade de leituras oferecidas. Independentemente do tipo de leitor, sempre haverá uma opção de publicação para ele, uma vez que as mesmas abordam temas que passam por segmentos infantis, esportivos, femininos, masculinos, gastronômicos, tecnológicos, econômicos, entre outros.

As revistas são abordadas por Mira (2001) como um “produto da indústria cultural” e o seu consumo como um “elemento importante”, para a compreensão da construção da identidade dos vários “segmentos do mercado”. Para ela, no Brasil dos anos 80 e 90, os leitores se diversificaram e passaram a propiciar a criação dos mais diferentes tipos de revistas. Entretanto, a segmentação do público de revistas já tem uma longa história. Em 1827, de acordo com Scalzo (2004, p.28), foi publicada a primeira revista segmentada por tema, “dedicada aos novos médicos que começam a atuar no país”, denominada “O propagador das Ciências Médicas”. Desde então, revistas e mais revistas foram sendo criadas; algumas desapareceram rapidamente, enquanto outras se transformaram em fenômenos editoriais, como “*O Cruzeiro*”, revista semanal brasileira até hoje lembrada, que se manteve durante longo período, mais precisamente entre 1928 e 1970.

Se prestarmos atenção a uma banca de revistas de qualquer grande cidade, estaremos diante de um mundo de opções. Em uma grande banca, pode-se encontrar, em média, mais de dois mil títulos⁸ nacionais à venda, enfatizando os mais diferentes temas como: informática, saúde, negócios, plantas, turismo, história, geografia, ciências, música, criança, esporte, nutrição, sexo, moda, animais, educação. Enfim, os mais variados assuntos encontram-se em todas as esquinas das cidades.

Nos dias atuais, a revista mais vendida e lida no Brasil é *Veja*, a qual, conforme Scalzo (2004, p. 31) é a “única revista semanal de informações no mundo a desfrutar de tal situação”, uma vez que em outros países essas revistas vendem bem, mas nenhuma é a mais vendida, ficando esse posto com as revista de tevê. É, também, a quarta revista de informação mais vendida no mundo, perdendo apenas para as norte-americanas *Time*, *Newsweek* e *US News & World Report*. Em nosso

⁸ De acordo com o *site* da ANER (Associação Nacional de Editores de Revistas), no ano de 2003, o número de revistas era de 2296 títulos, entre nacionais e internacionais.

país surgiram depois dela, no mesmo segmento, *Isto É*, *Senhor*, *Afinal* e *Época*. Dentre estas, *Isto É* e *Época* continuam no mercado, com grande público.

A tecnologia digital tem possibilitado a intensidade da troca de informações, numa velocidade crescente e, dentro deste contexto que une “velocidade”, “conectividade” e “convergência”, as revistas se destacam como um veículo cada vez mais importante e presente na economia mundial, interagindo, como nenhuma outra mídia, com as “novas ferramentas” de distribuição de informação e conhecimento, bem como de publicidade comercial, como a “Internet”. De acordo com artigo da ANER (Associação Nacional de Editores de Revistas), veiculado na Internet, este veículo está mais forte do que nunca. As revistas se autodefinem como “informativas”, “educativas”, “envolventes”, “diferenciadas”, “segmentadas”, e muito eficientes. Sua força é resultante de um relacionamento intenso, próximo, quase confidencial que elas procuram manter com seus consumidores. O mercado editorial brasileiro é considerado um dos “mais sofisticados, criativos e dinâmicos do mundo”, mantendo aquecido um negócio que movimenta mais de R\$ 3 bilhões, ao ano.

Uma boa revista, de acordo com Botão (2004, p.10), necessita de um eficiente planejamento, um projeto editorial e gráfico bem “definidos e coerentes” e uma pauta confeccionada de forma competente. Para tanto é necessário um conhecimento prévio do público leitor ao qual ela se destina e se deve procurar manter sempre canais eficientes para ouvi-lo, utilizando a percepção do produto como elemento referencial no planejamento de curto, médio e longo prazo. Ao falar de pauta, é importante ressaltar que foram as revistas que a instituíram como procedimento padronizado, como nos mostra Lage (2001 p. 29):

As revistas, ao contrário de jornais, não têm o compromisso de cobrir todos os assuntos de sua área de abrangência; devem selecioná-los. Além disso, matérias de revista são feitas a partir de enfoques editoriais específicos, que precisam ser considerados previamente.

O texto sempre foi uma das principais preocupações na elaboração de revistas e deve orientar-se pelo padrão jornalístico; nele consideram-se como indispensáveis a “precisão, correção, objetividade” e, algumas vezes, algum nível de padronização, o que não impede a existência de eventuais inovações, devido à necessidade de “informar, documentar e interpretar a informação”. De acordo com Vilas Boas (1996, p.17-18), o texto de revista, em relação ao do jornal, é mais “investigativo”, “interpretativo” e “criativo”, aparecendo com mais frequência o gênero

narrativo da reportagem, o que não quer dizer que não encontremos nela todos os outros gêneros jornalísticos os quais também iremos abordar, que são: notícias, publicidade, propaganda, fotojornalismo e dentro deste a fotomontagem.

As revistas cumprem suas funções de informar e entreter e, ao registrarem hábitos, valores, modas, personagens e assuntos, como nos mostra Gerzson (2004, p.55), movimentam a história e criam, produzem, operam na circulação de racionalidades e subjetividades ao prescreverem formas de pensar, de agir e de viver. As revistas *Veja*, *Isto É* e *Isto É Dinheiro* estão entre as mais lidas entre as revistas em circulação no mercado brasileiro e de acordo com Rocha (2005, p.133) “podem ser consideradas como importantes”, “mais lidas e mais influentes”, para um grande público da sociedade brasileira, principalmente daquele de “maior poder aquisitivo”. Nas palavras de Ricardo Filho (2005, p.77) o aumento da publicação de matérias sobre educação, nos mostra que não existe a preferência por um único tipo de ensino e as revistas mantêm o propósito de informar. Desta forma essas revistas tornam-se muito importantes para a educação, na medida em que abordam todo o tipo de informação sobre esse assunto.

3.3 REPORTAGENS E NOTÍCIAS

3.3.1 Reportagens

Para falar sobre o gênero jornalístico *reportagem*, encontro, no que aponta Lage (2002, p. 65), a diferença entre reportagem e notícia, mostrando que a primeira trata de “um assunto trazido ou não por um fato novo” e a segunda de “um fato realmente novo”. A partir do momento em que “os veículos impressos encontraram concorrentes no rádio, nas revistas e na televisão, a reportagem ganhou espaço”. Com grande freqüência, ela encontra-se associada ou complementando a notícia. Esse mesmo autor refere que há na reportagem um destaque para os conteúdos e para o que nela é informado. A informação é a matéria prima por excelência da reportagem e deve ser “abundante”. Através de sua organização textual, este gênero propõe-se a processar a informação com objetivos próprios, utilizando-se de marcas lingüísticas para tentar influenciar e seduzir o leitor, ainda que a intenção inicial seja simplesmente levá-lo a ler. O estilo das reportagens não é rígido, podendo variar de acordo com “o veículo, o público e o assunto”. As informações podem ser

organizadas de acordo com uma ordem decrescente dos acontecimentos, ou simplesmente “narradas como um conto ou parte de um romance”. Em alguns casos, admite-se que o repórter narre o que viu na primeira pessoa e utilize uma linguagem mais livre, valendo-se, inclusive, de técnicas literárias, com a finalidade de fazer “uma abordagem mais humana e reveladora da realidade”.

As reportagens podem ter o predomínio da investigação e levantamento de fatos ou dados (como as inúmeras reportagens brasileiras realizadas em 2006, sobre o “mensalão”), ou ser interpretativas, feitas dentro de determinadas perspectivas (jurídica, econômica, política), fato que as transforma em aplicação de conhecimento, envolvendo, também, métodos de análise. De qualquer forma, apesar de uma pretensa neutralidade, a qual, no limite de nossa teorização, é impossível, vemos que, na prática, o que acontece não é bem isso, e os profissionais acabam por posicionar-se, influenciados pelos mais diferentes motivos, dentre os quais a linha editorial da revista é dos mais importantes.

Convém salientar que os meios de comunicação propiciam o suporte adequado para que a publicidade, muitas vezes, entre sutilmente nesses textos, influenciando atitudes do leitor, modificando comportamentos e estabelecendo uma empatia entre locutor e interlocutor. Com essa finalidade - nos coloca essa mesma autora - a reportagem utiliza fotos que mostram ao leitor qual informação é mais significativa no texto, bem como de depoimentos que dão mais fidedignidade aos pontos de vista da mensagem, tentando levar o leitor a “adotar o produto ou a idéia, até então transmitidos apenas como informação”.

Entretanto, Lage (2002), mesmo concordando com o fato de que sempre existem interpretações e intencionalidade nas reportagens, pontua que é necessário respeitar-se os fatos dos quais não se possa discordar e que “se dê ao leitor o direito de avaliá-los de acordo com seus valores”. Este é o discurso “politicamente correto”, mas, na prática, o jornalista pós-moderno, de acordo com Bourdieu, é submetido a uma “mentalidade-índice-de-audiência”, submetendo-se aos interesses do patrão, do leitor, da sociedade e do mercado e do capitalismo, deixando em último plano a informação. “Há, hoje, uma ‘mentalidade-índice-de-audiência’ nas salas de redação, nas editoras, etc. Por toda parte, pensa-se em termos de sucesso comercial” (BOURDIEU, 1997, p. 106).

3.3.2 Notícias

A notícia é a matéria prima do jornalismo. Deriva do latim “notitia” e significa informação, conhecimento, resumo de um acontecimento, escrito ou exposição sucinta de um assunto qualquer, novidade. Para Lage (2002, p. 16), ela se define como “relato de uma série de fatos, iniciando, na maioria das vezes, pelo fato mais importante ou interessante”. Seu universo é o das “aparências do mundo”. Como forma de conhecimento, não pertence nem ao futuro, nem ao passado, mas sim ao presente. O “efêmero e transitório” constituem sua verdadeira essência. Um fato deixa de ser notícia assim que cessa a tensão que o causou e, em conseqüência, a atenção do público se volta para uma outra nova notícia. O redator da notícia nem sempre é conhecido do público que vai lê-la e, mesmo quando assina o que escreveu, pouco ou quase nada isso significará para quem está lendo.

Toda notícia também é um produto, possuindo, portanto características e elementos comerciais. Inserida em uma revista que, assim como outros veículos de comunicação, pertence a empresas que precisam, vender seu produto, recebe, na redação, um tratamento especial, antes de ser oferecida ao leitor. As notícias podem comover, ocasionar revolta ou conformismo, agredir ou gratificar seus consumidores. O repórter que as escreve tem a preocupação com sua importância ou com o interesse que desperta, o que fará com que seja publicada ou não, procurando manter a veracidade dos fatos. Conforme Lage (2002, p. 25) “o que não é verdade, numa notícia, é fraude ou erro”.

Esses fatos fazem com que, muitas vezes, ocorra um distanciamento entre a “realidade” e o noticiário, pois filtros dos acontecimentos “selecionam e interpretam as notícias”, de acordo com as orientações ideológicas da empresa jornalística que precisa vender o seu produto. Mas como escolher as notícias que devem ser publicadas? Erbolato (2004) nos aponta alguns critérios que embora não obtenham a unanimidade, motivam o público leitor, por se referirem a:

Proximidade, marco geográfico, impacto, proeminência ou celebridade, aventura e conflito, conseqüências, humor, raridade, progresso, sexo e idade, interesse pessoal, interesse humano, importância, rivalidade, utilidade, política editorial do jornal, oportunidade, dinheiro, expectativa ou suspense, originalidade, culto de heróis, descobertas e invenções, repercussão, confidências (ERBOLATO, 2004, p. 60).

As notícias devem poder responder a seis perguntas clássicas: Quem? Quê? Quando? Onde? Por quê? Como?, que são consideradas os elementos da notícia. Existem casos em que o jornalista utiliza as notícias sintéticas, que respondem a três perguntas: Quem? Quê? Quando? (ERBOLATO, 2004).

Outro elemento importante da notícia é o “*Lead*”, pequeno texto localizado logo abaixo da manchete ou título, sintetizando sua matéria e chamando a atenção do leitor para os aspectos que se deseja destacar na mesma e que é considerado de interesse do leitor. É uma espécie de roteiro-notícia. É o relato do fato principal (LAGE, 2002, p.27).

3.4 PUBLICIDADE E PROPAGANDA

As palavras “Publicidade” e “Propaganda”⁹ são usadas em nossa língua, tanto como sinônimos, tanto como portadoras de significados diferentes. Na opinião de Hall (1997, p.41) o “eixo da posse é trocado pelo eixo do espetáculo”, ou seja, manipulando-se o “espaço semiótico em torno dos produtos”, o inconsciente também percebido como um “espaço público”, também poderia ser “manipulado”.

Quanto à história da publicidade, a introdução de anúncios publicitários nas páginas do jornal “La Presse”, que o francês Emile de Girardin lançou, em 1835, “transformou a imprensa e inaugurou a fase da publicidade” (MARSHALL, 2003, p. 81). A comercialização de espaços para anunciantes proporcionou a redução dos custos das empresas, possibilitando o barateamento dos exemplares dos jornais.

Já nas revistas, conforme Bagdikian, a introdução da publicidade foi mais lenta, mas tornou-se também importante.

Nas primeiras revistas, os anúncios eram relegados às páginas de trás, visto que na opinião dos diretores representavam uma invasão do espaço do leitor. No entanto, por volta de 1890, quando a renda gerada pelos anúncios tornou-se importante, as agências de publicidade insistiram para que fossem trazidos para as páginas da frente (BAGDIKIAN, 1993, p. 172).

⁹ Nos *Dicionários de usos do Português do Brasil*, de Borba (2002) encontramos essas palavras como sinônimas: propaganda é publicidade e “Publicidade” é arte de exercer uma ação psicológica sobre o público, com fins comerciais ou políticos. No dicionário *UNESP do Português Contemporâneo* Borba (2004), propaganda aparece como divulgação e exaltação das qualidades para fins de promoção; publicidade. Publicidade é, nesse compêndio, definida como arte de tornar algo conhecido pelos seus aspectos positivos, a fim de obter aceitação pública, no campo comercial ou político. De acordo com Rabaça e Barbosa (2002) as tentativas de tornar os dois vocábulos diferentes resultaram em nada, pois os dois podem se referir à “atividade de planejar, criar e produzir anúncios”.

No Brasil, como nos relata Marshall (2003, p. 90), na década de 1970, houve uma verdadeira consagração da publicidade nas revistas. “O poder das empresas e dos anúncios publicitários” tornou-se tão grande que a revista “*Senhor*”, editada nessa década, publicava ao lado do índice de reportagens, um índice dos principais anúncios de cada edição.

Nos dias atuais, tanto em nosso país, como no restante do mundo, ainda de acordo com esse autor, a presença da publicidade na mídia contemporânea é enorme e movimenta expressiva quantidade de dinheiro. O mundo passa por mudanças cada vez mais rápidas e se buscam novos parâmetros de comportamento. Assim, para Guilardi (2002, p. 124), ainda que a publicidade não “crie valores”, ela “mostra os novos valores”, propiciando a adesão ou não do público a eles. As pessoas que os adotam passam a ser “diferentes e modernas”, em contraponto aos que não os adotam e são considerados velhos e antiquados.

O texto publicitário pertence a um “gênero discursivo e circula na sociedade”, utilizando-se de dois tipos de linguagem, “a verbal e a visual”. Neste caso, uma servindo de apoio, ou reforçando a outra (PEREIRA, 2004, p. 107). A propaganda está nos jornais, revistas, TV, cartazes, placas, outdoors, nas ruas, nos prédios e é normalmente dirigida ao público consumidor (VESTERGAARD; SCHRODER, 2004, p. 1). De acordo com esses autores, “é possível distinguir a propaganda não-comercial da comercial”. Exemplificando a primeira, podemos “mencionar a comunicação entre órgãos governamentais e cidadãos”, como no caso de campanhas públicas. Para ilustrar, podemos citar a recente campanha sobre o desarmamento, em 2005 ou campanhas que têm objetivos filantrópicos como a Campanha do Agasalho, ou ainda, campanhas políticas. Já a “propaganda comercial abrange a publicidade de prestígio ou institucional, em que as empresas não anunciam mercadorias ou serviços, mas um nome ou imagem” (VESTERGAARD; SCHRODER, 2004, p. 2). O objetivo desse tipo de propaganda não é um aumento imediato de vendas, mas sim fixar junto ao público a imagem da empresa ou de algum produto.

No Brasil, de acordo com Ramos (1985, p. 41), a propaganda antecipou-se às necessidades do mercado, tendo início antes mesmo do período em que “eclodiram as técnicas e a industrialização”. Durante a revolução de 1932, foi iniciada a implantação de nossa indústria e passou-se a valorizar o que era autenticamente brasileiro, produzido aqui, o que até então não acontecia. A partir de

uma crescente evolução dessa indústria, houve o desenvolvimento de um campo propício ao crescimento da propaganda.

Como parte integrante do discurso publicitário, a propaganda é um texto declaradamente persuasivo, onde a argumentação procura gerar uma ação que, por sua vez, objetiva uma mudança. Entretanto, essa argumentação não tem em vista levar o interlocutor a uma simples adesão intelectual, mas sim estimulá-lo para uma ação ou criar possibilidades para que ela ocorra. Essa estratégia torna a propaganda distinta dos demais textos lingüísticos, transformando-a em vendedora de alguma coisa.

A linguagem publicitária deve fazer “afirmações positivas” sobre o produto que está sendo mostrado e, para isso, recorre freqüentemente à pressuposição e à expectativa (VESTERGAARD; SCHRODER, 2004, p. 34). Como exemplo podemos citar a propaganda do “Sistema Positivo de Ensino”, publicado na contracapa interna da Revista *Isto É*, de 10 de novembro de 2004, onde temos a seguinte afirmação: “Das mesas educacionais mais inovadoras ao mais completo sistema de ensino”. No texto, logo abaixo, podemos ler o seguinte:

Utilizando a combinação de hardware, software e materiais concretos, as Mesas Educacionais que a Positivo Informática produz ajudam a criar um ambiente diferenciado de aprendizagem. Da mesma forma, o Sistema Positivo de Ensino, elaborado pela Editora Positivo e utilizado em escolas em todo o país, abre uma nova perspectiva para o ensino brasileiro.

É importante ressaltar que os personagens centrais da maioria dos textos publicitários são “o sujeito/receptor, o adjuvante, ou seja, o produto e o objeto, qualidade ou qualidades atribuídas ao produto”. A ilustração ou a fotografia são importantes recursos persuasivos da publicidade. Não servem apenas para tornar o anúncio mais bonito ou informativo. Elas o situam no tempo e no espaço, permitindo que o destinatário reconstrua contextos com os quais se identifique,

A publicidade ilustra algo mais do que um produto; torna visíveis idéias tidas como consensuais pela coletividade; sua eficácia dependerá do reconhecimento que receber. A imagem publicitária é sustentada por uma forte mitologia que nos é comum; assim, ser visível simplesmente exprime a verdade das representações (NEIVA, 1994, p. 69).

A fotografia usada na comunicação publicitária, para Muniz (2005), é produzida pelo profissional encarregado de sua criação com “a intenção de fazer o receptor acreditar nos valores e atributos apresentados por meio da imagem fotográfica” (p.82), apelando à sua memória cultural, tendo em vista contar,

expressar, explicar, dirigir, inspirar e atingir o receptor. É da fotografia, do fotojornalismo e da fotomontagem que passarei a falar, a seguir.

3.4.1 Fotojornalismo, Fotografia e Fotomontagem

A fotografia de imprensa foi percorrendo ao longo da história um extenso caminho, alargando a visão das pessoas. Os mais importantes e até os menos importantes fatos que marcaram o século XX e o início do XXI foram registrados pelas câmeras fotográficas dos repórteres atentos aos acontecimentos. O fotojornalismo tem se mesclado com a publicidade e a propaganda e, mesmo quando se fala do fotojornalismo como atividade orientada para a produção de fotografias para a imprensa, vê-se que muitos profissionais que dizem ser também jornalistas apostam em outros meios de divulgação. Para Souza (2000, p. 8), fotografias jornalísticas “são aquelas que possuem valor jornalístico e que são usadas para transmitir informação útil, em conjunto com o texto a que estão associadas”.

O fotojornalismo é uma atividade com fronteiras de difícil delimitação. O termo pode abranger fotografias de notícias, de reportagens, de publicidade e propaganda, projetos documentais e outras modalidades com as quais o fotógrafo se depara no cotidiano. O que se pode dizer é que, como nos outros diferentes tipos de atividades do jornalismo, o principal objetivo do fotojornalismo é informar. Para isto, ele recorre ao conjunto de fotografias e textos. Entretanto, quando muito intensas, as imagens fotográficas conseguem evocar o acontecimento representado, ou as pessoas e objetos e a situação em que estão envolvidos. Para ter sucesso, a imagem fotográfica necessita unir a força noticiosa à força visual.

O fotojornalista necessita utilizar intuição e sentido de oportunidade muito aguçados, para avaliar, rapidamente, se a situação é potencialmente interessante, trabalhando dentro de uma “linguagem do instante” (SOUZA, 2000, p. 10), procurando congelar em uma ou mais imagens toda a significação de um acontecimento. Necessita discernir, rapidamente, o posicionamento que permita ao observador perceber com clareza o sentido que desejou transmitir. Para isso deverá lançar mão dos recursos tecnológicos oferecidos pelas câmeras e outros equipamentos de última geração e dos elementos básicos da linguagem fotográfica.

Na opinião de Scalzo (2004, p. 71), “a fotografia e a revista parecem ter nascido uma para a outra”. A partir do momento do lançamento da primeira revista ilustrada, “elas nunca mais se separaram”. As revistas sempre valorizaram a fotografia, utilizando e explorando muito bem os recursos de impressão e qualidade do papel que tinham e continuam a ter à disposição.

Quando alguém olha pra uma página de revista, a primeira coisa que vê são as fotografias. Antes de qualquer palavra, é a fotografia que vai prendê-lo àquela página ou não. Fotos provocam reações emocionais, convidam a mergulhar num assunto, a entrar numa matéria. Por isso, ter fotos boas em mãos é fundamental. Elas devem excitar, entreter, surpreender, informar, comunicar idéias ou ajudar o leitor a entender a matéria (SCALZO, 2004, p. 70).

Já faz algum tempo que a fotografia transformou-se em elemento essencial em anúncios publicitários, reportagens e notícias que são veiculados em jornais, revistas, cartazes e outdoors. Afinal, que outra linguagem, nos meios impressos da comunicação de massa, consegue ser tão eficiente nos quesitos credibilidade e sedução?

Vemos assim que, desde o seu surgimento até os dias de hoje, a fotografia vem exercendo um importante papel, mostrando, através de suas imagens, cenas profissionais, cotidianas e informais do ambiente urbano ou rural, das pessoas, de diferentes lugares e diferentes culturas do globo terrestre. Já na publicidade, a fotografia, é “um texto fotográfico”, que obedece a normas e regras de produção, sem contrariar as especificidades da comunicação publicitária. “Assim, a fotografia publicitária possui qualidades que possibilitam o convencimento, a conquista e a ação favorável ao consumo dos produtos veiculados no anúncio, sem perder a beleza, o encanto e a originalidade” (MUNIZ, 2005, p. 76).

A fotografia, conforme essa mesma autora, é considerada como um “registro objetivo do mundo contemporâneo” e a sociedade lhe fornece características de realismo, reforçando seus valores como “representação de sua objetividade social” reconhecendo-a como verdadeiramente objetiva. Partindo da relação da imagem fotográfica com seu “referente”, os críticos e teóricos estabelecem algumas concepções sobre ela. Em primeiro lugar, ela seria o espelho do real e, dentro do “discurso da mimese”, é percebida pelo olhar “como um análogo objetivo do real, parecendo mimética por essência”. Em segundo lugar, concebe-se a fotografia como “transformação do real”. Neste momento, temos o discurso do código e da desconstrução, onde ela é percebida como um simples efeito da

realidade. Esse fato nos mostra que a imagem fotográfica não é neutra, constituindo-se em instrumento de transposição, análise, interpretação e transformação do real, sendo, como linguagem, codificada pela cultura. Segundo essa concepção que entende a fotografia como uma “reprodução mimética do real”, a escolha do enquadramento, do foco ou ângulo do recorte da realidade é de autoria do fotógrafo, mas o objeto a ser fotografado, e que vai constituir sua obra, nem sempre lhe pertence. Barthes (1984) mostra uma variedade muito grande de leituras que é possível fazer da imagem fotográfica e de como esta é vista por seu observador. O efeito que ela produz no observador é ocasionado pela maneira como foi articulada, pois a composição¹⁰ tem uma influência direta sobre a compreensão imediata da mensagem fotográfica.

Refletindo sobre esses aspectos, compreendemos que a fotografia, mesmo sendo vista como espelho do real, é construída pelas intervenções do “aparelho” e de quem o manuseia. O fotógrafo, através de suas escolhas e ao registrar o assunto, selecionará seu ponto de vista, intervindo no resultado final da imagem. Em uma sociedade onde, cada vez mais, a imagem está presente através de diferentes meios, é necessário que diferenciemos sua finalidade e utilização. A imagem veiculada na imprensa apóia-se grandemente na semelhança que a fotografia apresenta com o real. Entretanto, não se pode esquecer que essa imagem é construída durante todo o seu processo. Ao representar um olhar tecnológico sobre um fragmento do real, a fotografia constrói realidades a partir da programação da câmera, do processamento químico e, após sua obtenção, na forma como for editada e exposta. Para entendermos o discurso da fotografia nos dias atuais é essencial que sua natureza seja investigada. “Ela não pode ser vista apenas como documento do real, mas sim, como uma representação a partir do mesmo” (DE BEE, 2005, p. 4).

Ao analisarmos fotografias é interessante que observemos com atenção a pose dos objetos ou pessoas, uma vez que existe uma imbricação de mensagens denotativas e conotativas, de significantes e significados presentes neste tipo de composição:

¹⁰ A composição nada mais é do que a arte de dispor os elementos do tema – formas, linhas, tons e cores – de maneira organizada e agradável. Na maioria dos casos não só sentimos mais prazer em olhar para uma fotografia organizada, como também uma maior facilidade em entendê-la (BUSSELE, 1979).

É necessário atribuir uma importância especial ao que se poderia chamar a pose dos objetos, pois o sentido conotado surge dos objetos fotografados. O interesse está no fato de que esses objetos são indutores comuns de associações de idéias, ou, de maneira menos evidente, verdadeiros símbolos (BARTHES, 1990, p. 17).

Na visão de Scalzo (2004), além de termos “boas fotos”, é necessário que as posicionemos de maneira adequada, utilizando os lugares mais nobres e de maior visibilidade da página, como, por exemplo, o canto direito superior de uma página ímpar. Para ela, “não adianta ter uma foto excelente” se a espremos no pé da página ou a cortamos na junção entre duas páginas diferentes (p. 70). Outros elementos importantes para análise das fotos são o enquadramento e o ângulo. Quando nos distanciamos com a câmara em relação ao objeto fotografado, devemos levar em conta a organização dos elementos internos do *enquadramento*, verificando que a distinção entre os planos não é somente uma diferença formal, porque cada um possui a sua capacidade narrativa. Eles determinam o distanciamento da câmara em relação ao objeto fotografado. Uma mesma fotografia pode conter vários planos. Enquadrar o centro de interesse no “primeiro plano” vai nos dar a sensação de profundidade. Utilizamos a expressão “segundo plano”, para nos referirmos a assuntos, pessoas ou objetos que, mesmo não estando em destaque, têm importância na foto. Conforme informações de Curso Técnico em Publicidade que é disponibilizado pela Internet¹¹, podemos ter ainda os seguintes tipos de planos: a) grande plano geral: o cenário é o elemento principal, deixando uma pequena parcela desse espaço para o sujeito que também o dimensiona; b) plano geral: nesse enquadramento, o cenário ocupa uma menor parte, dividindo o espaço com o sujeito; c) plano conjunto: esse é o plano em que o sujeito preenche o cenário, aparecendo de corpo inteiro, revelando suas características físicas; d) plano americano: nesse plano se corta qualquer parte da pessoa acima do joelho e abaixo da cintura; e) plano médio: o corte ocorre acima da cintura, até a altura do peito. É um plano bastante útil para a gravação de diálogos e muito utilizado em entrevistas; f) close-up ou primeiro plano: mostra apenas os ombros e a cabeça do sujeito. É usado em ocasiões em que se pretenda captar as emoções expressas no rosto da pessoa; g) big close-up, superclose ou primeiríssimo plano: foca somente a cabeça da pessoa, ocupando praticamente toda a tela. Normalmente é utilizado para revelar

¹¹ TÉCNICO EM PUBLICIDADE. Disciplina: Fotografia Publicitária. Disponível em: <http://www.nwk.edu.br/tecnicos/publicidade/fot/aulas_fot11.htm>. Acesso em: 6 dez. 2005.

as características e emoções do sujeito, com a finalidade de transmiti-las ao público; h) plano de detalhe ou extreme close-up: enquadra somente os detalhes, como por exemplo: os olhos, um anel no dedo, a etiqueta da roupa.

Para “fotógrafos experientes”, a escolha do melhor ângulo torna-se instintiva, podendo observar com facilidade que, “a cada ângulo de observação corresponde uma imagem distinta”, quer em relação à forma do motivo, quer em relação ao cenário (ALMEIDA, 1993, p. 33) A câmera pode ser colocada tanto na mesma altura do personagem ou objeto, como abaixo ou acima dele. A posição de cima para baixo é denominada “mergulho”, tende a diminuir o sujeito em relação ao espectador, podendo significar derrota, opressão, submissão e fraqueza; a de “baixo para cima”, ou “contra-mergulho” pode ressaltar sua grandeza, sua força, seu domínio. Ambas permitem ângulos completamente diferentes que vão possibilitar pontos de vista diversos, mas também vão depender do contexto em que estiverem inseridas. Vivemos em um mundo de símbolos e cada um desses ângulos de visão poderá levar a um simbolismo diferente.

É preciso considerar, também, a função da legenda no fotojornalismo. Para Costa (1994, p. 88), “o vínculo entre foto e legenda é fundamental na sua construção por se constituir na sua unidade narrativa”. A mesma autora ressalta a ligação entre foto e legenda¹², mostrando que primeiramente se olha para a foto, em um segundo momento se lê a legenda, buscando um complemento para a percepção inicial, para, finalmente, retornar para a imagem e finalizar a interpretação da cena. Quando a imagem e a legenda coincidem, vamos ter o que Barthes chama de ancoragem (a legenda ancora a imagem na realidade, ajudando-nos a interpretá-la).

A legenda é também muito importante, na opinião de Scalzo (2004), que considera as fotografias como:

[...] as principais portas de entrada de uma página, para os leitores, sendo as legendas as maçanetas que abrem essas portas. Todas as fotos devem ser legendadas e estas legendas devem ser inteligentes, seduzindo o leitor, chamando-o para entrar no assunto, ao invés de o afastarem definitivamente dele (SCALZO, 2004, p. 70).

¹² ‘A legenda é a voz que falta, e espera-se que ela fale a verdade. Mas mesmo uma legenda inteiramente acurada não passa de uma interpretação, necessariamente limitadora, da foto à qual está ligada. E a legenda é uma luva que se veste e se retira muito facilmente’ (SONTAG, 2004, p. 125).

Nos dias atuais, “com o uso de computadores e possibilidades de criar imagens digitais”, discute-se o “uso e a manipulação das fotografias nas revistas” Na opinião de Scalzo (2004, p. 70), “as revistas semanais de informação” estão entre as que mais usam o fotojornalismo e em várias ocasiões ele lhes rendeu grande sucesso editorial”. Entretanto, mesmo nesses veículos, onde, teoricamente, o “respeito pela notícia e pela verdade” deveriam ser maiores, já ocorreram casos de adulteração de imagem, fato que preocupa as pessoas que se dedicam a discutir o assunto. Voltando um pouco na história, verificamos que essa manipulação é antiga; já em 1850, conforme Sontag (2004, p. 102),

[...] um fotógrafo alemão inventou a primeira técnica de retocar o negativo. Isso permitia fazer, manualmente, duas versões (uma retocada e outra não de um mesmo retrato)¹³. Naquela época a sociedade assustou-se com a notícia de que a fotografia podia mentir, mas apesar disso, o ato de se deixar fotografar foi se tornando cada vez mais popular.

Séculos depois é o software Photoshop o responsável pela mentira cada vez mais bem contada através de seus inúmeros filtros de plug-ins. Considerado por Alvarenga (2004, p. 12) um software de edição, o programa reúne inúmeras funções indispensáveis ao tratamento de imagens, como redução, ampliação, reprodução, recortes, retoques e a principal e mais sofisticada atração, que são as texturas e os inúmeros e famosos efeitos especiais. Indispensável nos dias de hoje, como tecnologia de ponta, é bem provável que a maioria das imagens que saltam aos nossos olhos, independentemente de sua procedência: revistas, anúncios, outdoors, jornais, *sites* e outros meios, tenham sido tratadas por Photoshop.

Esses fatos nos remetem a discussões relativas à ética e a uma “perda do caráter naturalmente testemunhal da fotografia”. A defesa dos editores é dizer que imagens “retocadas” já existiam desde o início da fotografia e que “*a fotomontagem é uma prática comum, nos dias de hoje*” (ROCHA, 2005, p. 2, grifo meu). A Internet propaga, com rapidez incrível, a foto digital e, apesar de todos os prós e contras, as imagens cada vez mais circulam na rede e o computador é usado para processar e arquivar imagens. Mas tanto o caso da manipulação pelo computador quanto a divulgação on-line das imagens nos levam ao problema dos direitos autorais.

Por esses motivos, muitos fotojornalistas ainda são contrários à fotografia digital. Para a proteção do fotógrafo, consta no Código Civil Brasileiro a violação dos

¹³ A foto foi exposta na Expositio Universelle de Paris, a segunda feira mundial e a primeira com uma exposição de fotos (SONTAG, 2004, p. 102).

direitos autorais, como reprodução e fotomontagem sem indicar ou mencionar o autor da obra, o que constitui um crime penal previsto pela Lei 5.988/73, artigo 127. Na opinião de Souza (2000), devemos questionar o fato de que, no fotojornalismo, tenhamos chegado a um ponto em que “tanto importa a realidade que se cria, como a realidade que se representa de forma direta nas fotografias” (p.148). A Associação de Jornalistas da Noruega solicitou a introdução de um “símbolo” em todas as fotos manipuladas digitalmente. Pensam esses fotojornalistas que se possa fazer manipulação fotográfica, desde que o observador saiba que ela foi feita e de que maneira isso ocorreu e desde que sirva para tornar a comunicação fotojornalística mais útil.

4 INSERINDO O TRABALHO NOS ESTUDOS CULTURAIS

4.1 BREVE NOTÍCIA SOBRE OS ESTUDOS CULTURAIS

Para melhor inserir este trabalho dentro dos Estudos Culturais, é necessário discorrer sobre o que já realizaram, o que são na atualidade e quando iniciaram. Para tanto, valho-me de citação que extraí do texto “Estudos culturais, educação e pedagogia”, numa tentativa de uma primeira aproximação.

Os Estudos Culturais não pretendem ser uma disciplina acadêmica no sentido tradicional, com contornos nitidamente delineados, um campo de produção de discursos com fronteiras balizadas. Ao contrário, o que os tem caracterizado é serem um conjunto de abordagens, problematizações e reflexões situadas na confluência de vários campos já estabelecidos, é buscarem inspiração em diferentes teorias, é romperem certas lógicas cristalizadas e hibridizarem concepções consagradas (COSTA, SILVEIRA, SOMMER, 2003, p. 36).

Os Estudos Culturais surgem na década de 60, na Inglaterra, a partir do momento em que a virada cultural passa a exercer grande influência sobre os intelectuais da época e a academia. Emerge então um novo campo de estudos, que se organiza utilizando a cultura como conceito central. Sua fundação ocorreu na Universidade de Birmingham, no Centro de Estudos Culturais Contemporâneos, no ano de 1964, inaugurados por Raymond Williams e Richard Hoggart¹⁴ (HALL, 1997, p. 31).

As obras destes dois autores, que são provenientes da classe operária e que tiveram acesso a instituições de elite da educação universitária britânica, através de um gradativo processo de democratização, foram pioneiras nos Estudos Culturais Contemporâneos. Mais tarde, junta-se a eles Edward P. Thompson com sua obra *The making of the english working class* (A formação da classe operária inglesa)¹⁵, publicado em 1963 (COSTA, 2000, p. 18-20).

¹⁴ Os trabalhos que inauguraram os Estudos Culturais britânicos são dois livros publicados no final da década de 1950 – *The uses of literacy*, de Richard Hoggart, que apareceu em 1957, e *Culture and society*, de Raymond Williams, de 1958. O primeiro descreve a cultura da classe trabalhadora dos anos 30, época da juventude do autor e a da classe trabalhadora tradicional, ameaçada pelas novas formas de entretenimento de massas. O segundo se estrutura no sentido de rejeitar uma noção singular e dominante de cultura, mas, assim como outros trabalhos similares da mesma época, não conseguem ter uma significação social e política unívoca (COSTA, 2000, p. 19-20).

¹⁵ O autor descreve seu trabalho como marxista e algumas categorizações o posicionam no campo da historiografia marxista inglesa. Entretanto outros estudiosos dos Estudos Culturais o apontam como um autor que examina a história da sociedade inglesa sob o ponto de vista “dos de baixo”.

Na década de 1930, a Escola de Frankfurt, que antecedeu os Estudos Culturais foi pioneira nos estudos críticos em comunicação, abordando a economia política dos meios de comunicação, a análise cultural dos textos e os estudos de recepção pelo público e os efeitos sociais e ideológicos da cultura e das comunicações de massa. Na visão frankfurtiana, autores como Horkheimer e Adorno criaram a expressão “indústria cultural”, que mostra o processo de industrialização da cultura, a qual passou a ser produzida para a massa, transformada em mercadoria padronizada e os problemas comerciais que traziam dificuldades para o sistema. Esses produtos, produzidos pela indústria cultural, tinham, para a escola de Frankfurt, um objetivo que era “legitimar ideologicamente as sociedades capitalistas e de integrar os indivíduos nos quadros da cultura de massa e da sociedade” (KELLNER, 2001, p.43-44).

Ao substituir Hoggart na direção do Centro de Estudos Culturais, entre os anos de 1969 a 1979, Stuart Hall, na visão de Escosteguy (2004), passou a exercer uma importante participação dentro dos mesmos, incentivando o desenvolvimento de estudos etnográficos, as análises dos meios de divulgação da cultura de massa e a investigação de práticas de resistência dentro de subculturas.

Para os Estudos Culturais, a questão central é cultural. Eles não são uma disciplina, mas sim um campo interdisciplinar, transdisciplinar e muitas vezes contradisciplinar, no qual todas as formas de produção cultural são estudadas, relacionadas a outras práticas culturais, sem estabelecer uma distinção entre alta cultura e cultura popular (NELSON; TREICHLER; GROSSBERG, 2002, p. 8).

Estes estudos espalharam-se por várias áreas do conhecimento como as artes, as ciências humanas, ciências sociais, ciências naturais e tecnologia. Continuam entrando nos mais diferentes campos, apropriando-se de teorias e metodologias da antropologia, psicologia, lingüística, teoria da arte, crítica literária, filosofia, ciência política, musicologia e outros. Na realização de suas pesquisas, fazem uso da etnografia, da análise textual e do discurso, da psicanálise e de outros caminhos investigativos, para constituir seus objetos de estudo (COSTA, SILVEIRA, SOMMER, 2003). A partir da noção abrangente de cultura que os Estudos Culturais nos apresentam é que passo a falar sobre representações, que constituem o objeto de pesquisa desse trabalho.

4.2 DISCUSSÃO SOBRE REPRESENTAÇÕES

Partindo da perspectiva dos Estudos Culturais, é possível verificar que o conceito de representação nesse campo refere-se “a práticas de produção de significados, a partir de eventos, objetos, grupos que já existem ou que são produzidos dentro do próprio processo da representação” (SILVA, 2000, p. 97). Conforme este mesmo autor, a representação está intimamente ligada aos significantes e à forma de construção de significados. Estes são produzidos nos mais diferentes locais e circulam na cultura, sempre representados pela linguagem, entendida aqui como constituída por palavras, sons, gestos e imagens. Da mesma forma Wortmann (2002, p.25) nos mostra que, “Trabalhar com representações (...) implica descobrir e interpretar entendimentos dos sujeitos sobre o ‘mundo real’, buscando aproximá-los da melhor maneira de ‘modelos e padrões’ já definidos”.

A partir do que nos diz Hall (1997, p. 3), verificamos que “não existe um único significado verdadeiro”. Os significados “flutuam”, não permitindo assim serem “estabelecidos definitivamente”. A tarefa da representação é tentar identificá-los, intervindo nos vários significados que, por exemplo, uma imagem nos transmite, numa tentativa de destacar algum. É importante salientar ainda, conforme este mesmo autor, que, no caso dos textos escritos, muitas vezes o significado não é sugerido apenas na imagem, mas sim “na conjunção da mesma com o texto ou manchete”. Conhecer e representar são processos que não podem ser separados, na opinião de Silva, que ressalta a importância do olhar associado à representação. Para ele “perguntas sobre quem está autorizado a conhecer o mundo traduzem-se em perguntas sobre quem está autorizado a representá-lo” (SILVA, 2000, p.33-34). Ao fazermos estas perguntas, estamos estabelecendo uma relação entre conhecimento e representações, com as relações de poder.

A representação está inserida na cultura em que vivemos. Ela é uma atribuição de significados aos fatos e relações do nosso cotidiano e produz conhecimento. Ao falarmos sobre ela temos que estabelecer de forma muito clara quem está falando, de onde está falando e para quem está falando.

Não podemos, ao falar de representações, deixar de aludir à virada cultural, pois, como Veiga-Neto (2003, p.2) afirma, existe, na atualidade “um crescente interesse pelas questões culturais”, em todos os setores da sociedade. Aumenta a centralidade da cultura para “pensar o mundo”, perpassando todos os

acontecimentos que ocorrem conosco e as representações que fazemos sobre eles. A “virada cultural”, dentro desse contexto, encontra-se intimamente ligada à linguagem, entendendo-se a cultura como a união de diferentes sistemas de classificação e diferentes formações discursivas às quais a linguagem recorre para dar significação a tudo. Esta compreensão em relação à linguagem deve abranger a vida social como um todo. Todos os processos econômicos e sociais, por dependerem de significados e ocasionarem conseqüências em nosso modo de vida, ou seja, em nossas identidades, também devem ser entendidos como práticas culturais e discursivas (HALL, 1997).

Essa centralidade da cultura é ressaltada ainda por outros pensadores, como Frederic Jameson, Nestor Canclini, Beatriz Sarlo, David Harvey, que se referem ao poder instituidor que é atribuído aos discursos que circulam no mundo da cultura. As imagens, as revistas, as músicas, os livros, o cinema, a televisão, além de serem manifestações culturais, são também artefatos produtivos, práticas de representação, produzindo sentidos que vão circular nas arenas culturais, operando e negociando significados e estabelecendo hierarquias (COSTA, SILVEIRA, SOMMER, 2003).

Outra dimensão importante a ser abordada, levando em consideração a linguagem, é a virada lingüística, que nos faz ver que a linguagem e o discurso são centrais na constituição do sujeito, assim como a cultura. Segundo Veiga-Neto (2002, p.43-51), podemos dizer que, hoje, não se compreende a linguagem como um meio de representação da realidade, e sim como um modo de instituí-la, dentro do entendimento de que são os nossos discursos sobre o mundo que o constituem. A questão não é questionarmos se existe mesmo um mundo real ao nosso redor, mas nos preocuparmos com o mundo que faz sentido para nós, ou seja, nos dedicarmos à análise do sentido que colocamos nele.

A partir da virada lingüística precisamos olhar para a linguagem, observando-a não apenas a partir de sua capacidade para descrever e interpretar o mundo, mas também, a partir de sua capacidade para constituir práticas e identidades sociais. O conhecimento e a compreensão do mundo social estão, desta forma, vinculados à forma como nomeamos e descrevemos o mundo, processo este que constitui a realidade. Na visão de Veiga-Neto (2003, p. 10), alguns filósofos da linguagem, entre eles o mais importante, o alemão Wittgenstein, “despedem-se de uma metafísica da linguagem”, trazendo-a para o mundo cotidiano, mostrando que

ela “não está fundada num outro lugar”. Da mesma forma, “não há um outro mundo a sustentar aquilo que chamamos de cultura” (VEIGA-NETO, 2003, p. 10).

Quando falamos de representações nas revistas, estamos falando de um lugar em que, nas palavras de Costa e Silveira (1998, p.78), “encontramos textos escritos e todo o tipo de imagens, cores, formas e texturas, combinados entre si, que divulgam, reforçam, alimentam e produzem representações...”. No caso das revistas que estamos utilizando como material de pesquisa, poderíamos pensar que a “voz” da revista” não é a de um sujeito autônomo, mas algo que se constitui e é assumido, “a partir de uma ordem, de “um sistema de produção do discurso”, de “princípios de controle, seleção e exclusão que atuam sobre suas “(re)produções significados” e sobre suas “práticas específicas”.

Existe, na atualidade, uma grande gama de estudos que, abrigados sob os Estudos Culturais, tratam da representação, e é dentro da diversidade que eles nos permitem, que pretendo inserir minhas análises sobre as representações de lousa que encontrei nas revistas.

4.3 DISCUSSÃO SOBRE PEDAGOGIAS CULTURAIS

Inseridos num universo de imagens, textos e sons, vemos a mídia como um meio constante de veiculação de saberes e práticas que se articulam com o cotidiano das pessoas, influenciando o seu modo de vida e a forma como constroem sua própria identidade. Kellner (2001, p.17) nos mostra que, observando o papel pedagógico da mídia, podemos entender melhor a cultura na sociedade contemporânea.

Dentro desse universo estão inseridas as revistas, com sua profusão de segmentos, títulos, textos, legendas e imagens, constituindo-se em artefatos culturais que nos ensinam coisas e nos interpelam com discursos que nos conformam e nos subjetivam. Ao folharmos suas páginas, vemos que elas nos trazem semanal ou mensalmente novas lições, oferecendo-nos a oportunidade de novas aprendizagens e apontando novos “lugares” para nós. Através delas e de muitos outros artefatos culturais midiáticos, como jornais, televisão, Internet, cinema, somos bombardeados por representações que se apresentam como formas prestigiadas de ver o mundo e suas relações.

Presentes em diferentes instâncias sócio-culturais encontramos inúmeros mecanismos que atuam na direção de educar os sujeitos para viverem conforme regras estabelecidas socialmente, de modo a inseri-los na cultura prevalente. Muitas vezes, essa não é uma ação explicitada para tais artefatos culturais, sendo que alguns deles, inclusive, são configurados como exclusivamente relacionados ao prazer e a diversão. Para Giroux; MacLaren (1996, p. 144):

Existe pedagogia em qualquer lugar onde o conhecimento é produzido, em qualquer lugar em que exista a possibilidade de traduzir a experiência e construir verdades, mesmo que essas verdades pareçam irremediavelmente redundantes, superficiais e próximas do lugar comum.

Partindo dessa afirmação, podemos pensar a produção de imagens como um mecanismo educativo que está cada vez mais presente nas diferentes instâncias sócio-culturais. E, como também destacam os autores acima citados, essas não só cumprem a função de informar ou ilustrar, como também educam e produzem conhecimento.

Voltando-nos especificamente para a publicidade, vemos que, para Kellner (2002), ela é uma importante fonte produtora de “imagens culturais”, o que o leva a pensar nas “possibilidades de uma pedagogia crítica das imagens”, levando em consideração a sua importância para a educação. Como salienta o mesmo autor:

A própria publicidade é uma pedagogia que ensina os indivíduos o que eles precisam e devem desejar pensar e fazer para serem felizes, bem sucedidos e genuinamente americanos. A publicidade ensina uma visão de mundo, valores e quais comportamentos são socialmente aceitáveis e quais são inaceitáveis (KELLNER, 2002, p. 112).

Precisamos olhar para ela como “um indicador social” que nos mostra e opera com uma gama muito grande de informações sobre “tendências sociais”, “modas” e “valores contemporâneos do capitalismo de consumo”, o qual pode ser visto como uma das “principais forças de moldagem do pensamento e do comportamento” dos sujeitos.

5 ORGANIZANDO A PESQUISA

Por sempre ter gostado de ler revistas, mas, principalmente, por ter passado a olhá-las da forma como Popkewitz nos aponta, ou seja, como artefatos culturais, produtoras de significados e representações, foi nelas que fui procurar as representações de lousa para minhas análises. Nessas revistas, aparentemente distantes do universo escolar e com um público alvo não necessariamente ligado ao cenário pedagógico, minha atenção foi despertada para a freqüência com que a lousa aparecia em fotos e gravuras. E dessa surpresa nasceu meu interesse de pesquisa.

Através dos textos e imagens nelas contidos, passei a observar de que forma as representações de lousa encontradas em revistas não dirigidas especificamente a professores capturam os sujeitos e lhes apontam posições, lugares, disposições e atividades para corpos e mentes e como as representações de lousa aparecem relacionadas a outras representações de escola, professores e alunos, também buscando quais são os fatores que a mantêm como um ícone presente e permanente, como símbolo da docência e da escolarização.

Optei pelas revistas *Veja*, *Vejas Regionais*, *Isto É* e *Isto É Dinheiro*, por serem revistas de grande circulação semanal. Num primeiro momento, pensei que o material fosse insuficiente, mas aos poucos as reportagens, notícias e propagandas com representações de lousa foram surgindo uma após outra e numa profusão que não imaginei que pudesse encontrar nesse tipo de revista. O período de pesquisa que contemplei para cada revista foi o seguinte: *Veja*: de dezembro de 2003 a julho de 2006; *Isto É*: novembro de 2003 a janeiro de 2006, e *Isto É Dinheiro*: outubro de 2004 a março de 2006. A única *Veja regional* utilizada foi a *Veja São Paulo – on-line*, de maio de 2006. Não houve uma coincidência exata de período entre todas elas, em virtude da dificuldade de obtenção de algumas edições mais antigas e do aparecimento de alguma matéria interessante numa edição, quando já considerava o material completo. Este foi um período estipulado, para que conseguisse uma continuidade que me permitisse verificar a permanência de certas regularidades que iriam facilitar a análise posterior. O corpus da pesquisa encontra-se composto por oitenta e oito matérias, entre reportagens, pequenas notícias e anúncios publicitários.

Diante do material coletado foi necessário estabelecer um critério para organizar a análise das representações de lousa encontradas nas revistas. O material foi, então, dividido em quatro categorias que não são estanques, mas sim, um recurso que utilizei para organizar as análises, de acordo com certas regularidades que fui encontrando. Na primeira categoria colocamos as representações de lousa em reportagens e propagandas como parte do cenário escolar. Essa categoria foi a que mais se destacou e teve mais exemplos dentre todo o material coletado, já que a lousa em sala de aula é a representação mais encontrada nos mais diversos veículos midiáticos.

A segunda categoria que se destacou foi a da lousa como mero cenário para personagens. Encontrei em vinte reportagens, fotos em que as lousas parecem ser utilizadas para mera composição de um cenário para um personagem, não integrando planos mais amplos de sala de aula. Esses personagens são, na maioria, homens; são dezessete homens e apenas cinco mulheres. Ao observar o tipo de atividade que tais personagens exercem, neste conjunto de fotos, encontrei cientistas, economistas, médicos, presidente da república, ministros, ministras, governador, prefeito, executivo de multinacional, professores e estudantes que se destacam sendo considerados possuidores de talentos acima da média ou precoces, ou seja, encontrei personalidades conhecidas e personagens do cotidiano. Para realizar a análise desse capítulo, procurei responder às perguntas analíticas: Quem são esses personagens retratados frente a lousas? Que tipo de matéria essas fotos ilustram? Por que essa escolha?

A terceira categoria foi denominada de a lousa estilizada. Em vinte e seis peças publicitárias e reportagens selecionadas, as representações da lousa mostram-na, de alguma forma, transformada, perdendo algumas de suas características como o lugar habitual, o formato ou algum de seus outros elementos, transformando-se, por exemplo, numa peça de quebra-cabeça. Por outro lado, alguns elementos são mantidos para que o leitor a reconheça, ocorrendo, então, uma estilização. De acordo com o *Novo Dicionário Aurélio* (1980, p.582), estilizar é “aprimorar, modificar, suprimir, substituir e/ou acrescentar elementos para obter determinados efeitos estéticos” e é neste sentido que utilizo o adjetivo “estilizada”. A lousa estilizada tem seu valor simbólico enfatizado.

Finalmente, a quarta e última categoria é: a lousa e as novas tecnologias. Folheando as revistas, encontramos reportagens e propagandas cujas fotos

ilustrativas mostram a lousa convivendo com artefatos de novas tecnologias. Nesse sentido, vale lembrar que tanto os alunos quanto os educadores, na atualidade, têm acesso a um número cada vez maior de informações em um ritmo também cada vez mais rápido, graças ao uso desses recentes artefatos tecnológicos.

Confesso que foi difícil deixar fora das análises matérias que também poderiam ser esquadrinhadas, mas abririam muito o leque da investigação para analisar tudo. Entre essas matérias posso citar aquelas em que a lousa aparece em bares e restaurantes da moda, bem como em bares bem mais simples, como aquele do seu “Chico Quero-Quero”, “lá do Borá”, ou a lousa em supermercados, açougues, floriculturas, livrarias e em propagandas de vários outros produtos como livros, geladeiras, serviços, pois a lousa vende de tudo. Entretanto, penso que elas possam servir em outro momento para outras análises.

Procurei efetuar uma leitura compreensiva dos textos verbal e imagético, de forma a contextualizar adequadamente a ocorrência da foto/imagem em que a lousa está presente. A partir dessa contextualização, passei a me deter em uma leitura detalhada da referida figura. Procurei efetuar uma interpretação minuciosa do que está ali representado (ambiente, sujeitos, ações, a lousa propriamente dita, o que nela está registrado, etc) e, na medida do possível, lancei mão de algum instrumento analítico sobre a linguagem fotográfica (planos, enquadramento, etc.). Nas propagandas, além dessa leitura detalhada, procurei também verificar o tipo de publicidade: se de produtos, de idéias; qual o tipo de anunciantes, etc.

Para falar sobre as revistas que analiso nessa dissertação, iniciarei pela *Veja*, revista que chegou às bancas no dia 11 de setembro de 1968, com uma tiragem de 695.000 exemplares. Fundada por Roberto Civita em um momento de grande “efervescência mundial”, tornou-se logo uma revista de expressão nacional. Seu lançamento foi antecedido por uma grande campanha publicitária, divulgada em quase todas as emissoras de TV do país. Antes do seu lançamento, “*Veja e Leia* já era um título pertencente à Editora Abril, com todos os direitos reservados”. O fundador e presidente, na época, Victor Civita, apostou no nome e ponderou que, no Brasil, a expressão “veja só” era muito utilizada. Dessa forma o título fortaleceu-se e já na primeira edição o título foi editado como *VEJA* (em letras grandes) e *LEIA* (em letras bem menores). Aos poucos a “expressão *LEIA*” desapareceu, permanecendo apenas *VEJA*, nome que, de acordo com julgamento emitido pela própria editora em correspondência, “identifica, hoje, a maior revista brasileira e uma das maiores

revistas de informação do mundo”¹⁶.O público leitor predominante pertence às classes A e B. É considerada uma revista de informação, sempre atual e dirigida para “homens e mulheres de alto poder aquisitivo”, que querem estar sempre atualizados, para poderem se destacar na vida social e profissional.

Atualmente é a “revista mais vendida e mais lida do Brasil”. Mas nem sempre desfrutou desta situação, lutou contra dificuldades por sete anos, amargando prejuízos. Melhorou sua performance com a venda por assinaturas, que corresponde, nos dias atuais, a 80% de suas vendas. É hoje a quarta revista de informação mais vendida no mundo, conforme Scalzo (2004). Os dados enviados pelo departamento de publicidade da revista mostram que sua tiragem atual “gira em torno de 1.250.000 exemplares”, com uma carteira de assinantes de 940.000 exemplares e a descrevem como “uma revista inspirada no modelo da revista *Time*”, criada em 1922, por Henry Luce e como “a primeira no gênero, lançada no Brasil”, onde prevaleciam, no mercado editorial da época, “revistas semanais ilustradas, com grandes fotos e textos curtos”. Ressaltam, também, a forma como a revista está estruturada:

Veja está subdividida em editorias: Brasil, que faz, basicamente, a cobertura das atividades políticas; Internacional, que trata de assuntos referentes à política mundial e a assuntos internos de outros países; Economia e negócios; Artes e Espetáculos, que cobre cinema, televisão e literatura, teatro, exposições, etc; Geral, que trata de Ciência e Tecnologia, Educação, Saúde, Estilo, Moda, Comportamento, etc. Há seções, como Radar, com notas exclusivas; *Veja* essa, onde figuram as frases mais marcantes e inusitadas da semana; Gente, com notas sociais; Cartas; outras seções de notas, como Holofote e Contexto; e o Guia, de serviços (SANDOVAL, 2005).

No momento atual, publica ainda os “suplementos regionais”: *Veja São Paulo* e *Veja Rio* (semanais), *Veja Nordeste*, *Veja BH*, *Veja Fortaleza*, *Veja Porto Alegre*, *Veja Santa Catarina*, *Veja Paraná* e outras que podem ser mensais, quinzenais ou semanais (www.publiabril.com.br).

A revista *Isto É*, editada pelo grupo de comunicação Três S.A., foi lançada no mercado editorial em maio de 1976, no Estado de São Paulo e, na atualidade, explora diferentes “nichos editoriais”. Sua edição era mensal, até março de 1977. O *site* da revista a caracteriza como “ousada, inquieta, ética”, possuidora de uma

¹⁶ Esses dados e mais alguns que menciono sobre a revista *Veja* constam da mensagem que recebi e que se encontram disponíveis em “Gabriela Sandoval” gsandoval@abril.com.br, recebida em 13 de maio de 2005. Conforme esta correspondência o Perfil de *Veja* foi atualizado em 01 de novembro de 2002.

“mistura de credibilidade e transparência que a torna única”. Situa-a entre “uma das dez maiores revistas de informações do mundo”, com grande importância na história do Brasil, fato este comprovado pelo crescimento e inúmeros prêmios que viria recebendo, nos últimos anos.

Continuam os editores afirmando que esta revista introduziu no país uma “direção de arte”, que dá preferência ao dinamismo e à interatividade, além de proporcionar “uma cobertura mais ampla em assuntos como comportamento e tecnologia”. Foi, segundo eles, a primeira revista semanal brasileira a ter um *site* na Internet (<http://www.istoe.com.br>) que disponibiliza, gratuitamente, quase 100% do seu conteúdo. Isso ocorre há dois anos e o *site* é considerado um sucesso, chegando a ter, em média, 400 mil visitas por mês. Sua tiragem, calculada no mês de setembro de 2005 é de 435.125 exemplares.

Ressaltam os divulgadores que, “para acompanhar e analisar tantas tendências, tantos assuntos e tantas reviravoltas que sete dias proporcionam”, a revista dispõe de uma equipe formada por dezenas de profissionais, “verdadeiros especialistas em suas áreas”, em busca do “ângulo mais inusitado” das notícias, tentando proporcionar aos leitores matérias que consigam conjugar “profundidade e originalidade”. Com este intuito a revista mantém as colunas: *A Semana, Brasil, Ciência & Tecnologia, Educação, Comportamento, Economia & Negócios, Medicina e Bem Estar, Internacional, Artes e Espetáculos*; afirmam seus divulgadores que, “por tudo isso, *Isto É* é leitura obrigatória entre os formadores de opinião do País”.

Continuando o seu trabalho, em 1997, a Editora Três lançou a primeira revista semanal especializada em negócios, economia e finanças: *Isto É Dinheiro*, que se tornou referência no jornalismo econômico do Brasil. Com uma tiragem de 116.053 exemplares (cálculos de setembro de 2005, consoante o *site* da revista), ela tem como objetivos informar e cobrir os “acontecimentos mais quentes do mercado” como mudanças macroeconômicas, indicadores de bolsas, investimentos, associações e expansões empresariais e outros furos de reportagem. Já no primeiro ano, conquistou vários prêmios, conquistando, principalmente o meio jornalístico, o mercado financeiro e o publicitário.

Conforme a própria editoria da revista, ela procura garantir “credibilidade na informação”, através de uma “equipe respeitável, especialista em jornalismo econômico”, sem apelar para os jargões do economês. A redação recebe reforço, através de “um acordo com Bloomberg Financial News, uma das maiores agências

de notícias econômicas do mundo”. Também conforme a própria revista, um “projeto gráfico inovador” transforma economia em um assunto tão interessante, quanto cultura, música ou comportamento.

A revista também tem o seu *site* (<http://www.istoedinheiro.com.br>), disponibilizando *on line* seu conteúdo, quase integralmente. Sua alegada originalidade e seriedade qualificam seu público-alvo, onde, de cada cinco leitores (conforme suas pesquisas), um seria empresário e os outros quatro seriam dirigentes ou executivos, que procuram atualização por meio das seções: *Dinheiro na Semana, Economia, E-commerce, Negócios, Seu dinheiro e Finanças*.

A partir dessas considerações sobre o corpus de pesquisa e a forma como o organizei, dividindo-o em categorias, é que passo a olhar mais detalhadamente para as representações de lousa que encontrei, realizando suas análises e procurando discuti-las.

6 ANALISANDO O MATERIAL

Partindo dos conceitos já abordados sobre representações trazidos pelos Estudos Culturais e analisando o material que coletei, folheei e li para essa dissertação, que soma oitenta e nove matérias, entre reportagens, propagandas e pequenas notícias, resolvi dividi-lo em quatro categorias: a) lousa em reportagens e propagandas como parte do cenário escolar; b) lousa como mero cenário para personagens; c) lousa estilizada; d) lousa e as novas tecnologias. Essas categorias não são estanques, mas sim um recurso que utilizei para organizar as análises, como adiante explicarei de acordo com certas regularidades que encontrei. Procedi, dentro de cada categoria, à análise detalhada dos materiais encontrados, de forma a, progressivamente, ir encontrando tais regularidades.

6.1 LOUSA COMO PARTE DO CENÁRIO ESCOLAR

Essa categoria foi a que mais se destacou e teve mais exemplos, dentre todo o material coletado, já que a lousa em sala de aula é a representação mais encontrada nos mais variados veículos midiáticos. Analisando o material selecionado nesta categoria, composto por trinta e duas matérias, percebi que em algumas situações encontram-se presentes a lousa, o professor ou professora e os alunos; já em outras aparece apenas o professor e, em outras, apenas os alunos. Optei por iniciar as análises pela primeira situação; cabe aqui ressaltar que o número de professores e professoras, em sala de aula, nas imagens é praticamente igual (10 professoras e nove professores).

Iniciando nossa análise, encontramos que, em reportagem da seção especial, a revista *Veja* (31/03/2004) anuncia “As notas no provão dos 260 melhores cursos superiores” e coloca a foto de uma grande lousa ocupando as duas páginas iniciais da reportagem; nela, escrita com giz branco e letras amarelas de forma, está a manchete citada acima. No canto inferior esquerdo, podemos ler em um *lead* o seguinte:

VEJA conseguiu com exclusividade as notas dos dez melhores cursos de 26 carreiras. Os resultados mostram que o conceito “A” pode esconder médias baixas. O dado positivo é que muitas faculdades melhoraram seu ensino graças à obrigatoriedade do exame.

Vê-se assim que, mesmo se tratando do ensino universitário, em que as habilidades exigidas e as tecnologias usadas seriam mais sofisticadas, a tradicional lousa continua presente como símbolo de estudo e da transmissão de conhecimento. Nas quatro páginas seguintes temos duas fotos de salas de aula com computadores misturados à lousa tradicional, localizadas, tais fotos, no centro superior das páginas. Nas duas últimas páginas da reportagem (90-91) encontramos uma foto posada (fig.8) e, evidentemente, foi escolhido um ângulo especial de forma a montar um cenário de estudo e disciplinamento. Nesse sentido, é que os alunos e as alunas encontram-se uniformizados com vestes militares, de pé, em posições corporais bastante semelhantes entre si e pouco sorridentes; as mulheres estão todas com os cabelos presos. Encontram-se dispostos em meio círculo, tendo ao fundo o professor, também uniformizado, que se apresenta numa posição destacada, hierarquicamente superior, no lugar do mestre, detentor do saber. Apesar de professor e alunos não se encontrarem em seus lugares usuais, a lousa os posiciona de forma hierarquizada vemos nela o que se revelará uma constante no material analisado: nela estão escritas fórmulas e desenhos matemáticos (fig.8).

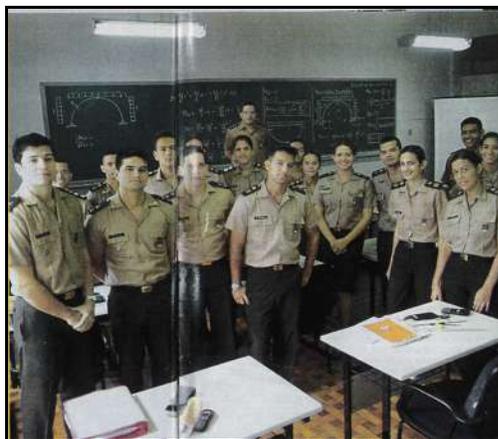


Figura 08 – O campeão da engenharia
Fonte: *Veja*, 31 mar. 2004, p.84-89

O texto informa que o Instituto Militar de Engenharia (IME) é um “centro de excelência” que forma os melhores alunos, produzindo “excelentes profissionais” que poderiam, no final do curso, optar pela carreira militar. As anotações na lousa referem-se às ciências exatas, talvez procurando mostrar o grau de dificuldade e a capacidade na transmissão de conhecimentos do curso, fato este que é reforçado pela manchete: “O CAMPEÃO DA ENGENHARIA”, assim como a relação com o curso

focalizado, "Engenharia", onde tais conteúdos são mais freqüentes e têm valor simbólico. Colada à representação de lousa, encontramos a representação de profissionais bem formados, bem sucedidos, em virtude de terem que se submeter a uma dura disciplina: "As regras do instituto são severas. Os alunos estudam em tempo integral, precisam bater continência para o professor e, caso não sejam aprovados em alguma matéria, são instantaneamente expulsos".

Relembramos aqui Foucault, para quem as relações de poder estão presentes em toda a vida social e não apenas como dominação, mas também como produção. Ele nos mostra que o uso de determinadas tecnologias permite que este mesmo poder seja exercido sobre os indivíduos e seus corpos. Em sua obra *Vigiar e Punir* (2004), ele refere-se à disciplina como método que permite um controle meticuloso do corpo, realizando a sujeição constante de suas forças. Uma forma de dominação que os torna dóceis, obedientes e úteis. "Esses métodos que permitem o controle minucioso das operações do corpo, que realizam a sujeição constante de suas forças e lhes impõem uma relação de docilidade-utilidade, são o que podemos chamar de disciplinas" (p.118).

Em outras duas reportagens, a revista *Veja* aborda temas semelhantes. Ambas encontram-se publicadas na seção "Educação", sendo que a primeira tem por título "Existe outra diferença". Ela foi publicada em 09/06/2004 e utiliza duas fotos colocadas lado a lado, uma em cada página, ambas na parte superior, retratando alunas e alunos adolescentes da Escola Recanto, da cidade de Recife. Em ambas as fotos, tanto as alunas como os alunos foram retratados (alguns de pé atrás, e outros sentados) em frente a uma lousa branca, repleta de conteúdos e cálculos de física, escritos com caneta azul. Nas fotos, evidentemente posadas, a lousa serve de espaço privilegiado tanto para reforçar o tema da reportagem – ligado à vida escolar – quanto o tema central da mesma, que é a reversão das diferenças entre rapazes e moças no desempenho escolar. Assim, a lousa, aqui, encontra-se associada às ciências exatas, no caso, Física, que constitui saberes que sempre foram considerados mais difíceis para as mulheres e mais fáceis para os homens. As alunas posam descontraidamente e muito sorridentes; já os alunos mostram-se sérios (apenas um sorri) e parecem bem menos à vontade. O motivo parece estar explicado em um lead, localizado no canto inferior esquerdo da página à esquerda, onde podemos ler que: "As meninas dão um banho nos meninos no desempenho escolar e em número de matrículas nos colégios". As legendas das fotos referem-se

aos personagens e mostram as médias das notas das alunas e dos alunos do 3º ano do ensino médio da referida escola. As notas delas são superiores às deles, o que vem mostrar já algumas mudanças em relação ao conceito de que os homens seriam superiores às mulheres nas ciências exatas (fig.9).



Figura 09 - Existe outra diferença

Fonte: *Veja*, 09 jun. 2004, p.72-73.

Assim, de acordo com a reportagem, “agora, elas estão se tornando o sexo forte também na educação, tanto em termos de presença nas salas de aula como de rendimento escolar”.

A outra reportagem, denominada “As melhores da turma” (05/05/2004), nos mostra as cidades brasileiras que “conseguiram colocar mais jovens na universidade na idade certa”. Uma foto tirada do fundo da sala retrata uma turma de faculdade de São Caetano do Sul (SP), cidade classificada em primeiro lugar no ranking das cidades “com maior número de universitários na faixa etária adequada”. A ênfase na perspectiva leva ao efeito de um centramento na lousa verde, que aparece ao fundo, e no professor que nela escreve. Os alunos encontram-se sentados em suas cadeiras, frente a suas classes, todos voltados para o que o professor escreve ou para os cadernos onde copiam. Mais uma vez, aqui a lousa determina os lugares dos sujeitos no espaço escolar (fig.10).



Figura 10 – As melhores da turma

Fonte: *Veja*, 05 maio 2004, p.155

Em muitas reportagens encontramos referências aos problemas da educação no país e a “crise da educação”. Gerzson (2004, p. 79), nos mostra que:

As revistas discorrem sobre a educação, sobre o currículo, sobre a competência dos professores, sobre as habilidades necessárias aos estudantes, etc. A grande quantidade de textos que abordam a educação parece denotar que sua conjuntura tem alguma importância social e política. As mudanças conjunturais são entrelaçadas ao âmbito da educação escolar. Em alguns textos a educação tem papel salvacionista, em outros é acusada pelos índices de violência, desemprego e falência da sociedade.

A reportagem de *Isto É* (01/12/2004, p.91-93) “Ensino Reprovado” focaliza também esse tema. Na foto selecionada para análise, o menino Marcos, aluno da 3ª série (fig.11), aparece de lado, trajando moletom e usando, na cabeça, uma touca de tricô azul, que não serve obviamente para proteção do frio, mas é uma marca de pertencimento a grupo, escrevendo na lousa verde, com letra manuscrita, seu nome, o número 22 e uma palavra sem sentido para nós: “olhutoi”. A legenda da foto refere-se ao personagem, afirmando que ele “chorou por não saber escrever”. A lousa, nessa situação, focalizada apenas no canto em que o menino escreve, serve de suporte visual para que a reportagem mostre uma criança que seria exemplo de aluno aprovado pelo sistema de ciclos e que ainda não lia, nem faria as quatro operações aritméticas.

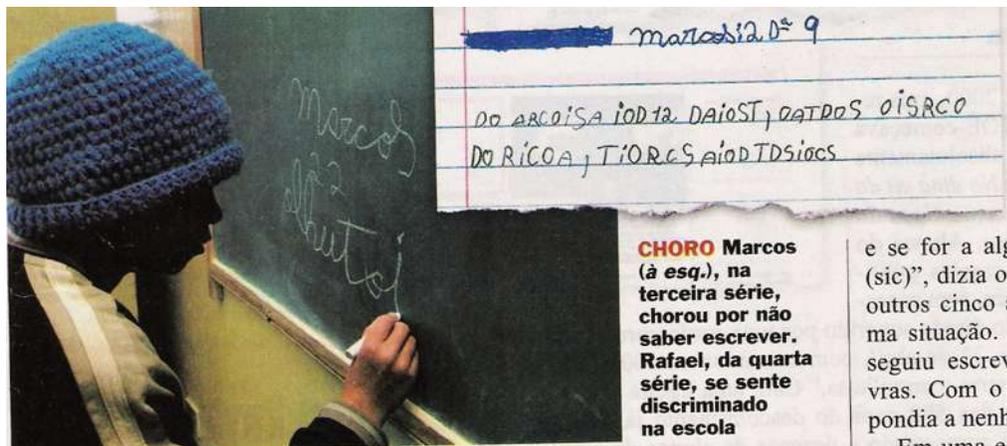


Figura 11 – Ensino reprovado

Fonte: *Isto é*, 01 dez. 2004, p.92

O foco, aqui, é a “qualidade” da escrita da criança na lousa, o que é corroborado pelo bilhete que se encontra também fotografado e sobreposto à mesma. As duas imagens, ladeando a lousa, procuram comprovar o que argumenta a reportagem, ou seja, nada do que aquele aluno escreve é compreensível, além do seu nome.

Uma foto de arquivo, que é inserida tanto no artigo “Falência da educação brasileira”, *Veja* (26/07/2006, p.104-105), quanto numa notícia da seção “Contexto”, *Veja* (15/03/2006, p.43), trata de assuntos muito próximos, ou seja, a “falência da educação brasileira” e “O ciclo vicioso da América Latina: ignorância e pobreza”. A foto, que, na primeira reportagem, ocupa a parte central superior de duas páginas, e na notícia, localiza-se no canto superior direito da página foi tirada de cima para baixo, na posição denominada “mergulho”, posição que, na opinião de Almeida (1993, p.33), tende a diminuir o cenário e os personagens, denotando derrota, opressão, submissão e até fraqueza. Nessa foto, aparece ao fundo, de lado, a professora, parada, com os braços caídos ao longo do corpo, olhando para uma lousa branca, repleta de conteúdos escritos com caneta azul. Os alunos estão sentados em suas cadeiras, com seus materiais escolares, também olhando para a lousa, à exceção de três meninas que se encontram sentadas de costas para a parede esquerda da sala, sorrindo e provavelmente olhando para o fotógrafo. No canto direito da foto podemos ver parte de um ventilador de parede que parece muito maior do que os personagens que compõem a cena retratada (fig.12), em virtude do ângulo.

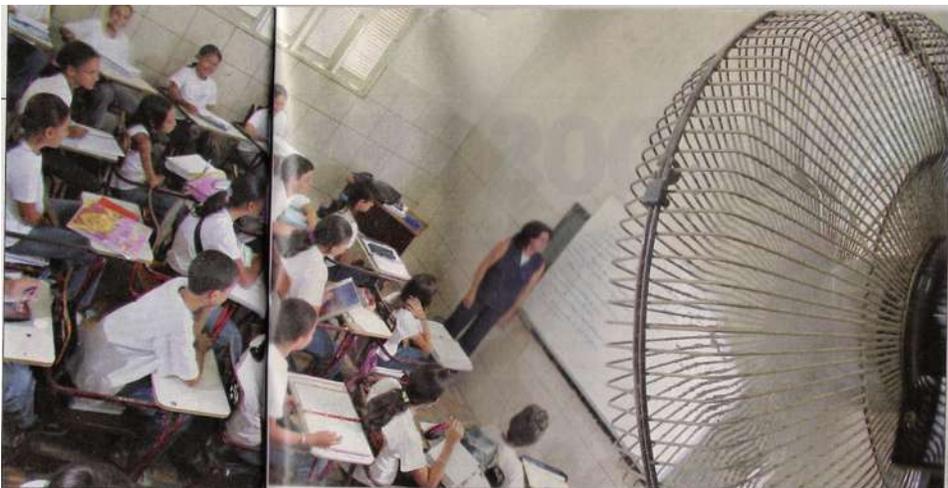


Figura 12 – Falência da educação brasileira

Fonte: *Veja*, 26 jul.2006, p.104

As legendas das fotos referem-se à sala de aula e conectam-se ao tema central das matérias, relatando maus resultados da educação brasileira.

Como sabemos, existem, na atualidade, no Brasil, Fundações que, através da ajuda de doadores, sejam eles pessoas físicas ou jurídicas, investem em educação, com o objetivo de tentar melhorar o ensino e atender comunidades carentes do país, correspondendo a uma estratégia retirada do Estado de suas responsabilidades no campo educativo. Na visão de Gerzson,

O desvio das energias econômicas e políticas do Estado, passando de regulador para estimulador da autonomia individual e da associatividade em instâncias não-estatais, instaura outras práticas de governo. A autonomia da sociedade seja através das iniciativas promovidas pelas diversas instâncias sociais que tomam para si a resolução de problemas e necessidades sociais, ou através de parcerias, patrocínio ou projetos com empresas privadas, ao invés de significarem um afrouxamento ou minimização do estado, 'pode ser vista como tecnologia de governo, na medida em que, para pertencer a um grupo e para torná-lo atuante/efetivo, é preciso que cada um assuma responsabilidades e conduza suas ações... (2004, p.75).

Dentro dessa temática a *Isto É Dinheiro* (07/12/2005) mostra, na seção "Negócios", uma sala de aula da "Fundação Lemann", que seria grande investidora tanto na "qualidade de gestão escolar" quanto nos "cursos de MBA para jovens talentos". Nessa foto, também tirada do fundo da sala, vemos crianças sentadas em suas classes, dispostas em forma de U, ouvindo, atentamente, a professora que aponta para uma lousa verde, repleta de conteúdos escritos com giz branco (fig.13)

em uma pose professoral típica. O título da reportagem é: “Doadores. Quem são os empresários que mais investem no social”.



Figura 13 – Doadores quem são os empresários que mais investem no social
Fonte: *Isto é Dinheiro*, 07 dez. 2005, p.63

Trata-se aqui de uma escola visivelmente mais pobre do que as anteriores e o típico ambiente escolar congrega tanto a lousa quanto outros artefatos do espaço pedagógico: cadernos, estojos sobre a mesa, um cartaz afixado na parede ao lado direito da lousa, bem como os trabalhos dos alunos pendurados em um varal.

Já o “Instituto Bola Pra Frente” tem uma propaganda publicada na revista *Isto É* (08/09/2004, p.18). Entre várias fotos que ilustram a peça publicitária, numa espécie de faixa fotográfica em que as fotos se fundem sem limites mostrando várias atividades esportivas e educativas desenvolvidas pelo instituto, encontramos lousas ou partes de lousa presentes em três delas (fig.14).



Figura 14 – Anúncio publicitário
Fonte: *Isto é*, 08 set. 2004, p.18

Na terceira foto, a partir da esquerda, uma professora dá aulas para alunos do ensino fundamental, sentados em suas classes, tendo como cenário de fundo uma pequena lousa branca. Na quarta foto, uma professora negra ensina um menino e uma menina a se exercitarem fisicamente, utilizando cordões e podemos

ver na foto, apenas uma pequena parte da lousa verde, que se encontra também presente na quinta foto. Nessa lousa, pendurada na parede, podemos ver, desenhado com giz branco, o esquema de um campo de futebol, muito utilizado pelos professores e técnicos para explicar as táticas usadas nesse esporte. Os alunos meninos estão sentados em suas classes, provavelmente em círculo, com seus materiais escolares em cima das classes, talvez estudando conteúdos e regras referentes ao futebol.

O Banco do Brasil, por sua vez, desenvolve o “BB Educar”, programa coordenado pela Fundação Banco do Brasil, que aparece em propaganda publicada em *Veja* (28/06/2006, p.34-35), ilustrada por duas fotos de feitiço semelhante, que ocupam toda a segunda página. Na primeira, localizada no canto superior esquerdo, encontramos uma menina que é atendida pelo “AABB comunidade” e é fotografada de pé em um ginásio de esportes, segurando uma bola de vôlei e sorrindo para a câmera, numa posse clássica. No canto inferior direito, em posição nobre da página, podemos ver um homem, também atendido pelo “BB Educar” em Foz do Iguaçu, Paraná; ele sorri para o fotógrafo e segura entre os braços cadernos, em frente a uma lousa e classes, em um cenário de sala de aula utilizado como ambiente para a foto (fig.15). A lousa aqui ajuda a compor o cenário pedagógico sugerido pela peça publicitária.



Figura 15 – Anúncio publicitário

Fonte: *Veja*, 28 jun. 2006, p.37

Em um texto legenda, localizado na página anterior às fotos, lê-se que o personagem encontra-se entre os “240 mil jovens e adultos alfabetizados pelo “BB Educar”. A foto parece estar inserida ou em um porta-retratos, ou em um álbum, devido às cantoneiras, mostrando, assim, a importância da mesma para cada personagem. A propaganda ressalta, ainda, que essa é a “responsabilidade socioambiental do Banco do Brasil e a sua prática”. Ao considerar a relevância que essas fundações e institutos e a mídia atribuem à divulgação do trabalho desenvolvido, à abrangência do mesmo e às vultosas quantias investidas, podemos concluir, com Bauman, que:

O estado lava as mãos quanto à vulnerabilidade e à incerteza produzidas pela lógica (ou falta de lógica) do livre mercado, agora rerepresentadas como um problema privado, que os indivíduos devem tratar e enfrentar por conta própria e com recursos particulares (BAUMAN, 2006, p.88).

Outra ocorrência de representação de lousa, em matéria sobre trabalho voluntário, é a que diz respeito a uma situação que ocorria em Sorocaba, São Paulo, onde a estudante Aline Silva, de quinze anos, lecionava desde os sete anos de idade, no quintal de sua casa, onde havia improvisado uma escola para “dar aulas de reforço a crianças da vizinhança”. Na revista *Veja* (16/02/2006, p.70-71) ela é retratada para a reportagem “Superdotados, mas carentes de atenção”, no quintal de sua casa, olhando para um livro que segura entre as mãos, como se estivesse lendo ou ditando para os seus alunos “improvisados”, (fig.16). À sua volta, sentadas em classes, sobre as quais podemos ver cadernos, livros, lápis e outros materiais, vêem-se crianças de várias idades. Encostadas no muro, sob o varal repleto de roupas, duas lousas, uma maior e outra menor, se sobrepõem uma à outra. Aqui elas também ajudam a compor o cenário escolar, ainda que montado de forma precária fora da escola.

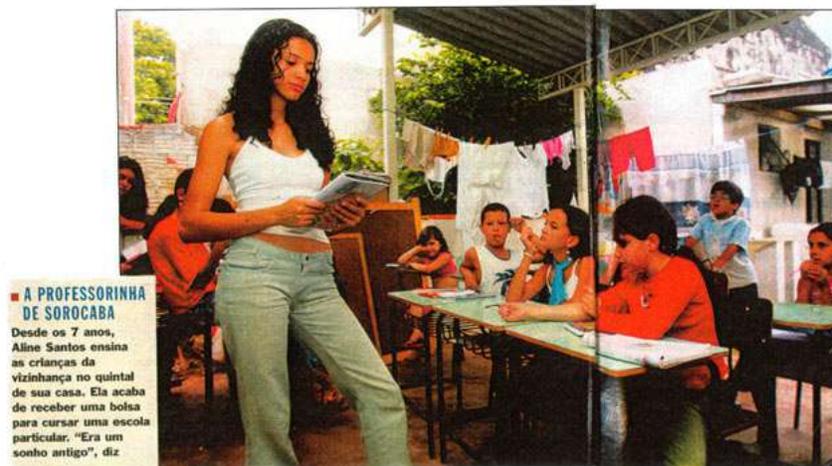


Figura 16 – Superdotados, mas carente de atenção
Fonte: *Veja*, 16 fev. 2006, p.70

A possível troca, por parte do governo brasileiro, de parte da dívida externa do país, de 120 bilhões de dólares, por investimentos em educação, ciência e meio ambiente, gerou uma reportagem publicada na revista *Veja* (13/04/2005, p. 142-143), que traz uma foto bastante abrangente de uma sala de aula de ensino fundamental em que podemos observar uma clara marcação dos lugares (fig.17).



Figura 17 – Cabeças pensando
Fonte: *Veja*, 13 abr. 2005, p. 142-143

A foto foi tirada do fundo da sala em direção à parte da frente, proporcionando uma idéia de profundidade. Na parte superior direita da foto, vemos a lousa repleta de escritas e, próximo a ela, um menino que provavelmente tenha sido chamado para nela executar alguma tarefa, fato rotineiro na maioria das escolas. A professora, sentada à frente dos alunos, entre a lousa e a janela, olha para esse menino, como se o supervisionasse, e sobre sua mesa encontram-se

vários livros, cadernos e outros materiais didáticos. Em primeiro plano encontramos os alunos ocupando suas classes individuais, com o material escolar desordenado, sobre elas, virando-se para olhar e sorrir para a câmera. Trata-se de uma foto evidentemente posada. Cada sujeito está posicionado em seu lugar, tendo como determinante a lousa que é o lugar do saber, onde estão escritas as coisas que são validadas pela sociedade e pela instituição escolar. É uma que foto nos parece bastante familiar: retrata uma sala como tantas outras, com sua diversidade étnica, materiais, cadernos, livros didáticos e, nesse ambiente, a lousa repleta de exercícios, de uma forma muito natural para todos nós. Na reportagem, inserida na seção “Governo”, a manchete fala em “Cabeças pensando”, o que pode, no caso, ter duas significações. Especificamente, se nos fixássemos apenas na foto sob análise, poderíamos inferir que se trata de um simples registro de que a professora está ensinando e os alunos estão aprendendo, ou melhor, “pensando”. Entretanto, se atentarmos para os leads, em que estão escritos: “Crianças na escola: trocando dívida por investimento”; (o primeiro) e: “Em Brasília, há uma discreta safra de boas idéias na Saúde, na Educação, no Planejamento...” (no segundo), podemos fazer outras inferências. Efetivamente o tema do texto são as “boas idéias do governo” e se procura mostrar que, em Brasília, também há cabeças pensando em trocar a dívida do país por investimentos em educação.

Em outra reportagem da mesma revista (03/05/2006, p.106-107), apenas uma parte esmaecida da foto da reportagem anterior, possivelmente de arquivo, é utilizada (fig.18).

O QUE O GOVERNO EXIGE DA FAMÍLIA?

Que todas as crianças com idade entre **6 e 15 anos** freqüentem pelo menos **85%** das aulas em um mês

As gestantes têm de fazer o pré-natal e as crianças precisam ser vacinadas e ter seu crescimento e peso acompanhados nos postos de saúde. O descumprimento de algum desses itens leva teoricamente à exclusão do programa. Até hoje, porém, ninguém jamais perdeu o benefício por descumprimento das exigências ou qualquer outro motivo

DE QUANTO É O BENEFÍCIO?

Varia de **15 a 95 reais** por mês

Uma família com renda per capita abaixo de **60 reais** ganha bônus inicial de **50 reais mensais do governo**

Essa mesma família tem direito a **15 reais mensais** por criança em idade escolar – até o limite de três crianças, o que totaliza, no máximo, **45 reais**

As famílias com renda per capita superior a **60 reais**, e inferior a **120**, não têm direito ao bônus inicial de **50 reais** – essas só recebem **15 reais** por criança em idade escolar, até o limite de três crianças

Figura 18 – A moeda eleitoral de Lula
Fonte: *Veja*, 03 maio. 2006, p.106-107

A professora não aparece e são mostrados apenas alguns dos alunos, tendo a lousa ao fundo, com o menino, que posa, de pé, realizando alguma tarefa proposta pelo professor. Essa reportagem intitulada “A moeda eleitoral de Lula” refere-se, como podemos ler em um lead, logo abaixo do título, ao programa Bolsa Família.

A polêmica sobre o sistema de cotas que abre vagas nas Universidades, para estudantes negros, indígenas e pobres é um dos temas abordados na reportagem “O grande salto para trás” publicada em *Veja* (26/01/2005, p.48-53). Dentro deste contexto situa-se uma foto posada (fig.19), localizada na parte superior da página em que aparecem três estudantes negros e um branco.

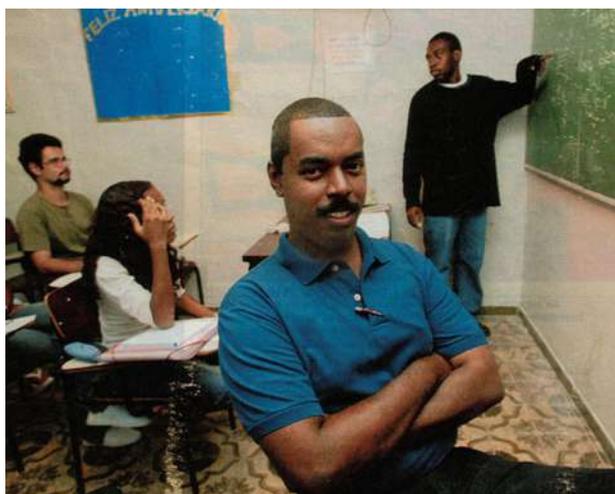


Figura 19 – O grande salto para trás
Fonte: *Veja*, 26 jan. 2005, p.51

Um deles, de pé, aponta para uma lousa verde, em pose professoral, onde estão registrados com giz branco, conteúdos provavelmente relativos à disciplina que estão cursando na Universidade e, apesar de todo o processo de mudança, ainda lhes é de difícil acesso, devido a suas precárias condições econômicas. A moça negra e o rapaz branco, sentados em suas classes e voltados para o que parece ser o professor, prestam atenção ao que ele aponta na lousa. Voltado para a câmera, um outro estudante negro, retratado em primeiro plano, com os braços cruzados, sorri. A legenda da foto refere-se aos personagens e mostra que são “estudantes negros da Universidade do Estado do Rio”, possivelmente admitidos pelo sistema de cotas.

No terreno da publicidade de realizações governamentais, encontramos também, na contracapa interna localizada no final da Revista *Isto É* (18/02/2004), uma propaganda institucional do governo de Alagoas, em que, através do título “Alagoas vive um novo tempo” e de uma logomarca colocada logo abaixo da palavra “Alagoas”, onde temos a reprodução da bandeira do Estado e o slogan “Novo tempo em Alagoas”, o governo do Estado busca publicizar o que seriam os progressos alcançados nos últimos cinco anos. O texto publicitário inserido na peça se alinha à tendência de ênfase às posições de países ou estados num ranking educacional qualquer, assim como “a gestão fiscal responsável, com qualidade de vida do nosso povo”, associada à foto posada que vem logo abaixo, que retrata uma sala de aula de ensino fundamental de uma escola pública do Estado (fig.20). A foto, em plano geral, foi tirada do fundo da sala em direção à parte fronteira, dentro de uma perspectiva que mostra as crianças sorridentes, em suas classes, voltadas para o fotógrafo. Ao fundo da foto, também sorridente e voltada para o fotógrafo, a professora, de pé, simula escrever na lousa, que já está repleta de conteúdos e exercícios, com a mesma divisão, em 3 partes, recomendada nos manuais de pedagogia das primeiras décadas do século XX, já referidos anteriormente. Chama a atenção também a pouca quantidade de materiais que as crianças, não uniformizadas, possuem sobre as classes: apenas cadernos e lápis.

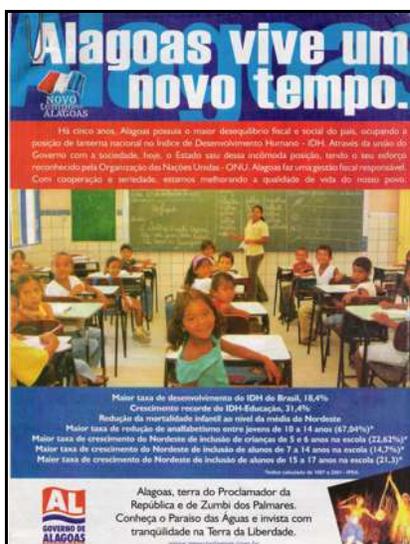


Figura 20 – Anúncio publicitário
Fonte: *Isto É*, 18 fev. 2004, contracapa interna

Trata-se de uma sala de aula clássica: as crianças posicionadas umas atrás das outras, em filas, sentadas em suas classes, enquanto a professora, mulher, de pé, ocupa o seu lugar junto à lousa, “passando” exercícios, alguns dos quais podemos reconhecer como sendo tradicionais exercícios de alfabetização (ver as ordens *Leia (palavras com LH) – Forme frases com os desenhos*). Outro aspecto também de longa tradição do uso da lousa aparece na foto: a escrita do local, da data, o espaço para o nome do aluno, a identificação da matéria (Português). Uma leitura atenta da foto nos leva à percepção de que as linhas da perspectiva da foto levam à centralidade do foco na lousa e da professora junto a ela. Não deixa de ser irônico o contraste entre o slogan enfatizado na propaganda – *Alagoas vive um novo tempo* – e a sala de aula fotografada, escolhida para comprovar esse “novo tempo”: tudo nela aponta para práticas que vigoram há décadas no Brasil e, de maneira geral, na educação ocidental (nada “novo”).

Uma segunda propaganda institucional, dessa vez do Governo do Estado de Minas, ocupa duas páginas de *Veja* (12/04/2006, p.86-87) e nos mostra através de uma foto posada, em que foi montado um cenário de sala de aula, uma menina de ensino fundamental, muito sorridente, olhando diretamente para o leitor, em frente à uma lousa verde, onde aparece escrita com giz branco, em letra cursiva, a expressão “Bem-vindo” (fig.21)



Figura 21 – Anúncio publicitário
Fonte: *Veja*, 12 abr. 2006, p.86-87

Encontram-se aí, presentes, outros artefatos escolares que são inseparáveis da lousa: o apagador e o giz. A menina, possivelmente uniformizada, é

retratada em primeiro plano, tendo sido ressaltados seus ombros e a cabeça, para captar bem a sua expressão de alegria, sua figura está localizada no canto esquerdo da foto, dividindo a cena com a lousa que ocupa todo o fundo. O texto legenda declara: “Minas. O único estado a receber crianças de 6 anos em todas as escolas da rede pública. O único estado a distribuir livros didáticos gratuitos ao ensino médio”. A menina parece simbolizar as crianças de 6 anos que são recebidas nas escolas de Minas Gerais, e a expressão “Bem-vindo”, escrita na lousa, evoca sua utilização como espaço para saudações em datas importantes, como, por exemplo, no início das atividades escolares!

Mas não é apenas em notícias sobre crise de ensino, rankings e propagandas institucionais que a lousa aparece nas fotos. Em um número bastante significativo de reportagens, notícias e propagandas encontramos fotos com lousas em sala de aula, utilizadas para ilustrar assuntos mais diretamente ligados aos professores ou aos alunos.

Assim, a lousa aparece como parte integrante do cenário de sala de aula para o professor em duas reportagens da seção “Educação” de *Veja* (11/05/2005, p.63-66 e 05/04/2006, p.109-110) e em uma pequena notícia da mesma revista (19/10/2005, p.40). Todas elas relatam os mesmos problemas de violência enfrentados pelos professores em sala de aula, tanto na periferia como em escolas particulares, essas localizadas em zonas que se pressupõe terem menos problemas. Na primeira reportagem, denominada “Com medo dos alunos”, vários professores dão os seus depoimentos sobre a forma desrespeitosa e violenta como são tratados por aqueles, e a legenda da foto, que mostra uma professora de português de uma escola particular de São Paulo (retratada em primeiro plano e, parecendo olhar diretamente para o leitor), aponta esses fatos que, de acordo com a reportagem, estão gerando “um distúrbio psicológico que se alastra entre os professores: a fobia escolar” (fig.22). De braços cruzados, de pé, recostada numa classe vazia, a professora já não parece exercer sua função de ensinar, mas é retratada como alguém que pensa sobre os problemas enfrentados naquele espaço quando cheio de alunos. Sua cabeça divide duas palavras que parecem definir seu estado de espírito: “com medo”.



Figura 22 – Com medo dos alunos
 Fonte: *Veja*, 11 maio 2005, p.63

O professor que aparece, sentado, em frente a uma lousa de escola de periferia e, conforme a revista, foi agredido já no primeiro mês de trabalho, tem a foto inserida em uma parte destacada da reportagem, que ocupa mais da metade da página. A reportagem enfatiza o que seria o desafio atual de ensinar nessas escolas, onde a falta de perspectivas dos alunos faz que não sobressaia mais o “aluno estudioso”, mas sim aquele que é “o valentão”, o “sujeito esperto”. Ocorrem ameaças com armas de fogo, tráfico de drogas e até agressões físicas, como no caso desse professor que sofreu tentativa de agressão já “no primeiro mês de trabalho” (fig.23). Na lousa, vêem-se desenhos, riscos, apelidos numa desordem inusual para uma aula. De certa maneira a desordem do espaço parece apontar para a indisciplina do grupo e para a situação vivida pelo professor. Assim como o professor da foto anterior, este professor não está em nenhuma pose docente clássica, mas parece que, para se legitimar o seu pertencimento à classe, deve ser retratado no seu “habitat”: a sala de aula.

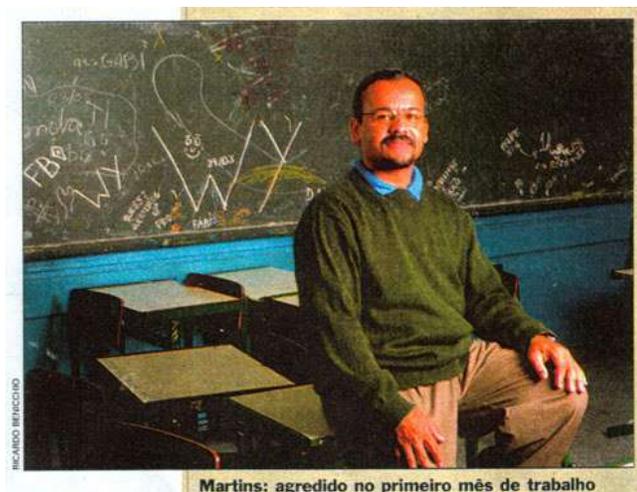


Figura 23 – Com medo dos alunos
 Fonte: *Veja*, 11 maio 2005, p.66

A lousa da foto da notícia abaixo (fig.24) está associada a resultados de pesquisa realizada pelo Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Sócio-Econômicos (Dieese), que, tendo ouvido 1780 professores de São Paulo sobre quais seriam os seus “principais problemas”, concluíram que, os problemas enfrentados pelos professores são tantos, que eles já nem reclamam mais do “salário”. A foto mostra uma professora agindo: de costas para uma sala cheia de alunos, a professora mulher escreve e enche o quadro de texto.



Figura 24 – E eles nem falam do salário...
 Fonte: *Veja*, 19 out. 2005, p.40

Rocha (2005, p.183), quando se refere ao tema da violência nas escolas nos mostra que “a mídia (re)produz os discursos sobre a violência escolar” e que este “empeendimento” é uma maneira de “estudar a própria escola”. Quando ela se

“apropria, divulga, espetaculariza, sensacionaliza ou banaliza os atos de violência na escola”, está atribuindo “valores e sentidos” que quando circulam na sociedade “induzem práticas, criam conceitos e nos fazem acreditar em algumas verdades e menosprezar outras”.

A propaganda do “Sistema Positivo de Ensino”, inserida em *Veja* (02/11/2005, p.10) e a notícia “Idiomas para fazer bons negócios”, da seção “Guia” de *Veja* (01/11/2004, p.138), utilizam fotos de sala de aula, em que professores ensinam alunos, em frente a lousas verdes, onde os conteúdos se encontram escritos com giz branco. O Sistema Positivo mostra um professor jovem que ensina matemática, apontando com a mão para uma equação escrita no quadro, enquanto olha para seus alunos (fig.25).

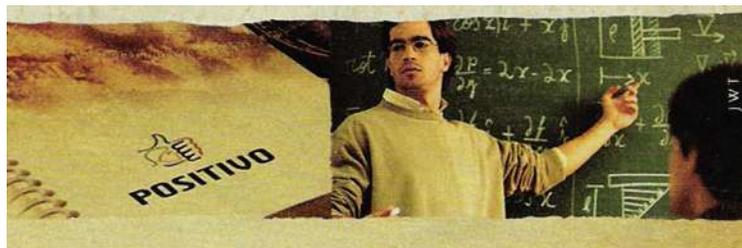


Figura 25 – Anúncio publicitário
Fonte: *Veja*, 02 nov. 2005, p.10

Na foto, feita de ângulo denominado “contra mergulho” (de baixo para cima), a fim de ressaltar o domínio do professor sobre o que está ensinando. No canto superior esquerdo da página, aparece um dos muitos alunos que devem estar na sala observando com atenção o professor. O texto legenda, que se encontra logo abaixo da foto, apela para os sentimentos do leitor: “Lembra da sua emoção quando seu filho aprendeu as primeiras palavras? Nós sentimos todo dia”, e é reforçado pelo slogan “Positivo. Educação para a vida”. Já na notícia intitulada “Idiomas para fazer bons negócios”, uma foto mostra um professor, de óculos, que se encontra de costas para uma lousa verde, com os conteúdos escritos em caracteres chineses, e mostra aos alunos um livro (fig.26). Há um apelo publicitário na notícia, que ressalta o fato de que “um dos obstáculos mais freqüentes nas conversações” com China, Coréia, Rússia e Japão, são “o idioma”. Dominar apenas a língua inglesa seria pouco para pessoas que desejem ter “uma carreira bem sucedida no mundo dos negócios”. O que é interessante, nesta foto, é que até uma língua que, antigamente, era

considerada longínqua e inacessível, pode ser ensinada com artefatos comuns da nossa cultura: livro e lousa, por exemplo.



Figura 26 – Idiomas para fazer bons negócios

Fonte: *Veja*, 01 nov. 2004, p.138

“Sete de Setembro Vermelho” é a manchete da seção “Carta ao leitor” de *Veja* (08/09/2004, p.9), na qual uma foto (fig. 27), localizada no canto superior direito da página, logo abaixo da manchete, mostra uma sala de aula semelhante às anteriores. Nela, vemos alunos atentos ao professor, sentados em suas classes dispostas em U com os materiais escolares dispostos sobre elas; o professor está no fundo da sala, entre as classes e de costas para uma lousa verde, onde podemos identificar desenhos infantis feitos com giz branco e colorido. O professor explica, fazendo um gesto com a mão direita e segurando um globo terrestre na mão esquerda. O que difere nessa foto, em relação às anteriores, são os artefatos que se encontram colados sobre a lousa, ao lado direito da bandeira do Brasil: a bandeira vermelha do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) e um pôster de Che Guevara; entretanto a disposição da sala e os artefatos nela presentes, entre eles a lousa, permanecem.



Figura 27 – Sete de setembro vermelho
 Fonte: *Veja*, 08 set. 2004, p.9

Um anúncio publicitário publicado na revista *Veja* (20/10/2004, p.2-3), referente ao Unibanco nos mostra uma sala de aula diferente daquelas que vínhamos analisando. É interessante registrar que anúncios de bancos geralmente ilustram idéias que valorizem confiabilidade, atendimento ao cliente, níveis de rendimento de aplicações, etc. Como se trata de fortalecer uma imagem e a sua credibilidade – uma idéia - e não produtos concretos, como, por exemplo, sandálias, –bebidas, roupas, os publicitários devem exercer sua criatividade para dar uma forma concreta, visível, a tais idéias. No caso do Unibanco, as campanhas publicitárias vêm mantendo uma linha bastante constante em que, inclusive, têm se valido de personagens televisivos renomados. Quanto à peça publicitária que estamos analisando, mostra-se ao público leitor da revista uma foto posada tirada de um ponto de vista que possibilita observar a cena com um certo distanciamento. A foto ocupa dois terços das duas páginas, localizando-se mais à direita (fig. 28).

Se o seu banco não sabe explicar Previdência, mude para o Unibanco.

A gente explica direitinho qual o melhor plano de Previdência para você.

- Planos especiais para cada fase da vida, a partir de R\$ 50,00.
- Benefício fiscal com dedução do imposto de renda.

Financie um de nossos especialistas ou um agente Unibanco ou um corretor.

Plano de Previdência Unibanco AIG. Os preços são o custo gerado do Unibanco e da AIG, o menor grupo segurador do mundo.

UNIBANCO 80 80 anos inovando para você.

www.unibanco.com/previdencia

Figura 28 – Anúncio publicitário
 Fonte: *Veja*, 20 out. 2004, p. 2-3

A manchete escrita na parte inferior das páginas refere-se aos oitenta anos de serviços prestados pelo banco: “Unibanco 80”, sendo que o nome do banco vem em letras brancas e o número 80 em vermelho, para dar maior destaque à “antigüidade” do mesmo. Ao lado direito da manchete podemos ler o slogan: “80 anos inovando para você”, o que caracteriza o banco simultaneamente como avançado, atualizado e, como prestando um serviço personalizado a cada cliente, através da interpelação direta ao leitor: “você”. Como personagens da cena retratada, temos dois homens de terno e gravata; o que está de pé e ao lado da lousa branca parece ser o gerente, uma vez que, sobre a mesa que se encontra à sua frente há uma pequena placa, onde está escrito “gerente”. Ele mostra um tom e postura “professoral”, inclusive com o dedo indicador da mão esquerda em riste e a caneta apontando para a lousa onde se vêem fórmulas sobre aposentadoria, previdência social, benefícios, idade, tempo de serviço, tempo de contribuição, investimentos, gráficos, frações, porcentagens, cálculos e mais cálculos, enfim saberes ligados ao campo da Matemática, Economia e Administração, saberes legitimados e prestigiados na sociedade contemporânea. Do outro lado da mesa, em um plano mais próximo ao leitor, encontra-se o cliente, sentado de costas e olhando para o lado esquerdo, aparentemente muito assustado, com olhos arregalados, apontando para o que se escreve na lousa e conversando com dois outros personagens, parecendo dizer a estes que não está entendendo o que lhe é explicado. Estes outros dois personagens, um homem e uma mulher vividos por atores famosos que já protagonizaram campanhas do mesmo banco, se encontram

no lado esquerdo da foto, com pouco menos da metade do corpo aparecendo, sussurram para o cliente, convidando-o a ir para o Unibanco, com a seguinte mensagem: “Vem já para o Unibanco”. Percebe-se, também, que o que está escrito na lousa e nas paredes - pois o “gerente” não conseguiu se ater ao espaço da lousa – são cálculos e fórmulas matemáticas muito difíceis e complicadas que o “cliente” parece não entender, fato que mostra uma desorganização na utilização da lousa. Em um texto, do canto superior, encontra-se explicitado que a forma de interagir com o cliente, ou seja, “o saber” que o outro banco utiliza é difícil, complicado e até ultrapassado, o que não aconteceria no Unibanco: “Se o seu banco não sabe explicar Previdência, mude para o Unibanco”. A competência de *explicar* do Unibanco é reforçada pela legenda: “A gente explica direitinho qual o melhor plano de previdência para você”. A lousa, nessa propaganda, representada em um ambiente sofisticado, moderno, avançado, contrasta com aquela sala de aula tradicional que vimos em análises anteriores e que se encontra na maioria das escolas do Brasil e do mundo. A lousa, agora branca, e onde se escreve com caneta especial, entretanto, ainda se mantém como símbolo do saber legitimado pela cultura e como um lugar onde se “explica”.

Nas seções da revista *Veja* que indicam filmes aos leitores, aparecem fotos de divulgação dos mesmos e como, em alguns filmes há personagens professores, em sala de aula de escola, encontramos fotos de tais cenários. *Veja* (11/02/2004, p.109), em uma reportagem intitulada “Solo de Guitarra”, indica esse filme, como podemos ver no lead, logo abaixo do título, por ser uma “aula de humor – e de música – na comédia Escola de Rock”. A foto retrata o ator Jack Black, ensinando música a seus alunos e, em sua legenda, localizada no canto superior esquerdo e escrita com letras brancas na lousa verde, que serve para compor o cenário para o professor, lemos que “Black ensina seus alunos a desafiar o homem”. Na mesma lousa, que aparece ao fundo, vêem-se vários papéis e cartazes colados, ajudando a compor o cenário de sala de aula, para o professor Dewey Finn, “um roqueiro” que acaba de ser expulso da banda de heavy metal que ele mesmo fundou. Na foto (fig.29), o personagem dá aula aos alunos, sentados em suas classes (apenas um, de pé, ao lado do professor, segura uma guitarra, ouvindo-o, atentamente), e ensina o “verdadeiro espírito roqueiro”.



Figura 29 – Solo de guitarra

Fonte: *Veja*, 11 fev.2004, p.109

O filme “A Voz do Coração”, é uma das indicações da seção “Filmes”, de *Veja São Paulo* (20/10/2004, p.99), e nele o ator Gerard Jungnot interpreta um músico frustrado que passa a ser “supervisor de um internato para pequenos delinqüentes, no interior da França”, no ano de 1949. A foto retrata uma cena do filme, em que o personagem ensaia o coral que decidiu formar com os alunos, após conquistar a confiança dos mesmos. Ele aparece de braços levantados, regendo o pequeno coral, em que os meninos aparecem de costas, em semicírculo, voltados para ele. Apenas um, que parece ser o menor, encontra-se sentado sobre a mesa do professor e canta, sorridente, parecendo muito satisfeito. A lousa preta, como era usual nessa época, não contém nenhum conteúdo escrito. Um esqueleto humano, dos freqüentemente utilizados para as aulas de ciências, complementa o cenário (fig.30). Penso que o fato de não haver nada escrito na lousa está relacionado com o tipo de desenvolvimento da aula de música, em que o professor utiliza menos teoria e conteúdos escritos, mas volta-se diretamente à execução musical, obtendo uma maior e melhor aproximação com os alunos.



Figura 30 – A voz do coração
 Fonte: *Veja*, 20 out.2004, p.99

Novamente, as revistas *Isto É* (05/11/2003 e 25/05/2005) e *Veja* (30/06/2004), mostram professores em sala de aula, junto a uma lousa, embora abordando temáticas bem diversas nas reportagens. Na Seção “Medicina & Bem Estar”, a primeira reportagem – “Na Vertical” – informa em um lead, logo abaixo do título, que uma “cadeira de rodas desenvolvida em Brasília permite ao usuário ficar de pé”. Uma foto posada (fig.31), em plano geral, mostra o professor paraplégico e cadeirante, em posição quase vertical, escrevendo em uma lousa verde, com giz branco, e colocando nela conteúdos de química, matéria que ensina. A legenda da foto refere-se ao personagem e fala da satisfação que ele estaria sentindo por poder utilizar todo o “quadro negro”. Vemos aqui como a atitude professoral – de escrever na velha lousa – é utilizada para caracterizar uma “normalidade” de atuação para um deficiente físico.



Figura 31– Na vertical
 Fonte: *Isto é*, 05 nov. 2003, p.55

A segunda reportagem, inserida na seção “Brasil”, aborda o que teria sido um “Jogo Macabro” que vitimou um aluno da Faculdade de Física de Guarapari- ES e seus pais. Os jovens jogavam RPG (Role Playing Game)¹⁷ e o estudante e seus pais foram assassinados para cumprir, como consta na reportagem, “tarefas do mestre”. A foto posada (fig.32) mostra um ambiente de sala de aula, com um dos professores e três colegas do rapaz assassinado; o professor e dois colegas olham para a câmera, enquanto outro continua olhando seu material. A lousa verde completa o cenário escolar e nela podemos ver escritos os conteúdos da aula e no seu canto direito a legenda da foto referente aos personagens, que se dizem surpresos, porque ele era “excelente aluno”.

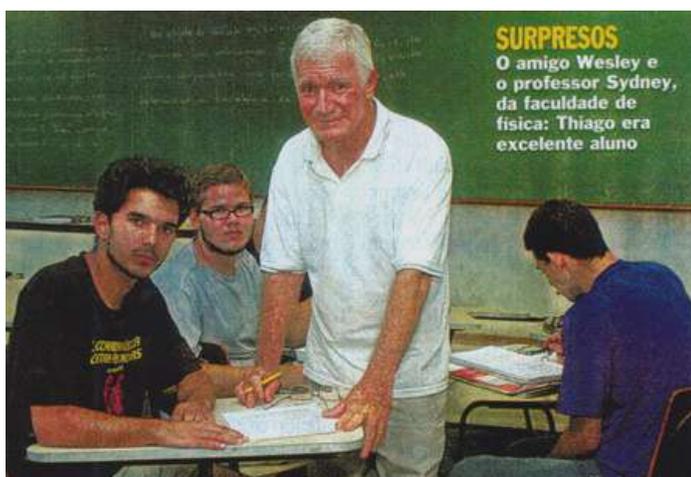


Figura 32 – Jogo macabro
Fonte: *Isto é*, 25 maio 2005, p.48

O cenário da sala de aula – familiar a todos nós – é associado à educação, com toda a sua conotação de atividade humana, positiva, e reforça a surpresa frente à dicotomia: normalidade X tragédia.

As cantigas de roda que ganham versões politicamente corretas são o tema de uma reportagem de *Veja* (22/03/2006, p.116-117), da seção “Educação”. Nela encontramos uma foto, tirada em plano geral, que mostra uma aula de música de uma escola de São Paulo (fig.33).

¹⁷ O jogo RPG, como vemos na reportagem, foi criado na década de 1970 por dois estudantes de história, americanos. Os praticantes inventam um enredo e cada um deles vive um personagem com características medidas por pontuações. Interpretam como se estivessem em uma peça de teatro, filme ou novela. Quem cria o início do enredo é o mestre, que comanda o jogo. Os personagens desenvolvem a trama. Um dado, que pode ter de quatro a 20 faces estabelece as etapas, que podem durar horas ou dias. Em muitos casos não há vencedor nem perdedor, o que vale é a experiência.



Figura 33 – Será que funciona?

Fonte: *Veja*, 22 mar. 2006, p.116-117

Nessa foto, os personagens dividem o espaço com o cenário. Três alunos, uma menina e dois meninos, utilizando instrumentos de percussão, estão sentados, em círculo, enquanto os demais se encontram de pé, tocando os outros instrumentos da bandinha infantil. Ao fundo, vemos uma grande lousa verde, em cujo canto esquerdo, desenhadas em amarelo, aparecem duas pautas musicais, no momento não utilizadas, porque não há registro de claves nem de notas musicais. Na parte de cima da lousa vemos apenas pedaços de círculos e um número 2. A expressão da maioria das crianças é de alegria e descontração e elas parecem se divertir. A legenda da foto refere-se à escola em que as crianças estudam e ao que eles estão cantando no momento da foto: uma versão politicamente correta de “Atirei o pau no gato” (Não atire o pau no gato).

Na seção “Saúde” de *Veja* (26/04/2006, p.76), a dislexia é abordada em uma reportagem que tem como manchete a seguinte frase: “Para quem troca letras” e em um lead, colocado logo abaixo do título, no lado esquerdo da página, chama-se a atenção para o fato de estar sendo criada a primeira cartilha nacional para alfabetizar disléxicos. A foto (fig.34) que ilustra a matéria foi tirada do meio da sala em direção à parte da frente.



Figura 34 – Para quem troca letras

Fonte: *Veja*, 26 abr. 2006, p.76

Mostra uma menina, de costas, com o cabelo preso com elástico, com o dedo levantado para obter permissão de perguntar algo à professora, que se encontra parada em frente a uma lousa verde, com as mãos unidas, segurando uma barra de giz e em posição de escuta. Tanto a professora como a lousa, onde vemos palavras escritas, estão desfocadas, enquanto a legenda relaciona a foto com a matéria, ao afirmar que “Na sala de aula: uma em cada dez crianças tem o problema”. A menina retratada de costas seria uma delas?

Outro fato que ressalta dentro do material coletado nas revistas, é que, em algumas reportagens, apesar de não haver nenhuma imagem de lousa, sua presença parece estar pressuposta, com lugar garantido, entre os artefatos que compõem o cenário escolar. Se observarmos com atenção todas as fotos relacionadas abaixo - tiradas do mesmo conjunto de revistas pesquisado – veremos que de alguma forma os alunos se encontram colocadas dentro da sala, com lugares determinados pela lousa que não vemos, mas imaginamos onde possa estar. Dentro dessas salas não sabemos também onde está o professor ou professora, mas imaginamos que deva estar na parte fronteira, próximo à lousa. A foto abaixo (fig.35) é de uma escola de Santiago, do Chile, enquanto as demais retratam escolas brasileiras, mas o simbolismo que elas carregam, para nós que somos letrados e, portanto, passamos pelos bancos escolares, é o mesmo.



Figura 35 – Por que o Chile dá certo
 Fonte: *Veja*, 01 jun. 2005, p.72

Nas fotos que seguem, seja naquela em que as crianças estão com o dedo apontado, esperando serem chamadas para provavelmente perguntar ou responder sobre algum conteúdo (fig.36), ou na dos jovens que estão fazendo alguma prova (fig.37) ou na sala da Faculdade de Direito (fig.38), logo nos vem à mente a imagem de alguma lousa e de alguém que esteja ensinando, mesmo que sua presença não seja visível na imagem.



Figura 36 – A melhor escola para alfabetizar
 Fonte: *Veja*, 26 abr.2006, p.118



Figura 37 – É Santa Catarina
Fonte: *Veja*, 17 mar. 2004, p.62



Figura 38 – Turma de alunos do Curso de Direito
Fonte: *Veja Especial Mulher*, jun 2006

Dessa forma, podemos perceber que a lousa, além de ser consagrada como o lugar do saber, também determina os lugares dos sujeitos, na sala de aula, definindo as posições de professor e de aluno. Ela direciona os movimentos do professor e o olhar dos alunos, organizando o posicionamento e a distribuição dos mesmos nos espaços, ou seja, professor escrevendo ou explicando frente a ela e aos alunos, alunos de menor estatura sentados à frente, mais altos, atrás. Enfim, como nos mostra Silveira,

...o uso do tempo escolar é pautado e controlado par que se torne um “tempo produtivo”, assim como o espaço escolar também se configura como uma “instituição de seqüestro”, categoria focaultiana. De forma sucinta, poder-se-ia dizer que tais estudos vêm sobretudo marcando a dimensão produtiva do tempo e do espaço escolares, não mais vistos como simples referências de um cenário, de um quando e onde determinadas atividade escolares acontecem/aconteceram, mas como instâncias que produzem sujeitos, que apontam posições, lugares, disposições e atividades para corpos e mentes dos/das alunos/as (2003, p.179-180).

Ao concluir as análises desse capítulo, notamos que grande parte das matérias abordam a educação, sendo ilustradas com fotos de ambientes educacionais, onde a lousa é presença freqüente. A maioria dessas salas nos são familiares e até universais e mostram como a lousa se apresenta em todos os níveis da educação formal (e informal): na Educação infantil, no ensino fundamental, no ensino médio e na Universidade; nas escolas mais humildes e nas mais sofisticadas; no ensino público e no privado. Sua imagem é utilizada para ilustrar tanto problemas quanto realizações (estas na publicidade). Os personagens que interagem com ela nas cenas que se referem à educação, são quase sempre os professores; os alunos interagem com a lousa em apenas três fotos.

6.2 LOUSA COMO CENÁRIO PARA PERSONAGENS

Encontrei em vinte reportagens, fotos em que as lousas parecem ser utilizadas como composição de um cenário para determinado personagem, não integrando planos mais amplos de sala de aula. Esses personagens são, na maioria homens; são dezessete homens e apenas cinco mulheres. Ao observar o tipo de atividade que tais personagens exercem, neste conjunto de fotos, encontrei cientistas, economistas, médico, presidente da república, ministro, ministra, governador, prefeito, executivo de multinacional, professores e estudantes que se destacam e são considerados possuidores de talentos acima da média ou precoces. Para realizar minha análise procurei responder às perguntas analíticas: Quem são esses personagens retratados frente a lousas? Que tipo de matéria essas fotos ilustram? Por que essa escolha?

Duas reportagens sobre o cientista Albert Einstein utilizam uma mesma foto, apresentando a lousa como cenário de fundo para a demonstração de sua genialidade e de seus conhecimentos de física, que “o consagraram como uma das maiores personalidades de todos os tempos”. Na primeira reportagem (fig.39), publicada na revista *Isto É*, (27/04/2005, p.112), na seção “ciência, tecnologia e meio ambiente”, essa foto aparece em primeiro plano, no canto superior esquerdo. A legenda ressalta o seu lado polêmico, destacando um teste de lógica, criado por ele, para avaliar Q.I: “Cinqüenta anos depois de sua morte, Einstein ainda provoca polêmica, dessa vez com um teste para avaliar inteligência”. Na frase de abertura da

reportagem, os jornalistas ressaltam que “seus objetos de trabalho eram simples: uma lousa, giz, alguns cavaletes, papel e canetas”, sublinhando de certa forma o contraste entre a genialidade de Einstein e a singeleza dos materiais que utilizava para trabalhar, entre eles a lousa. Outro ponto a destacar é a professoralidade de Einstein, demonstrada através de sua postura; nessa foto posada ele escreve na lousa, com o corpo meio de lado e olha para alunos. Relembro que Einstein, efetivamente, foi professor na Universidade de Princeton nos Estados Unidos, onde assumiu o posto de professor de estudos avançados.

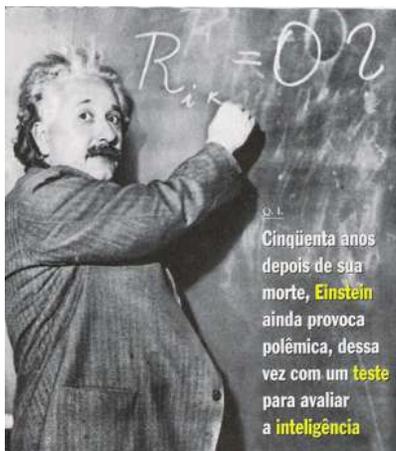


Figura 39 – Tudo é relativo
Fonte: *Isto é*, 27 abr.2005, p.112

Em uma segunda reportagem (fig.40), a revista *Veja* (27/07/2005, p.105), faz alusão ao centenário da publicação dos mais importantes estudos desse cientista, em uma revista alemã.

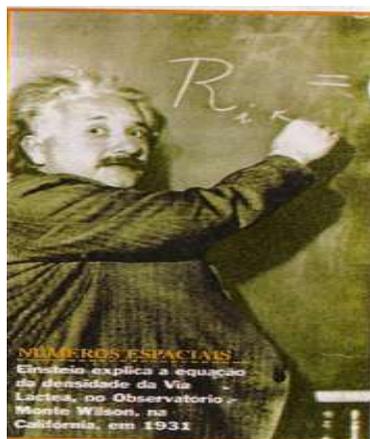


Figura 40 – Einstein
Fonte: *Veja*, 27 jun.2005, p.105

A mesma foto aparece com menor destaque, no canto superior direito da página, ao lado de “10 perguntas ainda sem resposta”. Em uma pequena legenda no canto inferior refere-se que a lousa serve para que ele “explique a equação da densidade da Via Láctea, no Observatório Monte Wilson, na Califórnia, em 1931”. O *explicar* está estreita e tradicionalmente ligado ao ato de ensinar que é exercido pelo professor. A lousa aparece aí como lugar de coisas a serem explicadas e ensinadas.

Passando para a utilização da lousa como cenário para fotos de outra personalidade, vemos que, na seção “Ciência”, uma reportagem publicada em *Veja* (24/11/2004, p.141) aborda um concurso realizado na Inglaterra, para eleger as mais “belas” equações da história da física no mundo. Ilustrando a matéria, temos duas fotos (fig.41). A primeira e maior delas encontra-se na parte superior da primeira página e ocupa um terço da segunda.



Figura 41 – Beleza matemática
Fonte: *Veja*, 24 nov.2004, p.141

Já a segunda foto, que é a que nos interessa, é muito menor em relação à primeira e está sobreposta a ela; retrata o famoso físico Stephen Hawking, em primeiro plano, sentado, tendo ao fundo unicamente a representação de uma lousa, que contém letras um tanto apagadas, mas que possivelmente pertençam a equações de física, as quais, segundo a reportagem, seriam “as apavorantes equações, que tiram o sono dos estudantes e dificultam a leitura de qualquer texto...” Vemos aqui, novamente, a lousa como lugar de um saber que pode ser muito difícil para alguns e prazeroso para outros. Os físicos e matemáticos dizem atingir o “deleite da mente”, ao lidar com as “seqüências de algarismos” e “letras intercaladas”

por “símbolos bizarros”. De acordo com Silveira (2002, p.35), o que está escrito na lousa é que nos permite identificar o conteúdo do que está sendo ensinado.

Em um outro cenário um pouco diferenciado, mas também com uma lousa ao fundo, na qual também se encontram escritas provavelmente equações de física, encontramos outra foto¹⁸ desse mesmo físico (fig.42), em reportagem de *Veja* (23/11/2005, p.149), e denominada “Antídoto Atômico”. O que muda aqui é o enquadramento da foto, em plano americano, mostrando a parte de seu corpo acima dos joelhos. Suas mãos seguram um livro, provavelmente o que está sendo lançado. A postura é de quem explica algo, apesar das restrições físicas que o conhecido cientista possui, devido a uma grave doença degenerativa¹⁹. A lousa representada atrás parece reforçar a pose de professoralidade que a foto nos passa, como já vimos na seção anterior.



Figura 42 – Antídoto atômico
Fonte: *Veja*, 23 nov.2005, p.149

Outro físico, Tim Berners-Lee, considerado o “pai da www”, é o entrevistado na reportagem “... E Ele Criou a WEB”, da seção “Vida Digital” de *Veja* – Edição Especial – Tecnologia (07/2006, p.40-41). O personagem é retratado em plano

¹⁸ No site <http://images.google.com.br/images?q=sstephen+&hl=pt> que reúne inúmeras imagens do físico Stephen Hawking, pude constatar que em grande parte delas ele é retratado com a lousa ao fundo, como nas imagens encontradas nas reportagens que aqui analiso.

¹⁹ Dados biográficos encontrados no site: <http://www.usp.br/revistausp/n2/20tempo.html>. O Tempo de Hawking.

médico (muito utilizado em entrevistas), sorrindo para a câmera, braços cruzados, a mão direita fechada segurando o queixo, com uma lousa verde repleta de equações, provavelmente de física, lhe servindo de cenário (fig.43).

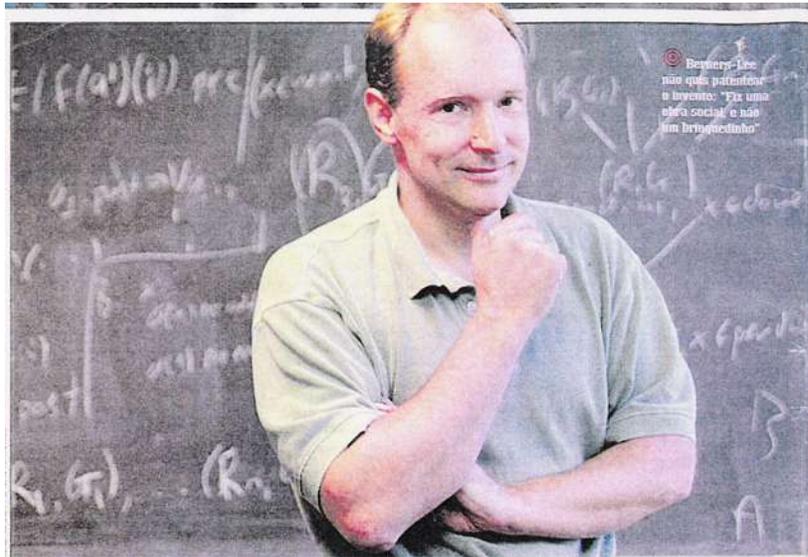


Figura 43 –...E Ele Criou a WEB
Fonte: Veja – Edição Especial - Tecnologia, julh 2006, p. 40-41

Essa mesma lousa, ampliada, é utilizada como cenário para o texto da entrevista (fig.44), tomando todo o fundo das duas páginas.



Figura 44 –...E Ele Criou a WEB
Fonte: Veja – Edição Especial - Tecnologia, jul 2006, p. 40-41

Na legenda da primeira foto, o físico explica por que não patenteou seu invento, dizendo ter feito uma obra social e não um “brinquedinho”. Vemos aqui a importância que é atribuída à lousa, mesmo frente a essa incrível nova tecnologia que é a “Internet”. Ou seja, parece que a identidade de físico – tão poderoso, que é comparado, implicitamente, ao Deus bíblico, com o domínio de uma ciência tida vulgarmente como “difícil”, cheia de equações, foi o aspecto privilegiado para a imagem do “criador da Web”. E como mostrar todo esse conhecimento misterioso para os leigos senão através da lousa?

Passando para outra foto, vemos que o ganhador do prêmio Nobel de Economia 1992, Gary Becker (fig.45) aparece em reportagem “Especial” de *Veja* (16/11/2005, p.80), sob o título “O brilho do lado oculto das coisas”. Em uma foto posada, o cenário de fundo para este economista é a lousa, que mostra equações matemáticas, pertinentes ao seu campo de conhecimento. O que nela está escrito aparece de forma menos organizada, remetendo a um uso anterior e mostrando os conteúdos como se fossem de uma aula em desenvolvimento. Nesse caso, a lousa aparece ocupando todo o cenário de fundo e o personagem encontra-se enquadrado em plano médio. A legenda da foto refere-se ao economista, afirmando que ele é o precursor do estudo econômico do comportamento. Nessa foto não há pose professoral, mas pode ter havido uma escolha intencional do cenário para esse economista e professor que lecionou nas Universidades de Columbia e Chicago, tendo sido membro fundador da Academia Nacional de Educação²⁰.

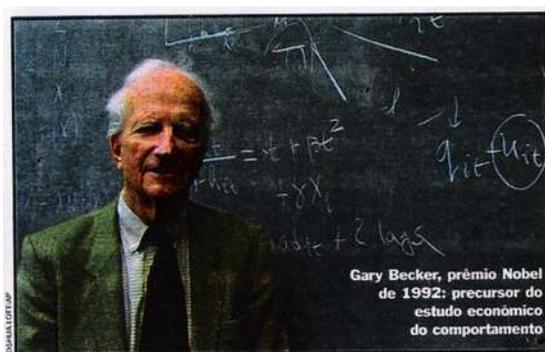


Figura 45 – O brilho do lado oculto das coisas
Fonte: *Veja*, 16 nov.2005, p.80

Já o cenário para a foto posada (fig.46) do professor e médico Luiz Erlon Araújo Rodrigues, da Universidade Federal da Bahia é uma lousa branca, que pode

²⁰ Dados encontrados no site: [www. Economia Br. net/biografia/Becker.html](http://www.Economia.Br.net/biografia/Becker.html).

ser de fórmica ou resina, escrita com caneta preta, que pode ser apagada. Apesar disso, mantém as mesmas características de todas as outras, ou seja, nela é possível escrever, apagar e tornar a escrever novamente. A foto apresenta-o com pose de professor seguro no desempenho de suas funções docentes, possivelmente explicando conteúdos referentes à matéria que leciona na Universidade. A reportagem está inserida na seção Medicina & Bem-Estar da revista *Isto É* (08/06/2005, p.55). Uma legenda situada fora da foto, mais precisamente no canto superior esquerdo, refere-se ao personagem e à foto, dizendo que seu “estudo desaprova a suplementação” e, que ele, “na foto, analisa molécula resultante do metabolismo de uma vitamina”. O uso do verbo *analisar* remete a uma competência da função docente e também da condição de pesquisador. Ou seja: na lousa, pode-se também *analisar*.

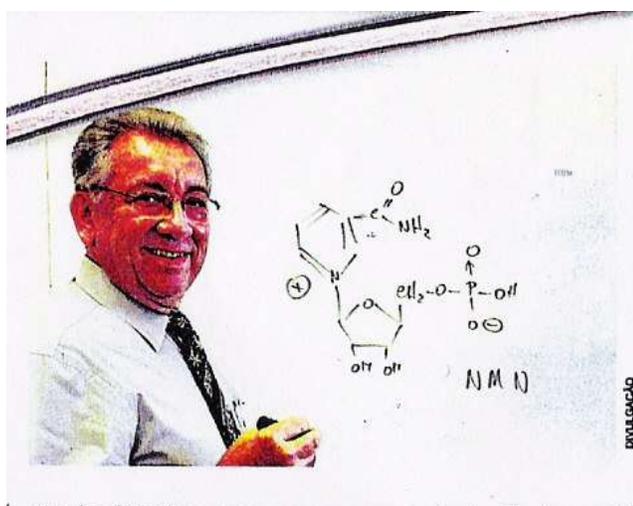


Figura 46 – Doses de dúvidas

Fonte: *Isto é*, 08 jun.2005, p.55

Prosseguindo em nossa análise, vemos que na seção “Educação”, a reportagem “Equações, futebol e forró”, publicada em *Veja* (28/04/2004, p.78), aborda um jovem prodígio matemático brasileiro, que, de acordo com um lead colocado logo abaixo do título, é sergipano, tem 19 anos e é o mais jovem doutor em matemática do país. A foto posada em plano médio (fig.47) tem como cenário de fundo uma lousa, onde mais uma vez se encontram escritas fórmulas, gráficos e conceitos relativos à matemática. Aqui a lousa serve como cenário para um precoce talento matemático, um prodígio acadêmico. Sua postura denota circunspeção, os braços encontram-se cruzados e o rapaz usa óculos, o que parece ser uma

característica da imagem de “bom aluno”. Apesar de, segundo a legenda, ter “pensado em deixar a escola” e que seu talento teria sido quase desperdiçado, é nela que o jovem escolheu ou concordou em ser retratado: em frente à lousa.

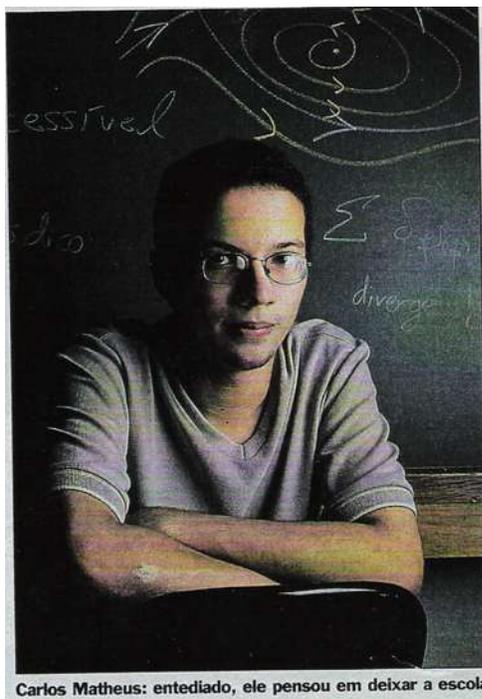


Figura 47 – Equações, futebol e forró
Fonte: *Veja*, 28 abr.2004, p.78

Dentro do mesmo tipo de matéria jornalística, encontramos destaque para um estudante de 17 anos, “aprovado no vestibular das três maiores universidades públicas paulistas”. Na reportagem inserida na seção “Educação” da revista *Veja* (12/04/2006, p.128), cuja manchete anuncia “O futuro a jato”. Na foto, possivelmente posada (fig.48), que ilustra a matéria, ele trabalha em um local que parece ser o laboratório de ciências da escola, tendo como cenário de fundo uma lousa verde, giz e algumas fórmulas um tanto difusas, mas que possivelmente sejam de física. Sua postura é de quem faz experimentos e aprende. Mais uma vez, aqui, aparece a figura do aluno aplicado que usa óculos. A legenda refere-se de forma geral, sem se ligar diretamente à foto, ao personagem, salientando que ele sempre estudou em escolas públicas e que a faculdade era um sonho muito distante.



Figura 48 – O futuro a jato

Fonte: *Veja*, 12 abr.2006, p.128

Em um lead logo abaixo da mensagem, o jornalista chama a atenção para o fato de que um colégio gratuito, mantido pela Embraer consiga colocar “a maioria de seus alunos – jovens carentes – na universidade. Um dos “segredos” dessa eficiência seria a seleção, por meio de testes, dos melhores alunos da rede pública da cidade de São José dos Campos e região. A matéria também evidencia questões de raciocínio através de outra foto (fig.49), localizada no canto inferior esquerdo da mesma página, onde encontramos uma jovem aluna, jogando damas com uma colega. Na legenda escrita no lado esquerdo da foto podemos ler a referência de que, ao contrário do colega Luiz Fernando, “apesar” de estudar muito, ela faz bordados para ajudar no orçamento familiar, “dedica-se a projetos sociais e pretende fazer psicologia, porque gosta de trabalhar com pessoas”. Ela não é fotografada junto à lousa como os rapazes.



Figura 49 – O futuro a jato

Fonte: *Veja*, 12 abr.2006, p.128

Na reportagem da seção Guia *Veja* (29/03/2006, p.119) que traz a manchete “Vestibular - A fórmula dos campeões”, noticia-se que duas estudantes que tiraram o primeiro lugar no vestibular de medicina; na (UFRGS) (fig.50) e na (UFMG), (fig.51), não foram aprovadas para a é faculdade que pretendiam na primeira tentativa. Andressa, a primeira, é retratada em foto posada em plano médio, tendo a lousa como cenário, onde podemos ver alguns desenhos que parecem ser de biologia. Já em outra foto da mesma reportagem, Franciele aparece retratada em primeiro plano (onde aparecem ombros e cabeça), recostada sobre vários livros de bioquímica e anatomia, que se encontram espalhados sobre uma mesa (alguns estão abertos). Observe-se que a reportagem afirma que a primeira teria conseguido passar no vestibular de medicina após ter “*estudado todas as matérias com a mesma dedicação*” e “*não apenas aquelas ligadas às ciências biomédicas*” (grifos meus).



Figura 50 – Vestibular a fórmula dos campeões
Fonte: *Veja*, 29 mar.2006, p.119



Figura 51 – Vestibular a fórmula dos campeões
Fonte: *Veja*, 29 mar.2006, p.119

A segunda moça, além do cursinho, teria feito “*reforço em química e história – matérias em que apresentava mais deficiências*” (grifos meus). O conjunto desses registros e as expressões que grifamos parece ter relação com o que analisa Walkerdine (1995, p.215) em seu texto “O raciocínio em tempos pós-modernos”, onde ela refere uma pesquisa sobre a relação entre garotas e matemática, em que investiga os motivos pelos quais as garotas fracassam e os meninos têm sucesso nessa matéria. Observando que “é praticamente mais fácil para um camelo passar pelo buraco de uma agulha que uma dessas garotas ser considerada brilhante”, Walkerdine mostra que a designação de “esforçada” tem sido imposta a todas as mulheres, fazendo-as acreditar que podem ser “boas operárias, boas secretárias, assistentes de pesquisa, mas nunca grandes pensadoras ou gênios”, discursos esses utilizados para regulá-las. Ou seja, o sucesso das mulheres seria decorrente de sua aplicação e esforço, não de talentos naturais. Outro fato que podemos verificar nessas reportagens é que ao destacar os alunos classificados em primeiro lugar em vestibulares, em universidades onde há uma grande concorrência, as revistas discutem, na opinião de Gerzson (2004, p.51) a questão da universidade pública, do vestibular e dão visibilidade ao comportamento dos estudantes, mostrando suas rotinas de estudo, hábitos pessoais e histórias escolares,

“compondo textos culturais que atuam como pedagogias, conduzindo ações para o cotidiano escolar e para os estudantes”.

Nessa mesma linha, “O Cérebro devassado” é o título de uma reportagem da seção “Especial” de *Veja* (04/08/2004). Um texto logo abaixo do título nos diz que, nos últimos cinco anos, com a invenção e aprimoramento de vários exames computadorizados, novas imagens apareceram e “estão revolucionando o conhecimento do cérebro”. Entre os mais variados assuntos ligados a este tema, na pág.133 dessa extensa reportagem, encontramos, em um box, uma comparação entre o cérebro de homens e de mulheres. Uma foto posada (fig.52) mostra uma personagem não identificada, sem nenhuma referência à sua identidade ou profissão. Entretanto, através da lousa branca com flechas e letras coloridas, que lhe serve como cenário, podemos conjecturar que possa ser uma professora, uma executiva ou cientista em uma palestra. Sua postura, seus gestos, seu olhar passam a impressão de que está explicando ou ensinando alguma coisa para pessoas que se encontram sentadas à sua frente. A foto logo abaixo mostra um homem de braços cruzados, em frente ao que parece ser um gigantesco ábaco. Sobre a mesa, um arquivo e uma caneta. Sua postura é a de alguém que está pensando. A legenda no canto superior direito da foto nos informa que: “As imagens confirmam que o cérebro de homens e de mulheres tem diferenças”.

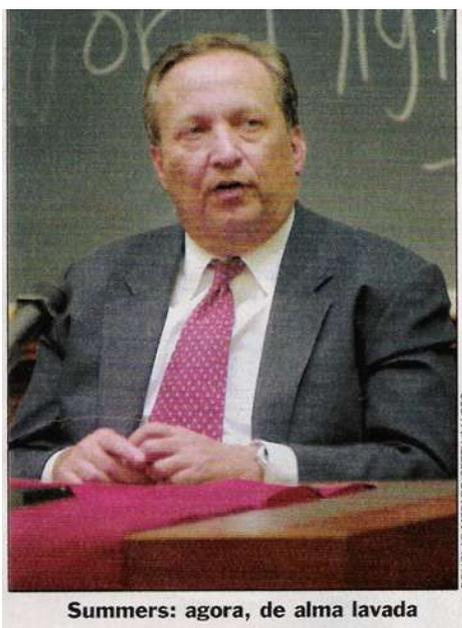


Figura 52 – O cérebro devassado

Fonte: *Veja*, 04 ago.2004, p.133

Afirmações da reportagem estabeleceriam que “o cérebro feminino é predominantemente programado para a empatia, enquanto o masculino é voltado para sistemas de construção e compreensão”. Destaca-se também que, “homens se saem melhor em tarefas que envolvem cálculos, enquanto as mulheres são melhores em habilidades verbais” e, segundo as imagens, “o lobo parietal inferior”, onde se desenvolvem as “tarefas matemáticas, é maior no cérebro deles”. A escolha das fotos de arquivo parece ter sido feita para confirmar essas diferenças, ou seja, que as mulheres teriam um melhor desempenho verbal e os homens um melhor raciocínio, principalmente lógico matemático.

Na próxima reportagem, sob o título “Eles vão ficar impossíveis”, a seção “Pesquisa” de *Veja* (31/08/2005, p.88) mostra uma foto posada do reitor de Harvard, Larry Summers (fig.53), sentado frente a uma mesa, tendo como cenário de fundo uma lousa verde, com algumas letras escritas com giz branco, com conteúdo difícil de identificar. Nesse cenário, que é familiar para um reitor, ele parece estar dando uma entrevista ou uma palestra.



Summers: agora, de alma lavada
Figura 53 – Eles vão ficar impossíveis
Fonte: *Veja*, 31 ago.2005, p.88

A legenda da foto refere-se ao reitor, que ficou conhecido internacionalmente porque em janeiro do mesmo ano, em um discurso em que pretendia “combater a discriminação das mulheres na área acadêmica”, terminou dizendo que “as mulheres não nasceram, para as ciências exatas”, principalmente

nos campos da ciência e da engenharia onde “existem questões de aptidão inatas”, o que gerou grandes polêmicas.

A lousa serve, em algumas reportagens, também como cenário para políticos, o que não é inesperado. Observando as revistas, encontramos, de forma geral, fotos de políticos em lugares de atividades diversas, possivelmente demonstrando engajamento, compromisso, etc. Visitar hospitais, fábricas, escolas e fazer-se fotografar nesses ambientes, como sabemos, faz parte das estratégias de marketing político.

Na reportagem que tem como manchete “Yes, eles têm homem bomba”, da seção “Cinema”, de *Veja* (28/07/2004, p.104), a autora aborda o tema do filme “Fahrenheit 11 de Setembro”, com roteiro e direção do cineasta americano Michael Moore. Nesse filme ele faz alusão ao momento em que o presidente americano George W. Bush (fig.54), em visita a uma escolinha da Flórida, recebeu a notícia, “cochichada em seu ouvido por um assessor, de que um segundo avião atingira o World Trade Center”.



Figura 54 – Yes, eles têm homem-bomba

Fonte: *Veja*, 28 jul.2004, p.104

O presidente, segundo o que a mídia publicou, teria passado sete minutos, imóvel, não se sabendo se teria sido devido ao impacto da notícia, se por recomendações da segurança ou por não saber que atitude tomar. Na foto – que correu o mundo - ele aparece em plano americano, que o mostra da cintura para cima, tendo como pano de fundo uma lousa verde, onde estão fixadas algumas

figuras. Entre elas encontra-se uma lousa em miniatura, onde se lê: “READING MAKES A COUNTRY GREAT”, ou seja, “A leitura faz um país grande”. O presidente, ainda de acordo com a reportagem, estaria lendo com as crianças o livro que, na foto, aparece em suas mãos: “My Peat Goat” (Minha Cabra de Estimação). A legenda refere-se ao personagem e coloca em foco os questionamentos que o cineasta faz sobre que “tipo de reflexão o presidente poderia estar fazendo naquele momento”.

Já na seção “Cidadania” de *Isto É* (07/07/2004, p.41), na reportagem denominada “Escrevo-lhe esta carta...”, a lousa verde, onde se encontram escritas com giz branco as letras do alfabeto, aparece como cenário para a ministra do meio ambiente, Marina da Silva, o governador do Acre, e o presidente da Pirelli América Latina, retratados em plano médio, com a ministra em destaque entre os dois, segurando o que parece ser um diploma já emoldurado (fig.55). A legenda da foto refere-se aos personagens, exaltando o apoio do executivo italiano conquistado pela ministra.



Figura 55 – Escrevo-lhe esta carta
Fonte: *Isto é*, 07 jul.2004, p.41

Esta reportagem aborda o projeto Alfa 100, que já teria alfabetizado, de 2003 a 2004, 25 mil pessoas somente no Estado do Acre.



Figura 56 – Escrevo-lhe esta carta

Fonte: *Isto é*, 07 jul.2004, p.40-41

Aqui entra, novamente, o marketing político, com uma reportagem em que se mostram ministra e o governador participando da cerimônia de passagem para a segunda etapa de um determinado projeto, demonstrando engajamento com a causa da educação²¹. Os textos e fotos dos políticos e das alunas compõem um quadro que enfatiza a importância da escola e da alfabetização, onde não poderia faltar a lousa, sempre um elemento freqüente e simbólico da escolarização.

Na seção “Personagem” da *Isto É Dinheiro* (26/10/2005, p.32-33) podemos ver de maneira bem clara a ilustração de algo que já abordamos anteriormente. Uma reportagem que tem como título “O Produto Serra” relata que o economista José Serra estaria “produzindo uma nova roupagem mais popular”; em uma foto posada (fig.57), que faz parte de uma seqüência em que ele é retratado em passeios no metrô, vistoriando obras, plantando árvores ou “dando aula”, o candidato aparece em plano geral e, de acordo com a reportagem, “dá aulas de matemática” em uma escola municipal, utilizando uma lousa verde e giz branco, que lhe confere um ar de professoralidade. Completando a cena, um aluno menino, que não é identificável por estar de costas, parece fazer-lhe uma pergunta, apontando para a lousa com a caneta.

²¹ Como ressalta o texto, a própria ministra Marina da Silva, que nasceu no seringal Bagaço, um dos locais onde se desenvolve o projeto, alfabetizou-se somente aos 17 anos e, nas palavras da repórter, “conhece como poucos o drama daqueles que não são capazes de decifrar o letreiro de um ônibus ou de rabiscar uma simples mensagem”.



Figura 57 – O produto Serra
 Fonte: *Isto é dinheiro*, 26 out.2005, p.32-33

A legenda da foto refere-se diretamente ao personagem e diz que desde “passeios de metrô a vistorias em obras, Serra mescla sua imagem de intelectual com pendor popular”. Ele também visitaria obras, inspecionaria postos de saúde, cortaria fitas de inauguração, tomaria cafezinho em botecos da periferia e, copiando o estilo Jânio Quadros, ouviria reclamações do povo e compareceria imediatamente a locais em que estivesse ocorrendo alguma confusão. Enfim, posar de professor numa autêntica sala de aula, numa foto em que o ângulo o engrandece, faria parte de uma estratégia de marketing que visaria mostrar o seu engajamento e interesse pela educação.

Prosseguindo, a economia brasileira é assunto principal da reportagem de *Veja* (02/06/2004, p.106-109), da seção “Economia e Negócios”, com o título “Brasil sai do sufoco”. Através de uma fotomontagem, o então ministro da economia Antônio Palocci aparece em foto posada (fig.58), em plano americano, em frente a uma grande lousa verde, onde também se encontram presentes o apagador, giz branco e giz colorido, que são artefatos utilizados por professores em sala de aula e associados diretamente à lousa. Sua pose é de alguém que explica algo e a expressão facial e gestual lhe confere a pose de professoralidade. A legenda da foto não se refere ao personagem, mas sim ao país que crescia pelo “terceiro trimestre consecutivo”, mostrando que a economia “havia ganhado fôlego”.



Figura 58 – O Brasil sai do sufoco
Fonte: *Veja*, 02 jun.2004, p.106-107

Na lousa encontramos a definição de PIB, a maneira como se mede o desempenho de toda a economia nos diversos setores, como é calculado e quanto cada setor representa do mesmo. Trata-se, portanto, de uma aula de economia, elaborada pelos jornalistas a partir, principalmente, de uma entrevista dada a *Veja* por Palocci, no Japão. O PIB continua a ser explicado em outra lousa igual à primeira, porém menor (fig.59), também utilizada como box, dividida entre duas outras páginas da mesma reportagem (p.108-109).



Figura 59 – O Brasil sai do sufoco
Fonte: *Veja*, 02 jun.2004, p.108-109

O falecido prefeito de Santo André, Celso Daniel, aparece em reportagem de *Veja* (19/10/2005, p.50-51), em foto posada, em plano médio (fig.60), tendo uma lousa verde como cenário e apresentando-se em atitude de quem explica conteúdos

de economia escritos na lousa. A legenda da foto refere-se a revelações possivelmente relacionadas a seu assassinato, não fazendo referência direta à situação em que ele foi retratado; nesse sentido, a foto apenas ilustra a referência ao personagem.



Figura 60 – Cinco mistérios e uma clareza
Fonte: *Veja*, 19 out.2005, p.50-51

A síndrome do pânico é abordada em uma reportagem da seção “especial” de *Isto É* (25/08/2004, p.72), com o seguinte título: “À sombra do pânico”; nela, diferentes personagens relatam o seu drama e as suas percepções em relação ao mal que é comum a todos. Entre as várias pessoas entrevistadas encontra-se o professor e advogado Eduardo Tadeu Gonçalves, que aparece em uma foto posada para a revista, em frente a uma lousa branca (fig.61). Observando o que nela se encontra escrito, podemos inferir que o personagem estaria ministrando uma aula em algum curso de Direito. Ele posa para a câmera, em atitude professoral, segurando um apagador, com a mão direita apoiada sobre a lousa, mostrando que vai apagar o que ali está escrito:– síndrome do pânico –, numa clara alusão ao fato de estar lutando para livrar-se da doença.

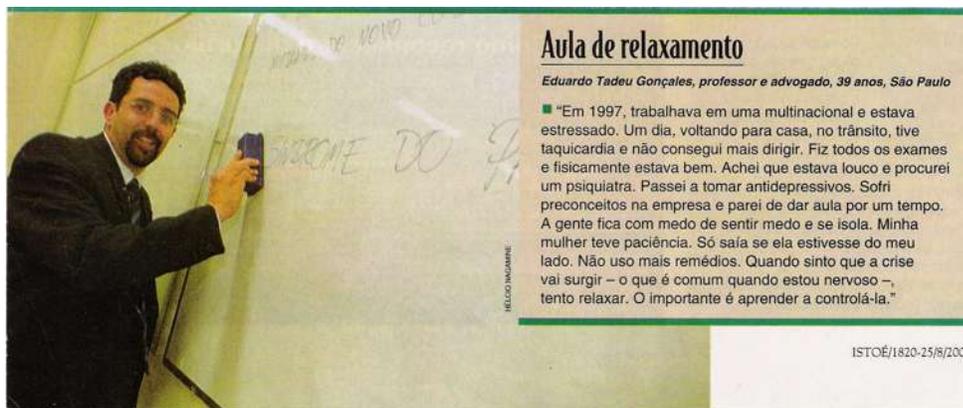


Figura 61 – À sombra do pânico
 Fonte: Isto é, 25 ago.2004, p.72

A legenda da foto refere-se ao personagem, citando seu nome, profissão que exerce, idade e estado (ou cidade) em que mora. Nessa foto a lousa compõe uma idéia de ensino, que é complementada pelo uso da expressão “Aula de relaxamento”, título da legenda da foto. Ou seja: o personagem estaria se valendo da lousa para ensinar também sobre coisas da vida e situações cotidianas.

Na seção de “Economia e Negócios”, na reportagem que tem por título “Eles querem o lugar delas”, encontramos a foto posada de um jovem professor, de óculos (fig.62), que é retratado em plano geral e encontra-se encostado e apoiado na lousa, olhando para a câmera. A seu lado vê-se uma cadeira, onde colocou o casaco e, frente a esta, aparece uma pequena parte de sua mesa e materiais. Na legenda da foto, de cor amarela e aparentemente presa a ela por um prendedor, há uma referência ao personagem psicólogo e professor do ensino fundamental, que teria aceito esse trabalho por não possuir perspectivas imediatas de atuação profissional. Novamente aqui a lousa marca o “ser professor”, mesmo quando o personagem não está “atuando profissionalmente”.



Figura 62 – Eles querem o emprego delas
 Fonte: *Veja*, 30 jun. 2004, p.104

Vimos, assim, através desse percurso, que a lousa serve, nas fotos que encontrei e analisei nessas reportagens, como cenário para muitos personagens desde grandes personalidades (Einstein, Hawking, prêmios Nobel), até estudantes bem sucedidos e políticos em suas atividades. De forma geral, ela parece simbolizar ou o ato de ensinar – explicar, demonstrar, explanar – ensejando ações de seus personagens ligados a tal ato, ou a escola e a educação de uma maneira mais geral, como é o caso de políticos que buscam se inserir no ambiente escolar. Nesse sentido, a posição vertical e as dimensões da lousa parecem privilegiar sua utilização como cenário.

6.3 A LOUSA ESTILIZADA

Em vinte e seis peças publicitárias e reportagens, as representações da lousa mostram-na, de alguma forma, transformada, perdendo algumas de suas características como o lugar habitual, o formato ou algum de seus outros elementos, transformando-se, por exemplo, numa peça de quebra-cabeça. Por outro lado, alguns elementos são mantidos para que o leitor a reconheça, ocorrendo, então, uma estilização. De acordo com o Novo Dicionário Aurélio (1980, p.582), estilizar é

“aprimorar, modificar, suprimir, substituir e/ou acrescentar elementos para obter determinados efeitos estéticos” e é neste sentido que estamos utilizando o adjetivo “estilizada”.

Essa é a apresentação da lousa que encontramos em uma propaganda localizada na contracapa interna de *Veja* (08/03/2006, p.02-03), onde vemos uma mulher adulta, possivelmente uma professora, que atravessa a rua, na faixa de segurança, conduzindo, pela mão, uma aluna e um aluno (fig.63). De acordo com uma pequena legenda localizada no lado esquerdo da foto, mais precisamente junto ao menino, podemos ler que eles “são alunos da Fundação Bradesco”. Os alunos carregam suas respectivas pasta e mochila e a professora também carrega, debaixo do braço direito, uma peça, de grandes dimensões, de quebra-cabeça, que parece ser um pedaço de uma lousa verde, onde podemos ver escritas duas operações matemáticas: “ $1+3=4$ e $2 \times 4=8$ ”. No caso, o que se mantém da lousa original são a cor e as operações escritas a giz, que permitem o reconhecimento da mesma em seu poder simbólico. Essa propaganda é parte de uma campanha da Fundação Bradesco que visa mostrar o que essa instituição faz em termos de responsabilidade social, pela educação do Brasil. A lousa aparece aí como símbolo da educação; o apelo simbólico da peça de quebra-cabeça seria o de que cada um faz a sua parte; essa idéia de responsabilidade particular, contribuindo para a globalidade, perpassa toda a campanha, mesmo em outras peças onde não aparece a lousa. Reiteramos que vamos, nesse capítulo, chamar esses casos de “lousa estilizada”, ou seja, situações onde sua representação parece ser utilizada em sua função de símbolo.



Figura 63 – Anúncio publicitário
Fonte: *Veja*, 08 Mar. 2006, p.02-03.

Apenas para contextualizar melhor a campanha do Bradesco, registro que outra propaganda que faz parte dessa campanha encontra-se na revista *Época* de 10/04/2006, (p.2-3, contracapa interna) e mostra uma mulher descendo a escada de um shopping center, com duas sacolas na mão esquerda e uma peça de quebra-cabeça debaixo do braço direito, que retrata um pedaço da Mata Atlântica (fig.64), fato que é esclarecido em um texto localizado no lado direito da propaganda, onde podemos ler que essa é “mais uma peça da atuação socioambiental” da Fundação Bradesco, que já teria replantado mais de 14 milhões de mudas, tendo em vista a recuperação da referida mata.



Figura 64 – Anúncio publicitário
Fonte: *Época*, 10 Abr. 2006, p.02-03.

Na mesma linha utilizada em outras peças publicitárias, no sentido de que o Bradesco “está fazendo a sua parte”, outra propaganda da mesma fundação, publicada em *Veja* (29/03/2006, p.2-3) também integra tal campanha, dessa vez destacando o investimento no esporte (fig.65).



Figura 65 – Anúncio publicitário
Fonte: *Veja* 29 Mar. 2006, p.02-03.

A legenda da foto, no canto inferior esquerdo, relata que a personagem “faz parte do programa Finasa Esportes e é aluna da Fundação Bradesco” e estaria incluída em um programa social “criado há 18 anos e que dá oportunidade para milhares de meninas de 10 a 16 anos”. Nessas três propagandas os personagens encontram-se retratados em grande plano geral e sempre nos textos que as acompanham aparece a idéia de “fazer parte”, ser uma “peça” de um conjunto.

Já a mesma fundação publica, em *Veja* (18/05/2005), uma propaganda que mostra pessoas de várias faixas etárias, de costas, interagindo com a lousa (fig.67), isto é, nela escrevendo, com giz branco, em uma grande lousa verde, que se estende, ao que parece, por toda a parede da sala de aula (p.70-71) e parece ter sido montada especialmente para a foto dessa propaganda. Cada personagem, desde a pequena menina – é a primeira da lista – que olha e sorri para a câmera, até o senhor calvo e de cabelos grisalho – é o último da lista – que está terminando de escrever uma das letras da palavra “completo” que faz parte do slogan do banco (fig.66):



Figura 66 - Anúncio publicitário
Fonte: *Veja*, 18 maio, 2005, p.70-71

“Bradesco completo. Para ajudar sua vida a ser mais completa”. Nessa peça publicitária a representação de lousa encontra-se ligada à idéia de que a fundação deve “levar ensino de qualidade às regiões menos favorecidas, atendendo a todos, de todas as idades, gêneros e etnias”. E que maneira melhor de atingir essas regiões, onde muitas vezes não há nem luz elétrica, do que através da boa e velha lousa? Finalmente, a meta da fundação para o ano de 2005 seria de “atender mais

de 107 mil alunos entre crianças, jovens e adultos que poderiam sonhar com um futuro melhor”. A idéia de completude também é dada pela coordenação da ação de todos os personagens, que, ao escreverem, lado a lado e na ordem correta, uma das letras da palavra COMPLETO, sugerem a possibilidade de uma ação coordenada. Observe-se também que todos eles – indiferentemente da idade e do gênero – sabem escrever no quadro, até a pequena garota, a única a olhar para a câmera, com um ar maroto. Quem não saberia?

De sua parte, a Fundação Itaú Social mostra o trabalho realizado em conjunto com a Unicef, em duas propagandas publicadas na revista *Veja*. Na primeira delas, publicada em 01/06/2005, (p.27), a lousa traz um cenário montado para um menino negro: ela é verde e encontra-se acompanhada dos artefatos que são utilizados para nela escrever e apagar – giz branco e colorido e apagador. A foto utiliza plano americano (fig.67).

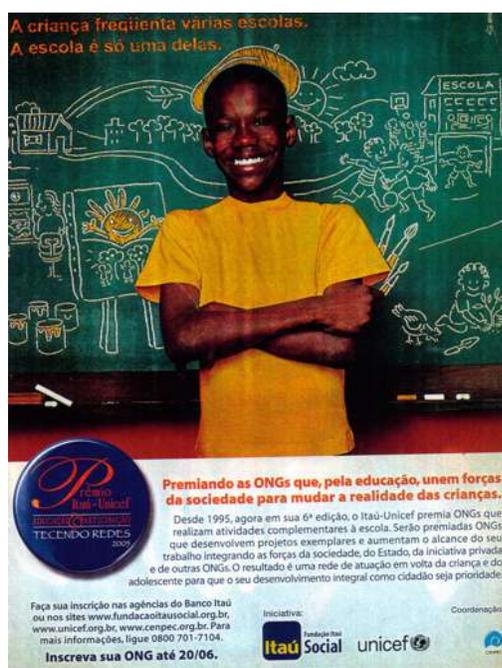


Figura 67 – Anúncio publicitário

Fonte: *Veja*, 01 jun. 2006, p.27

O menino mostra-se sorridente e é fotografado como se fizesse parte integrante da lousa, na qual podemos ver, desenhados, uma boina amarela e pincéis, compondo a idéia de que ele seja artista e pintor. A lousa, nesse caso, é estilizada, porque perde algumas de suas características para compor um cenário de

fundo para o menino. No canto superior esquerdo da peça publicitária está escrito que: “A criança frequenta várias escolas. A escola é só uma delas”, sugerindo a existência de outros locais como “ONGs que realizam atividades complementares à escola” e que desenvolvem uma “rede de atuação em volta da criança e do adolescente, para que seu desenvolvimento integral como cidadão seja prioridade”.

Nos desenhos encontrados na lousa dessa propaganda podemos identificar a escola, inclusive nomeada como tal, onde algumas crianças jogam basquete; o campo de futebol, onde meninos praticam esse esporte; uma casa, de onde parte uma rua ou estrada que passa em frente à escola, como que promovendo uma ligação entre as duas; uma professora (ou instrutora) que, sentada ao lado de um aluno, ensina computação, e um cavalete, com latas de tinta ao lado, onde foram desenhadas duas crianças brincando entre as árvores, com um grande sol que sorri para elas, de braços abertos. No canto inferior esquerdo há a representação de um menino que planta uma árvore, tendo ao lado uma galinha que cisca. Próximos à mão esquerda do menino, estão desenhados três pincéis, sugerindo que ele seja o autor dos desenhos. Aqui podemos perceber que são retratadas várias “escolas” e em todas elas as pessoas aparecem sorridentes e inclusive o sol passa a idéia de felicidade.

A segunda propaganda, publicada em 15/06/2005, (p.67), mostra-nos uma menina branca, também sorridente, em frente a uma lousa preta, onde aparecem também giz branco e colorido e o apagador. Ela segura entre os braços cadernos coloridos e com flores, bem ao gosto culturalmente instituído para as meninas, e encontra-se enquadrada em plano americano, como o menino da foto anterior (fig.68). Na lousa, desenhada com giz rosa, vê-se uma capa que parece ser de uma princesa, com gola alta e estampa de estrelas, colocada como uma extensão de sua blusa, sugerindo um ambiente mágico de contos de fadas.

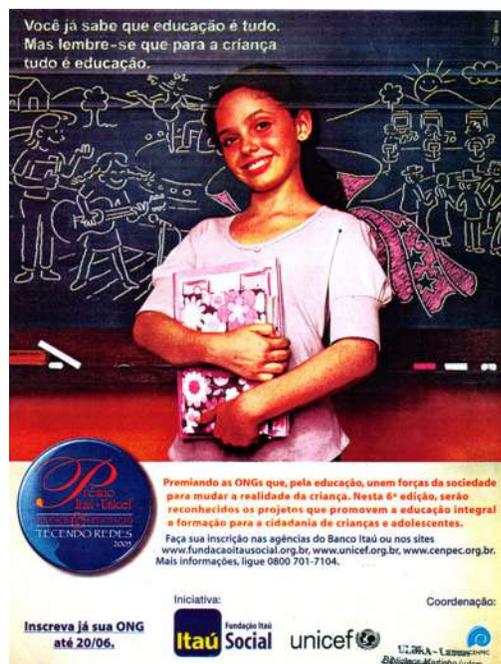


Figura 68 – Anúncio publicitário
 Fonte: *Veja*, 15 jun. 2005, p.67

No canto esquerdo, atrás da personagem, vemos desenhados, na lousa, uma casa, uma árvore, um menino e uma menina dançando e um homem, que tanto pode ser um professor ensinando ou um apresentador que apresenta uma menina, a qual toca violão e canta para pessoas que ouvem ou assistem, pois há um microfone à sua frente. No canto direito, em um plano mais próximo, algumas crianças brincam de roda em um folguedo folclórico e nessa cena os meninos usam chapéus. Em um plano mais afastado, outras utilizam computadores, tendo ao fundo uma árvore, montanhas, nuvem e um sol sorridente, desenhados bem ao estilo do desenho infantil convencional. No canto superior esquerdo, que é um espaço nobre na propaganda, podemos ler a seguinte manchete: "Você já sabe que educação é tudo. Mas lembre-se que para a criança tudo é educação". O que está escrito e desenhado na lousa ratifica o que lemos em um pequeno texto localizado logo abaixo da foto. Como na primeira propaganda, podemos ver que serão premiadas as ONGs que, "pela educação, unem forças da sociedade para mudar a realidade da criança". Nessas duas propagandas a lousa é utilizada como lugar onde se organiza um cenário condizente para as crianças e sua representação compõe a idéia de educação e da importância da escola, através da montagem cuidadosa de imagem e texto. Nelas, podemos também encontrar questões ligadas a gênero e etnia. Parece

que as fotos foram escolhidas com a intenção de passar a idéia de que, no projeto, há lugar tanto para negros quanto para brancos e, também, para o gênero masculino e feminino. Existe uma divisão marcada para os gêneros, no que se refere à postura corporal, gestos, cores escolhidas, roupas e artefatos escolares dos personagens. O menino é retratado de frente, com os braços cruzados, com os pincéis (desenhados na lousa), como se fosse o autor do que está desenhado na lousa. O amarelo de sua camisa, da boina de pintor desenhada e pintada na lousa, bem como o sol e latas de tinta, contrasta com o verde da lousa e parece estar associado às cores da bandeira nacional e ao uniforme da seleção brasileira, o que remete ao futebol, esporte que, culturalmente, está mais ligado aos meninos, encontrando-se representado nesta propaganda e não na outra. Já a menina está mais de perfil, com a cabeça um pouco inclinada e um ar sonhador. Ela segura entre os braços cadernos com flores cor-de-rosa, cor utilizada também em sua blusa, no giz, na pintura da capa de princesa e, culturalmente, está associada ao gênero feminino. Apontando para a revolução tecnológica, as novas tecnologias entram, nas duas propagandas, através do computador, que aparece nos dois cenários, misturando-se a elementos da tradição da escola e do mundo rural.

A questão de gênero também aparece na representação de lousa utilizada para fazer propaganda da “Copa Guaraná Antártica-2005”, que seria, na peça publicitária publicada em *Veja* (07/09/2005, p.4-5), “o maior campeonato de futebol estudantil do Brasil”. O personagem utilizado como garoto propaganda da campanha é o jovem, famoso e bem sucedido jogador da seleção brasileira de futebol e do Milan, clube do futebol italiano, Kaká. Ele posa em plano americano, sorridente, vestindo uma camiseta azul, com emblema da CBF²² - Confederação Brasileira de Futebol, o logotipo e a marca do “Guaraná Antarctica”, patrocinador do evento, carregando uma mochila de estudante nas costas e segurando na mão direita uma lata de Guaraná Antarctica e na esquerda uma bola de futebol (fig.69). Estão presentes, também, o apagador e o giz (branco e amarelo), artefatos ligados ao ensino e utilizados para escrever e apagar na lousa. No canto inferior esquerdo da mesma, encontramos escritas as palavras “vida” “saúdável” e “pratique”, que são palavras de estímulo para que os alunos e jovens em geral pratiquem esporte para ter uma vida saudável.

²² Confederação Brasileira de Futebol.

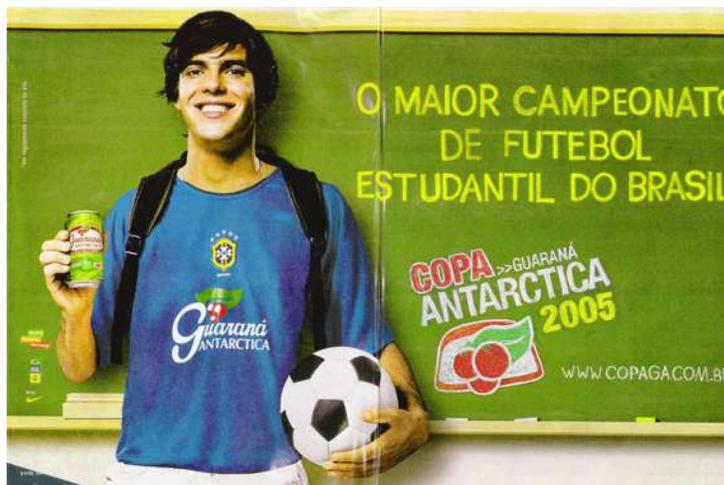


Figura 69 – Anúncio publicitário

Fonte: *Veja*, 07 Set. 2005, p.4-5

A escolha do personagem parece ter relação com essas palavras, sem deixar de lado o objetivo principal que é o de associar carreira bem sucedida, ar saudável, atividade física ao “Guaraná Antarctica”, que patrocina o evento, procurando assim vender esse produto ao público consumidor, aumentando seu consumo e conseqüentemente suas vendas.

Consideramos essa lousa como estilizada, porque, apesar de conservar suas características, passou a funcionar na propaganda como um painel ou outdoor onde se faz propaganda da Copa Guaraná Antarctica e da marca do refrigerante que a patrocina. Entretanto, mantém-se a ênfase à escolarização (escola: lousa + uniforme + mochila) e à educação como idéias positivas que se associam à bebida.

Outra lousa, dessa vez preta, que também tem o mesmo uso publicitário é a que uma propaganda da ANER – (Associação Nacional de Editores de Revistas) nos apresenta. O que nela está escrito, em letras manuscritas - o que lhe confere maior realismo do que a anterior - estimula a doação de revistas para as escolas de ensino fundamental do Brasil: “Presenteie + Cultura”; “Doe + Diversão”; “Ofereça + Conhecimento” e “Estimule + Leitura”. A personagem escolhida para ilustrar a campanha é uma menina não identificada, que poderia ser aluna de qualquer uma dessas escolas. E se encontra de pé, sobre uma pilha de revistas, de costas para a lousa, lendo uma revista *Isto É* (a propaganda está inserida na revista *Isto É* (14/07/2004, p.18), que lhe encobre o rosto (fig.70).



Figura 70 – Anúncio publicitário

Fonte: *Isto é*, 14 jul. 2004, p.18

A legenda da foto “Jogue sua revista na escola” incentiva os editores a doarem suas revistas²³, levando-as assim para dentro das escolas, estimulando a leitura dos alunos, professores e da comunidade em geral, ajudando a criar revistotecas e, dessa maneira, ajudando a formar novos leitores, com vistas a aumentar as vendas de seus produtos a médio e longo prazo. Na verdade, conforme nos diz Scalzo (2004, p.44) “revistas podem ser chamadas de supermercados culturais”, que refletem a cultura de lugares, o estilo de vida das pessoas e da sociedade, enfim, trazem saberes tanto novos quanto velhos. A lousa, o uniforme escolar que a menina usa e o próprio ato de leitura protagonizado pela mesma compõem a imagem da escola, mesmo que não haja uma definição clara do espaço da sala de aula. Poder-se-ia lançar como hipótese que a escolha da menina como personagem central se relacione à idéia de que as meninas lêem mais do que os meninos, fato comprovado por várias pesquisas já feitas.

Através de uma fotomontagem, que mostra o globo terrestre saindo de dentro de uma caixa de papelão, cujos lados são lousas, onde aparecem apagador e giz branco e colorido, a revista *Veja* (05/05/2004, p.156) elabora uma de suas peças

²³ A campanha da ANER foi amplamente divulgada, principalmente na revista *Isto É*, tendo se estendido de maio a agosto de 2004, tendo, inclusive, sido criado um site especial da ANER (www.aner.org.br), para fornecer informações sobre a forma de fazer as doações e montar uma revistoteca.

publicitárias para o programa “*Veja na sala de aula*”. Nela, afirma-se que “A sala de aula vai ficar pequena” para tanta matéria e tanta realidade (fig.71), dentro de um programa proposto pela Editora Abril em conjunto com a Fundação Victor Civita²⁴ e, consoante um dos textos, já beneficiaria, no ano de 2005, mais de 3.400 escolas públicas e particulares em todo o país. As escolas, que assinassem a revista receberiam várias vantagens descritas em um pequeno texto, localizado no canto inferior esquerdo da página²⁵:



Figura 71 – Anúncio publicitário
Fonte: *Veja*, 05 maio, 2004, p.156.

Abaixo do texto acima, encontramos duas pequenas lousas. Na primeira, um pouco menor, escrito com letra cursiva, que lembra o tipo de letra mais utilizado na escola, aparece o nome da “Fundação Victor Civita”; ao lado, em uma lousa um pouco maior, em letra de forma, também utilizada na escola, está o nome do programa e um dos slogans principais “*Veja na sala de aula, investindo no cidadão*”

²⁴ No site www.vejanasaladeaula.com.br informa-se que desde 1998 a Editora Abril e a revista *Veja* passaram a produzir, em parceria com a Fundação Victor Civita, o programa “*Veja na sala de aula*”, que tem como objetivo principal trazer os fatos do Brasil e do mundo para dentro da sala de aula, proporcionando, segundo eles, subsídios aos professores, orientadores e coordenadores pedagógicos os conteúdos de todas as disciplinas do ensino médio, de forma “atraente, dinâmica e inovadora”, para que se torne possível que os alunos compreendam a realidade que os cerca, tornando-os “cidadãos críticos e sintonizados com seu tempo”. O programa é composto por uma fita de vídeo e o Guia do Professor, elaborado toda semana por “uma equipe de especialistas”.

²⁵ De acordo com a propaganda ao assinar *Veja na sala de aula*, cada escola receberia: 14 exemplares da revista *VEJA* semanalmente; 10 guias do professor semanalmente; fita de vídeo com dicas para orientação dos professores; manual de como utilizar o guia do professor; 2 edições especiais de *VEJA* por ano; site exclusivo para o professor: www.vejanasaladeaula.com.br; pôsteres temáticos durante o ano.

do futuro”: ao lado o logotipo da Editora Abril e, abaixo, o chamamento para que o consumidor “ajude a tornar o Brasil ainda maior”, adquirindo o produto que está sendo vendido;”.

Com outra peça publicitária, que mostra o globo terrestre em forma de maçã, colocada em cima de uma mesa, possivelmente a mesa de um professor, em uma sala de aula, a Editora Abril continua, em *Veja* (29/09/2004, p.120), a campanha iniciada com a peça publicitária anterior. Os livros e uma caneta dourada, em segundo plano, completam o cenário. A lousa, ao fundo, encontra-se aí representada apenas pela cor verde, pela posição vertical e a afirmação: “O mundo todo cabe numa sala de aula”, que nos mostra que este é realmente um cenário de sala de aula.

O mundo todo cabe numa sala de aula.

VEJA na Sala de Aula. Aqui, a realidade vira matéria.

VEJA na Sala de Aula é criado para auxiliar o Brasil a tornar-se mais um país desenvolvido. O programa, que já beneficiou mais de 5.000 escolas públicas e particulares em todo o país, cria meios para que os alunos do Ensino Médio, se tornem alunos mais seguros, participativos e bem preparados.

VEJA na Sala de Aula apresenta as melhores revistas internacionais de 350 páginas em formato de aula. Tudo de forma clara e didática para professores e alunos, pois que os jovens compreendam a realidade que os cerca, tenham acesso a informações e sejam capazes de lidar com o mundo que os cerca.

Assine já para sua escola: 0800-7042112 e (11) 5087-2112 para Grande São Paulo.

As revistas VEJA na Sala de Aula são revistas especiais:

- 14 exemplares da revista VEJA semanalmente
- 50 Cadernos de Professor semanalmente
- 100 de vídeo com dicas para orientação dos pais/professores
- Material de apoio didático e Guia do Professor
- 2 cadernos especiais de VEJA por ano
- Site exclusivo para o professor: www.veja.nasala.com.br
- Material disponível durante o ano

VEJA na Sala de Aula é uma iniciativa da Editora Abril em parceria com o Ministério da Educação. O Brasil pode ser ainda maior. Assine VEJA na Sala de Aula para sua escola.

Figura 72 – Anúncio publicitário

Fonte: *Veja*, 29, set.2004, p.120

Todos os textos e ícones sobre os quais discorreremos na análise anterior encontram-se também presentes nessa propaganda.

A revista *Nova Escola* também tem a sua propaganda publicada em *Veja* (15/02/2006, p.90), incluída entre as propagandas de outras duas revistas da Editora Abril, *Recreio* e *Exame*. A chamada “Sua aula ainda mais interessante e ilustrada” é endereçada diretamente ao cliente, no caso, o professor. Na lousa verde escrita com giz branco, um escrito esclarece a presença do cartaz e sugere uma escrita cotidiana marcada pela expressão “Hoje aula de ciências”. Uma seta aponta para um

cartaz colado na mesma lousa com fita adesiva e que fala do corpo humano, mais precisamente da formação da cárie nos dentes, mostrando também os tratamentos da cárie e do canal dentário (fig.73). Não há, nesse caso, um cenário completo de sala de aula; ele é evocado tanto pela chamada que encima a gravura, como pela própria lousa, que serve como lugar para a venda de um produto que está associado à escola.



Figura 73 – Anúncio publicitário
Fonte: *Veja*, 15, fev. 2006, p.90.

Entretanto, não é apenas em propagandas de idéias e programas ligados ao universo escolar que encontramos representações da lousa. Operadoras de telefonia celular também a utilizam para vender seus produtos. Na revista *Veja* (24/11/2004, p.76-77) e também na *Isto É* (17/11/2004, p.76-77), encontramos a representação isolada de uma lousa verde azulada, fora de qualquer cenário, onde se encontram contabilizadas todas as vantagens de ter um telefone celular da Tim (fig.74). A chamada da campanha está na parte superior da segunda página, ao lado da lousa, onde podemos ler, em um retângulo vermelho, acima da foto de dois aparelhos celulares, a frase escrita com letras brancas: “Tim são outros 500”. As vantagens que a operadora promete estão escritas, na lousa, com giz branco; as ofertas do anúncio estão organizadas especialmente como uma soma, cujo resultado é a seguinte expressão: “Só perde quem ainda não aprendeu a fazer conta”. Nesse anúncio a lousa é, mais uma vez, utilizada para demonstrar

conhecimentos que só quem já freqüentou ou freqüenta a escola e “já aprendeu a fazer conta”, pode avaliar. Ela – a lousa – é o espaço das “contas” e da verdade.



Figura 74 – Anúncio publicitário

Fonte: *Veja*, 24 nov. 2004, p.76-77.

A Claro, outra operadora de telefonia celular em atividade no Brasil também faz uso de uma lousa verde em uma propaganda publicada em *Veja* (10/05/2006, p.25-26)²⁶, para demonstrar os motivos que o consumidor teria para dar um telefone celular dessa operadora para sua mãe (fig.75).



Figura 75 – Anúncio publicitário

Fonte: *Veja*, 10 maio, 2006, p.25-26

No desenho de que faz parte a lousa, novamente, estão escritas, somas, (dos dois planos do “claroconta”). Quem ensina parece ser a mãe, de pé, em pose

²⁶ A campanha, de acordo com o que se encontra escrito no rodapé da página esquerda da propaganda estendeu-se de 17/04/2006 a 16/05/2006, data da comemoração do dia das mães.

professoral, com o dedo apontando para as somas escritas na lousa. As crianças, (pelo que podemos ver nas estilizações, são dois meninos: um usa boné e o outro carrega uma bola debaixo do braço), fazem sinal de positivo e mostram um telefone celular. Todos os personagens, inclusive a mãe, têm estampado no vestuário o logotipo da empresa e os textos enfatizam o que está escrito na lousa. No meio da página seguinte, aparecem vários e modernos telefones celulares com fotos de criança e de uma mulher e um pequeno texto informa que, todo mês, a mãe do consumidor que optasse por esse presente iria falar o dobro de minutos que ele escolhesse e enfatiza que é isso que ela quer de presente. A propaganda da marca “Nokia” encontra-se presente, no canto inferior esquerdo dessa mesma página, com o slogan “Connecting people”, ou seja “conectando pessoas”, inclusive mãe e filhos. Mais uma vez dá-se a uma informação de cunho publicitário não relacionada à escola (vantagens de um telefone celular) a dignidade de uma verdade que é ensinada – os alunos sentados em classes, a professora apontando para a lousa e os escritos nela - compõem uma clássica cena escolar.

A Copa do Mundo de 2006 na Alemanha também é objeto de campanha dessa mesma editora. A promoção “torcida abril na Alemanha”²⁷ faz uso de uma lousa verde com giz branco e apagador pendurada na parede do que parece ser uma sala de aula. O cenário é montado para a foto e ali encontramos presente também uma mesa de professor, com a respectiva cadeira, voltada para onde, possivelmente, poderiam estar os alunos. Sobre a mesa uma folha branca e sobre ela um par de óculos, lápis, caneta, lapiseira e borracha. No canto superior esquerdo da foto aparece uma parte da porta da sala, onde estão a maçaneta e a fechadura. Todo esse cenário nos remete a uma sala de aula, onde, possivelmente um professor de alemão ensinaria como escrever e pronunciar, nessa língua, algumas expressões utilizadas no futebol. Fazem parte dessa campanha duas peças publicitárias que utilizam lousa, diferindo apenas no que está escrito na mesma. Em

²⁷ Essa campanha foi desenvolvida, conforme o site <http://www.torcidaabril.com.br/regul.htm>, no período compreendido entre 22/10/2005 a 05/05/2006 e dela poderiam participar todas as pessoas físicas, residentes e domiciliadas no território nacional. Os selos para participar foram publicados nas seguintes revistas: *Aventuras na História, Arquitetura & Construção, Bravo, Boa Forma, Bons Fluidos, Capricho, Caras, Casa Cláudia, Cláudia, Cláudia Cozinha, Coleção Info, Info Corporate, Contigo, Cyber, Elle, Especiais Placar, Especiais Super, Escola, Estilo de Vida, Exame, Guia da TV, Guia Quatro Rodas On Line, Info Exame, Manequim, Mundo Estranho, National Geographic, Nova, Placar, Planeta Playboy, Playboy, Quatro Rodas, Revista MTV, Recreio, Saúde!, Superinteressante, Veja, Veja na Sala de Aula, Viagem e Turismo, Vida Simples, Vip, Você S/A e Witch*. Além dos anúncios analisados nessa dissertação foram utilizados outros, com outras fotos e formatos.

Veja (07/12/2005, p.172), a propaganda ocupa apenas uma página e as expressões escritas são as seguintes: “Juiz Ladrão = Schieber”, “Drible da Vaca = Dribblekünstler” e “Brasil Hexacampeão = Brasilien Sechsfach” (fig.76). Já na edição de *Veja* de 01/03/2006, (p.16-17), data mais próxima à da Copa, a mesma propaganda (fig.77) ocupa duas páginas e, no lugar da expressão “Juiz Ladrão = Schieber”, encontramos a outra expressão “Pedalada = Austricksen”.



Figura 76 – Anúncio publicitário
Fonte: *Veja*, 07 dez. 2005, p.172.



Figura 77 – Anúncio publicitário
Fonte: *Veja*, 01 mar. 2006, p.16-17

O que está escrito na lousa se encontra em perfeita sintonia com toda a preparação para a Copa de 2006, onde estão incluídos potencialmente todos os leitores, conclamados a participar através das frases afirmativas e persuasivas: “O próximo convocado pode ser você” e “Não fique no banco de reservas. Quanto mais cartas você enviar, mais chances tem de ganhar”. Em um texto localizado abaixo da foto, no canto esquerdo da página, o leitor é convidado a participar da promoção, quando lhe perguntam: “Quer acompanhar o Hexa de pertinho?” Então “recorte o selo ao lado, junte com mais dois selos e responda: Qual editora leva você para a Alemanha?” Os prêmios “maravilhosos” que aparecem descritos, tanto por desenhos como por palavras, também fazem parte da linguagem de persuasão da publicidade que tem o objetivo de levar o leitor a comprar mais revistas e participar do sorteio para ganhar. No caso simula-se uma situação de ensino de língua alemã – desconhecida pela maioria dos brasileiros -, especificamente de expressões que

seriam “úteis” para quem fosse assistir à Copa. Novamente, a lousa aparece como lugar consagrado de ensino.

Utilizando também uma linguagem persuasiva com frases afirmativas e imperativas, o anúncio publicitário da Caixa Econômica Federal publicado em *Veja* (03/12/2003, p.36-37), apresenta uma lousa verde, onde também se encontram presentes apagador e giz branco e colorido (fig.78). A linguagem publicitária deve fazer “afirmações positivas” sobre o produto que está sendo mostrado e, para isso, recorre freqüentemente à pressuposição e à expectativa (VESTERGAARD; SCHRODER, 2000, p. 34).

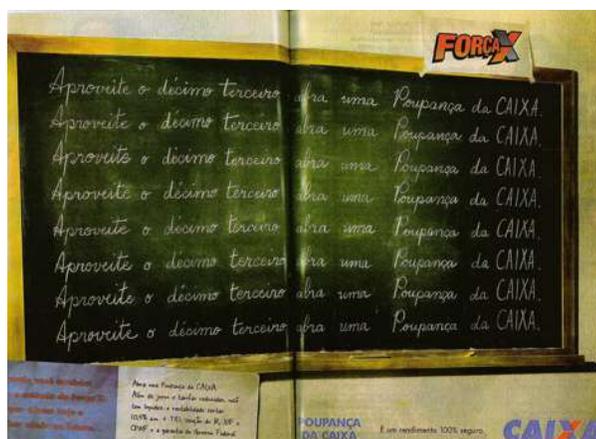


Figura 78 – Anúncio publicitário
Fonte: *Veja*, 03 dez. 2003, p.36-37.

A propaganda apresenta a simulação de um dos castigos mais utilizados antigamente nas escolas, quando se fazia os alunos escreverem inúmeras vezes alguma frase que transmitisse algum preceito, ou lição de moral, que o professor gostaria que os alunos aprendessem. O publicitário que criou essa propaganda faz uso da frase “Aproveite o décimo terceiro e abra uma poupança da CAIXA”. Podemos ver aqui uma imbricação entre a imagem e o texto. Existe uma intencionalidade também nos textos que ocupam a parte de baixo do anúncio que salientam uma aprendizagem que leve o leitor a comprar o produto. Esse fato fica explícito através de expressões como: “Aprenda você também com o método da Força X: poupar é bom hoje e melhor ainda no futuro”. Outro texto incentiva a “abrir uma Poupança na Caixa” e mostra as vantagens dessa decisão. O que nela está escrito passa credibilidade e, por isso, a afirmação “Poupança da Caixa. É um

rendimento 100% seguro” tenta persuadir e mudar o pensamento do leitor, ou seja, do cliente.

Uma outra propaganda da mesma instituição, publicada em *Veja* (11/08/2004, p.28) (fig.79), mostra uma lousa verde, que perde algumas de suas características, inclusive o formato típico (mais largura e menos altura), transformando-se em Box.



Figura 79 – Anúncio publicitário
Fonte: *Veja*, 11 ago. 2004, p.28.

Ela é utilizada para mostrar as vantagens que haveria em ser cliente da Caixa. As frases afirmativas, que se somam através do sinal de adição (+) e que aí se encontram escritas: “Crescimento. Está sendo assim com a Caixa, com os Brasileiros e com o Brasil” e “Procure uma Agência da Caixa e venha crescer você também”, são utilizadas, juntamente com os números de contas, contas poupança e investimentos realizados por ela no primeiro semestre de 2004, com os mesmos objetivos da anterior, ou seja, persuadir o leitor a tornar-se cliente da instituição. Os slogans que podemos ver na parte debaixo da lousa-box:, se conectam às imagens que vemos logo abaixo e que retratam pessoas, possivelmente escolhidas como representantes da variedade da população brasileira, como sujeitos de diferentes idades, gêneros e etnias. Podemos, então, inferir que a Caixa seria de todos os brasileiros e todos estariam sendo convidados a abrir uma conta e poupar na instituição, que é nacional.

Por sua vez, outra instituição bancária importante, o Banco do Brasil faz uso de uma pequena lousa verde, em forma de box, publicada em *Isto É* (21/01/2006, p.21)²⁸ que parece fazer parte de uma fotomontagem (fig.80), destinada à propaganda dos serviços desse banco. Nela, podemos ler, escrito com letras brancas de imprensa, não manuscritas, o seguinte texto: “Suas vendas a prazo são dinheiro vivo*²⁹ no Banco do Brasil.



Figura 80 – Anúncio publicitário
Fonte: *Isto é*, 21 jan. 2006, p.21.

Retratados na contracapa interna de *Isto É Dinheiro* (08/02/2006 e 25/01/2006, p.25), encontramos, espalhados sobre um carpete amarelo, vários materiais escolares: uma pasta fechada, uma mochila com cadernos e canetas, um porta lápis com vários deles, apontadores, compasso, cadernos empilhados uns sobre os outros e sobre eles uma tesoura e um estojo. Sobre a pasta, como se estivesse presa à parede, há uma pequena lousa onde se lê: “Cuidamos da sua empresa como se fosse nossa” (fig.81). As cores do logotipo do Banco do Brasil (amarelo e azul) estão presentes em todos os materiais escolares já citados.

²⁸ Essa mesma propaganda aparece na revista *Isto É*, nas edições de 01/02/2006, p.21 e 15/02/2006, p.21.

²⁹ O asterisco, no canto esquerdo inferior da propaganda, escrito com letra bem pequena, explica que não é tão fácil obter o serviço, porque as “operações” estão “sujeitas à aprovação” do banco.

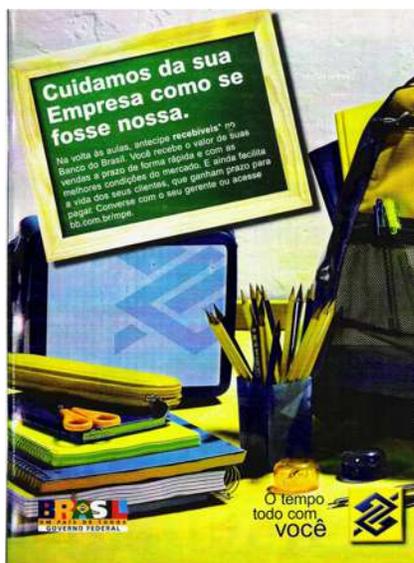


Figura 81 – Anúncio publicitário
 Fonte: *Isto é Dinheiro*, 08 fev. 2006, p.03.

Um pequeno texto abaixo dessa frase faz a ligação entre os materiais escolares mostrados, a lousa e a idéia de escola, que voltaria a funcionar após as férias de verão. Essa campanha tenta persuadir o comércio de material escolar a recorrer aos serviços de crédito do Banco do Brasil, oferecendo vantagens para ele e também para seus clientes.

Ao analisarmos essa e outras fotografias, é interessante que observemos com atenção a escolha e disposição dos objetos, uma vez que existe uma imbricação de sentidos denotativos e conotativos, de significantes e significados presentes neste tipo de composição. De acordo com Barthes (1990, p.17):

É necessário atribuir uma importância especial ao que se poderia chamar a pose dos objetos, pois o sentido conotado surge dos objetos fotografados. O interesse está no fato de que esses objetos são indutores comuns de associações de idéias, ou, de maneira menos evidente, verdadeiros símbolos.

Embora, para os leigos, a fotografia ainda possa parecer um retrato fiel da realidade, sabemos que, além de todas as escolhas que um fotógrafo faz, também há possibilidades técnicas de “manipulação” da própria fotografia. De acordo com Susan Sontag (2004, p. 102), “desde que, em 1850, um fotógrafo alemão inventou a primeira técnica de retocar o negativo passou-se a poder falsificar esta realidade”. Nos dias atuais, entre os inúmeros programas de computador disponíveis,

encontramos o “Photoshop”, considerado o mais popular software de edição, que permite retoques, recortes e outros recursos de intervenção nas fotos.

A fotomontagem, que se vale amplamente do Photoshop, como já vimos anteriormente, é muito utilizada na imprensa escrita e encontramos também lousas integrando fotomontagens. Assim, integrando uma pequena nota sobre a demissão do diretor de Política Monetária do Banco Central, Luiz Augusto Candiota, publicada na *Revista Isto É Dinheiro* (11/08/2004), estampada na seção “Dinheiro na semana” (p.16), vê-se uma fotomontagem em que é representado o ex-diretor, localizada no canto superior esquerdo da notícia, tendo como cenário de fundo uma lousa (fig.82).



Figura 82 – Fotomontagem “To be or not to be”

Fonte: *Isto É*, 11 ago. 2004, p. 15

A fotomontagem o coloca em trajes esportivos, que em nada lembram a figura de um diretor do Banco Central do Brasil. O corpo – desenhado - também é pequeno e desproporcional em relação ao tamanho da cabeça – fotografada - e os objetos que ele porta são uma caneta esferográfica no bolso esquerdo da camisa e uma pasta de executivo, aparentemente lotada de papéis, cujas pontas aparecem pelo lado de fora. Em cima da pasta há uma maçã vermelha. Ao lado direito da pasta podemos ler a legenda: “Candiota (em vermelho, para destacar o personagem): tema de uma lição de inglês da britânica BBC”. O texto possui duas manchetes: uma em português: “Moeda Forte” e outra escrita em inglês: “To be or not to be” (ser ou não ser), com destaque em vermelho para “or not”, para destacar, “não ser”, não saber ser um bom diretor. O assunto principal é a demissão do diretor, que acabou virando tema de uma aula de inglês da “BBC”, rede britânica que oferece ao público o serviço *Learning English*. A matéria de jornal selecionada por eles fala sobre o “caso Candiota”, valendo-se dele para ensinar o significado de expressões como *tax*

evasion (evasão fiscal), fell on his sword (renunciou) e o auto-explicativo irregularity (irregularidade). A lousa tradicional, que aparece como “cenário de fundo”, é utilizada como elemento que marca a situação de ensino e nela se reproduz com giz branco a expressão “I have” (eu tenho), e, abaixo desta expressão, vemos o “cifrão”, símbolo universal do dinheiro. A partir desse símbolo, duas setas apontam para dois outros símbolos: uma notação matemática que se refere à porcentagem e uma fórmula utilizada no mercado financeiro. Como já foi visto em análises anteriores, a lousa mais uma vez nos mostra, aqui, signos lingüísticos e símbolos matemáticos que são universais (ou quase), isto é: são utilizados tanto por pessoas ligadas à área de economia como da matemática e, também, por outras pessoas que, mesmo não estando ligadas a essas áreas, passaram pela escola e as utilizam em sua vida diária e em suas relações comerciais. De forma geral, a fotomontagem reproduz um contexto escolar cujos elementos – desenhados intencionalmente – seriam: o “professor” com um guarda-pó, a lousa, a maçã (símbolo do presente dos alunos para professores), ilustrando a notícia.

Uma reportagem da seção “Personagem” de *Isto É Dinheiro* (01/03/2006, p.45), que tem por título “O melhor investidor de sua geração”, também representa, através de uma fotomontagem (fig.83), o bilionário administrador de fundos de hedge, Eddie Lampert.



Figura 83 – O melhor investidor de sua geração
 Fonte: *Isto é Dinheiro*, 01 mar. 2006, p.45.

Sua cabeça foi colocada em um corpo estilizado de executivo e, enquadrado em plano geral, de pé, ele aponta para uma lousa verde, colocada sobre um tripé, em ambiente que pode ser uma sala ou até uma sala de aula, em que predomina a cor amarela, onde se pode ver, embora difusamente, uma parede de tijolos à vista. O personagem aponta com o dedo para fórmulas e equações, que tanto podem ser de investimentos em ações, como de administração de seus negócios. Ali estão escritos os conhecimentos que toda a sociedade reconhece e que o tornaram o “melhor investidor de sua geração”. A legenda da foto refere-se ao personagem e mostra as regras de Eddie Lampert sobre como “ser um investidor”: de certa maneira, ele é ali retratado como um “professor de investimentos”.

O ex-Ministro da Educação e professor, no ano de 2006, Ministro das Relações Institucionais, Tarso Genro, aparece em uma foto que nos parece ser fotomontagem³⁰, publicada na seção “Educação”, da revista *Isto É Dinheiro* (20/10/2004, p.36) em trajes esportivos de caminhada, segurando uma lousa verde, portátil e de aspecto bastante antigo (fig.84). O ex-ministro, conforme a reportagem, levantava todos os dias às 6 horas para caminhar no parque que fica ao lado do Hotel onde morava, na época, no centro de Brasília. Ele foi fotografado em plano geral e de baixo para cima, ou “contra-mergulho”, escolha que, na opinião de Almeida (1993, p.33), pode ressaltar a grandeza, a força e o domínio do personagem. Na lousa encontra-se escrito, com giz branco, a expressão “FUNDEB³¹ UNIVERSIDADE PÚBLICA” o que parece se relacionar com a força e o poder que o ex-ministro detinha na época, para implementar as medidas necessárias para a criação desse fundo. A reportagem, que tem por título “O projeto de Tarso”, trata, como podemos ver em um Lead, logo abaixo do título da seção, de um “choque de financiamento para melhorar o nível de ensino do País”. No contexto da foto o único objeto que remete à idéia de ensino é, justamente, a pequena lousa, a qual apresenta-se desconectada de seu contexto habitual e de seu uso. Ali, ela parece ser, apenas um símbolo da educação.

³⁰ Tentamos várias vezes contato com a revista *Isto É*, através de e-mail, para tentar resolver a dúvida sobre o fato da foto ser ou não fotomontagem, mas não recebemos nenhuma resposta.

³¹ O Fundeb, de acordo com entrevista do ex-ministro, (p.36-37) seria um novo fundo que estaria sendo criado, que iria abranger todo o ensino básico, da pré-escola ao curso técnico. Só para os cursos técnicos, seriam criadas 600 mil vagas em 2005 e 2 milhões até 2007. O Fundef (fundo de financiamento do ensino fundamental da 1ª à 8ª série) ganhou no ano de 2004 R\$28 bilhões. O plano, ainda de acordo com ele, é que o Fundeb tivesse R\$ 54 bilhões em 2005.

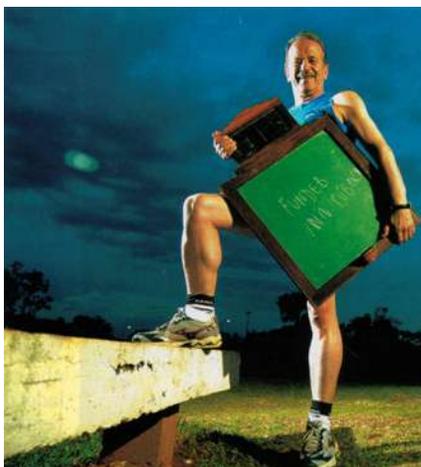


Figura 84 – O projeto de Tarso
 Fonte: Isto é dinheiro, 20 out. 2004, p.36.

Também dentro da temática maior de “programas governamentais de educação”, vemos um outdoor do governo brasileiro fotografado em uma região de periferia, em um terreno, onde aparecem uma construção popular, um muro de tijolos inacabado, varais com roupa secando entre flores amarelas; o outdoor traz uma propaganda do programa “Brasil Alfabetizando” (fig.85).



Figura 85 – Os vôos da reeleição
 Fonte: Veja, 21 jun. 2006, p.50

Do outdoor faz parte uma foto de um grupo de alunos negros de variadas idades e sexo, sentados em suas cadeiras de braços, com cadernos e lápis sobre as mesmas, todos sorrindo para a câmera. A foto ocupa a metade do outdoor e, na metade direita, que é ocupada pela lousa verde podemos ler: “Para aprender a ler, não tem hora” e logo abaixo, consta o telefone gratuito para contato. No canto

inferior direito o slogan: “Brasil. Um país de todos. Governo Federal”. Essa representação de lousa, associada a foto, pode ser entendida como ligada à uma versão de que a maioria dos analfabetos são negros. Tal foto encontra-se na seção “Brasil”, inserida na reportagem “Os vãos da reeleição” e a legenda da foto refere-se ao outdoor do governo, dizendo que “neste ano, os gastos com publicidade foram turbinados para driblar a lei eleitoral”.

Outra reportagem, com o título “Com a palavra o professor”, traz uma fotomontagem de uma professora que, retratada em grande plano geral, divide o cenário com uma lousa preta, utilizada como Box, para mostrar os resultados de uma pesquisa pioneira no Brasil³², que traz o professor para o centro da discussão dos problemas, “como ator principal” (fig.86).



Figura 86 – Com a palavra o professor
Fonte: *Veja*, 05 abr. 2006, p.109-110

O “Guia *Veja*”, dessa mesma revista (26/04/2006, p.116-117) mostra, em uma fotomontagem (fig.87), uma menina de cerca de seis anos, aparentemente uniformizada, retratada em plano geral, dividindo o espaço com uma grande lousa preta que ocupa as duas páginas de uma reportagem. Ela foi fotografada de lado, mas voltando a cabeça e sorrindo para o fotógrafo, enquanto segura entre os braços seus cadernos de aula.

³² A educadora Tânia Zagury, conforme a reportagem, 36 anos de carreira e autora de livros, dedicou-se, durante três anos a ouvir o que pensam os mais de 2 milhões de professores dos ensinos fundamental e médio. O resultado dessa pesquisa encontra-se no livro *O professor Refém* editado pela Record.



Figura 87 – Querem mudar o á-bê-cê

Fonte: *Veja*, 26 abr. 2006, p. 116-117

Pode-se deduzir que, atrás da personagem haja partes da cadeira e da mesa, pertencentes ao mobiliário escolar. O conjunto da reportagem, a foto da menina com os cadernos e a lousa estilizada se articulam para mostrar o caráter escolar da alfabetização. Em um texto legenda no canto inferior esquerdo da primeira página, destaca-se no título que ela “leu cedo”, mais precisamente aos quatro anos de idade. A temática central da reportagem é a polêmica entre os modelos fônico e construtivista de alfabetização. Na lousa estilizada, está a manchete “Querem mudar o Á-bê-cê”, um esquema comparativo entre os modelos citados e a conclusão dos especialistas ouvidos por *Veja*. O conjunto da reportagem, a foto da menina com os cadernos e a lousa estilizada se articulam para mostrar o caráter escolar da alfabetização.

Com o título “A vez dos incrédulos”, a revista *Isto É* (25/02/2004, p.65) noticia que o governo britânico estuda colocar o ateísmo como disciplina escolar; um dos objetivos dessa reformulação é, de acordo com a reportagem, incentivar os alunos “a avaliar as religiões e crenças, entender as diferentes variações dessas religiões e refletir sobre a importância desses credos em suas vidas”. A reportagem mostra uma pequena lousa preta, onde se encontra escrita, com giz branco, a palavra “Deus”, que está sendo apagada, com um apagador, pela mão de uma pessoa (fig.88). Tal representação de lousa está relacionada, na reportagem, ao fato de que “membros da Sociedade Secular e outros grupos desejem uma reforma, porque muitos pais de alunos não são religiosos, não possuem crença alguma e não

freqüentam mais nenhuma igreja”. O ato físico de apagar a palavra – ali retratado – é simbólico: é utilizado para mostrar que, apagando a palavra (no caso, o significante), apagar-se-ia, também, o seu significado.

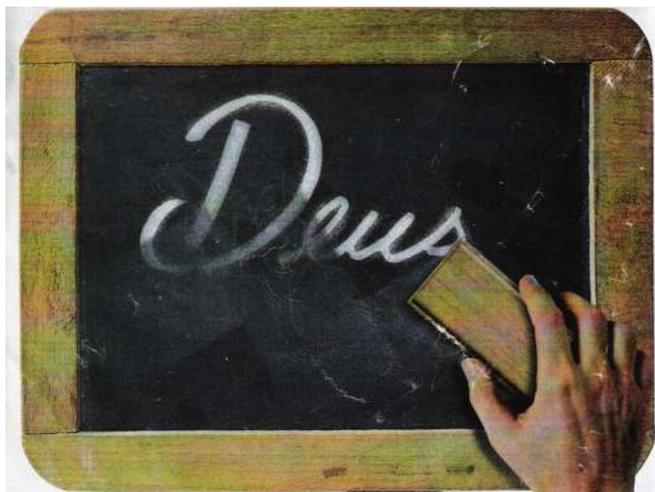


Figura 88 – A vez dos incrédulos
Fonte: Isto é, 25 fev. 2004, p.65.

Em uma lousa semelhante à da figura anterior, dessa vez verde, estão escritos, com giz branco, trechos de músicas cantadas nas escolas do MST³³ (fig.89), em outra matéria, publicada em *Veja* (08/09/2004, p.49).

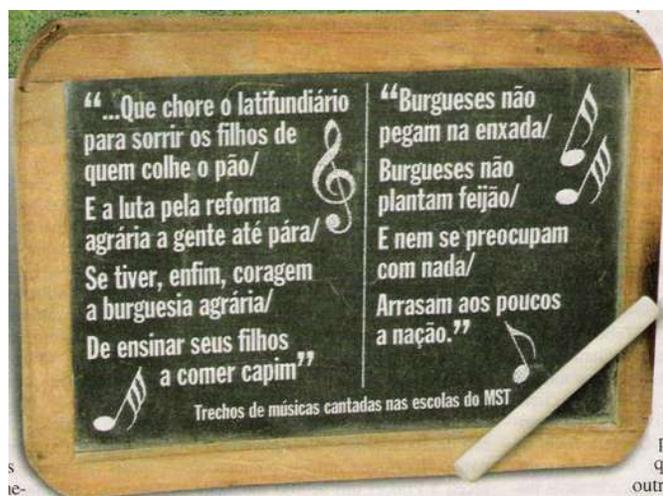


Figura 89 – Madraçais do MST
Fonte: *Veja*, 08 set. 2004, p.49.

³³ A reportagem afirma que o Movimento dos Trabalhadores Rurais sem Terra (MST) teria criado sua própria versão das “madracais – os internatos religiosos muçulmanos onde as crianças aprendem a recitar o corão e dar a vida em nome do Islã”.

Essa lousa é utilizada para mostrar como o professor transmitiria a ideologia do movimento para as crianças, através de músicas que são cantadas, incentivando-as e conclamando-as, de acordo com a reportagem, para a revolução. A lousa nesta reportagem parece ter a função de mimetizar o que poderia acontecer numa escola do MST – as letras de cantos para as crianças copiarem e aprenderem.

Percebe-se em todas essas análises que, apesar de a maioria das lousas representadas terem sido estilizadas, ou seja, modificadas de alguma forma, uma característica se mantém é a de ser o lugar onde se escrevem, desenham ou publicam os conhecimentos válidos, legítimos, que devem ser mostrados, ensinados e que todos devem aprender, sejam alunos, leitores ou consumidores.

A lousa perde quase todas as suas características – material, opacidade, dimensões, moldura, etc, mantendo apenas a verticalidade e a função social de espaço onde se pode escrever e apagar os conteúdos reconhecidos, na reportagem de *Veja* (12/04/2006, p.67-68), publicada na seção “internet” e que tem como manchete: “É como o Orkut... mas tem trilha sonora”. Nela vemos em uma foto posada (fig.90), dois personagens masculinos, sorridentes, retratados em plano geral. Eles dividem o espaço com um vidro transparente, que, aqui, foi transformado em lousa, para que desenhassem, com caneta branca, através de símbolos - bonecos esquematizados com linhas bem simples e manuscritas (que lembram os desenhos infantis) - e setas, as fórmulas de relacionamento utilizadas pelos usuários do site que eles criaram e que ofereceria mais serviços do que o Orkut³⁴, muito difundido e utilizado no Brasil.



Figura 90 – É como o Orkut... mas tem trilha sonora
Fonte: *Veja*, 12 abr, 2006, p.67

³⁴ Orkut é o site de relacionamentos que contabiliza 11,5 milhões de usuários no Brasil – aproximadamente a metade de todos os internautas nacionais. (*Veja* 12/04/2006, p.67)

Tal site se denomina “MySpace”.e permite aos internautas publicar “blogs, veicular músicas e vídeos caseiros criados por eles, bem como capturar e armazenar arquivos iguais de outros usuários. O sorriso de satisfação dos personagens – não são professores, mas os criadores do site – lembra aquele que as crianças mostram, quando podem desenhar e escrever livremente na lousa. Entretanto, no caso deles, “o sorriso se deve ao seu faturamento de 580 milhões de dólares e aos 68 milhões de usuários que conseguiram”, como nos mostra a legenda da foto”. Esses sites funcionam também como lousas virtuais, que, escritas num determinado lugar, podem ser lidas em qualquer computador conectado à Internet, em qualquer local do planeta.

Nessa categoria vimos como, através de sua estilização, a lousa é apropriada tanto pela publicidade, quanto pela editoria das revistas, principalmente na edição de pequenas notas. Trata-se nesses casos, também de uma escolha intencional, diferentemente de fotos de sala de aula.

6.4 NOVAS TECNOLOGIAS ESTÃO CHEGANDO, MAS A LOUSA PERMANECE

Antes de ir para a escola, os adolescentes Rudolf e Christian, de 16 anos, colocam na mochila cadernos, lápis, borracha e um laptop. Isso mesmo, laptop. Enquanto os professores falam sobre química orgânica, Revolução Francesa ou citologia, eles ficam o tempo todo conectados à internet. Fazem pesquisas, visitam sites relacionados à aula e, claro, batem papo com colegas via MSN Messenger (programa de mensagens instantâneas) (*Veja São Paulo*, 03/05/2006, p.1).

Folheando as revistas, encontramos em onze reportagens e propagandas fotos ilustrativas que mostram a lousa convivendo com artefatos de novas tecnologias. Nesse sentido, vale lembrar que tanto os alunos quanto os educadores, na atualidade, têm acesso a um número cada vez maior de informações em um ritmo também cada vez mais rápido, graças ao uso desses novos artefatos tecnológicos. Kellner (2006, p.6) em seu artigo “Novas tecnologias: novas alfabetizações (reconstruindo a educação para o novo milênio)”, nos aponta que:

A revolução tecnológica centraliza-se no computador, na informação, na comunicação e nas tecnologias multimídias; é freqüentemente interpretada como o primeiro estágio de uma sociedade do conhecimento ou da informação e tudo isto atribui à educação um papel central em todos os aspectos da vida. Esta “grande transformação” coloca tremendos desafios aos educadores forçando-os a repensar seus princípios básicos, a

desenvolver novas tecnologias de maneiras criativas e produtivas e a reestruturar a escolarização par que esta possa responder de maneira construtiva e progressista às mudanças tecnológicas e sociais que agora experimentamos.

É, pois, dentro de tal contexto que analisamos aquelas matérias em que um artefato de uso já centenário – a lousa – aparece ao lado de artefatos tecnológicos mais modernos, procurando ver que função ela exerce em tais imagens. A primeira dessas tecnologias que encontramos nas revistas pesquisadas, dividindo espaço com a lousa é o aparelho de televisão. Assim na reportagem da seção “Educação”, da revista *Veja* (15/12/2004, p.120), uma sala de aula retratada do fundo para frente tem como foco central uma lousa verde sem nenhum conteúdo, e ao lado vê-se um aparelho de tv ligado, no canto esquerdo da sala, com um cartaz ao lado (fig.91).



Figura 91 – Assim vai mal
Fonte: *Veja*, 15 dez. 2004, p.120

Os alunos retratados em seus lugares, de costas, sentados em suas classes, enfileiradas, prestam atenção ao que está passando na tv, presa à parede, ao lado da lousa. A exceção é uma aluna que escreve em uma folha repleta de anotações, (o que pode ser interpretado como estar anotando algo sobre o que está sendo apresentado na tv). A professora ou professor não aparece na foto (possivelmente de arquivo) e a legenda situa-a como uma foto de uma sala de aula de escola pública, mas traz também uma menção desabonadora à escola particular, ao dizer que: “a julgar pela OCDE³⁵, as particulares também são muito ruins”. Como

³⁵ Essa pesquisa foi realizada pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico, que avaliou o nível dos estudantes de quarenta países em três habilidades básicas: leitura, matemática e ciências. O levantamento foi feito com base numa prova respondida por 250 000 jovens sorteados em escolas públicas e particulares, na faixa de 15 anos. Do Brasil participaram 4.400

sempre o foco são os problemas e o fracasso do ensino brasileiro, freqüentemente abordados no material selecionado.

Se a TV foi, em determinadas décadas (70-80), o ícone da tecnologia avançada em sala de aula, tal lugar hoje é reservado aos computadores³⁶. Na sala de aula, eles entram e, em sua tela, podemos ver e ler tudo que se passa no mundo, através de suas imagens e páginas seqüenciais. Neles é possível, por meio de programas ou pelo uso da internet, ler notícias atualizadas muito rapidamente, pesquisar, escrever, jogar, falar com outras pessoas através de chats, salas de bate papo, correio eletrônico e outras formas de comunicação.

A seção “especial” de *Veja* (16/02/2005, p. 60-69), discorre sobre “7 Lições da Coréia para o Brasil”, que “o país pode aprender com o bem-sucedido modelo de educação implantado na Coréia do Sul”, reafirmando sempre a inferioridade brasileira na área. Uma foto (fig.92) da reportagem tirada do fundo da sala, a partir do canto esquerdo, mostra uma sala de informática, bem equipada, de primeiro mundo, com um computador para cada aluno e, bem ao fundo, pendurada na parede uma lousa branca, tendo ao lado direito outros equipamentos como aparelho de tv, Dvd e som. A foto mostra ainda, em primeiro plano, três meninos, com idades correspondentes aos das nossas séries iniciais e a legenda da foto, “Competição Feroz”, nos informa que eles “são alunos de uma escola em Seul e participam de torneio de computador: disputa para decidir quem é o mais rápido”. Na foto, que parece ter sido tirada casualmente, as crianças encontram-se com o olhar fixo na tela e sequer olham para a câmera. Aqui, a lousa apenas faz parte de um cenário e está secundarizada frente ao computador.

alunos. Foram avaliados 41 países e o Brasil está entre os piores, no exame que avaliou a todos em três áreas: matemática leitura e ciências. A classificação de nosso país foi a seguinte (de acordo com um box localizado na parte de baixo da página): matemática: 40º lugar; leitura: 37º lugar e ciências: 39º lugar.

³⁶ Na Revista *Nova Escola* de agosto de 1986, encontramos, na reportagem intitulada “O Computador invade o 1º Grau”, uma entrevista com o diretor do Centro de Pesquisa e Tecnologia do Colégio Objetivo, que na época, como algumas outras escolas, utilizava uma linguagem de computador própria para crianças de 7 a 14 anos, a “Logo”, explicando seu funcionamento. O idealizador desse sistema foi o matemático sul-africano Seymour Papert, que o formulou na década de 1960. Apesar das críticas os responsáveis pelas escolas que já usavam o equipamento, no caso o objetivo júnior, garantiam que ele viera para ficar e já tinha o seu lugar definitivo entre as carteiras e o quadro-de-giz.

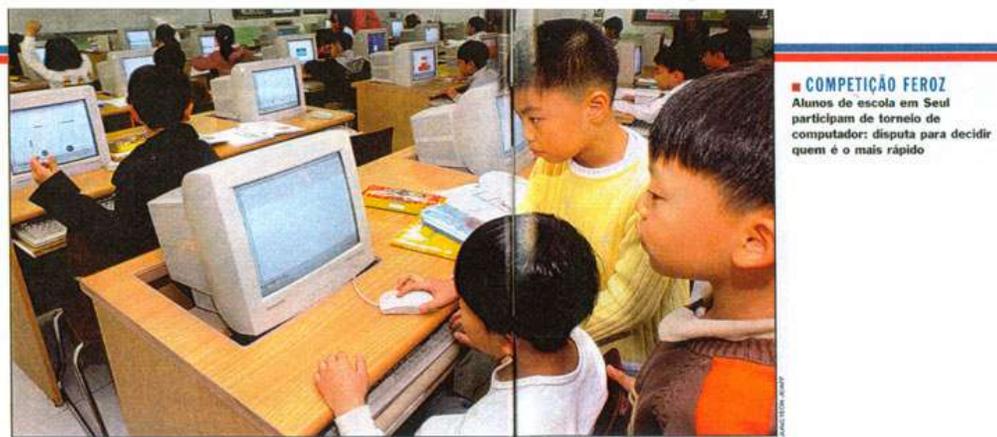
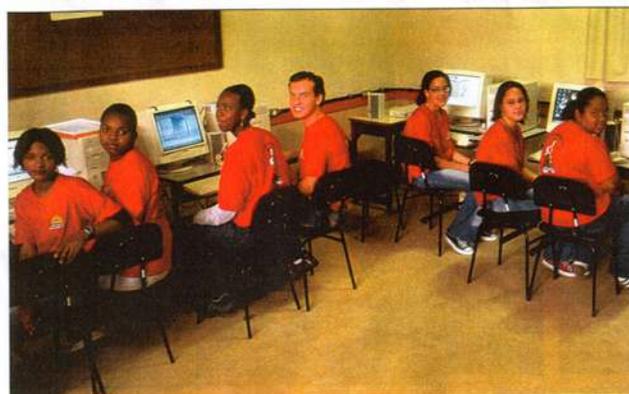


Figura 92 – 7 Lições da Coréia para o Brasil
 Fonte: *Veja*, 16 de fev, 2005, p.62

Nessa mesma edição (p.72-74), encontramos outra reportagem que tem ligação com a anterior, denominada “Na trilha coreana”. Aborda, como podemos ler em um lead, no canto inferior esquerdo, uma pesquisa que “mostra como dez escolas públicas conseguiram transformar-se em ilhas de excelência no desolador panorama educacional brasileiro”. Em uma foto posada (fig.93), a reportagem mostra os alunos de uma escola municipal, de Nova Friburgo, no Rio de Janeiro, 9ª colocada no ranking das melhores escolas públicas do país³⁷, apesar de, como ressalta a reportagem, “estar encravada numa região pobre e violenta da cidade”. Os alunos, na foto, parecem estar em aula de informática, sentados, alguns sorrindo, em duplas para utilizar um computador, todos voltados para a câmera. Uma sala de aula possivelmente foi transformada em laboratório de informática e uma lousa verde continua na parede, no canto superior esquerdo da foto, mas nela não vemos nada escrito; aparece apenas uma ponta de uma folha de papel nela colada, fato que marca a lousa como lugar onde já não se escreve, mas que permanece como referência no espaço escolar.

³⁷ Esta lista foi elaborada a partir dos resultados da prova do MEC de leitura e interpretação de textos.



A NÚMERO 9
Escola Dermeval
Barbosa Moreira,
em Nova Friburgo:
referência
acadêmica em
região violenta

Figura 93 – Na trilha coreana
Fonte: *Veja*, 15 fev.2005, p.72-73

Na seção “Internacional” de *Veja* (14/12/2005, p.161), dentro de uma reportagem maior denominada “Viagem ao circo de Chávez”, encontramos uma foto da venezuelana Yulibia Serrano, negra, de 43 anos (fig.94), que participou de um curso que alfabetizaria um adulto em “sete semanas”, mantido pelo governo venezuelano. A aluna posa para o fotógrafo, em primeiro plano, segurando seus materiais escolares e tendo ao fundo uma lousa, onde se encontra escrita apenas uma expressão em espanhol; entre ela e o quadro, aparece uma tela que parece ser a de um computador, onde se lêem conteúdos referentes à “plataforma continental”.



Figura 94 – A viagem ao circo de Chávez
Fonte: *Veja*, 14 dez. 2005.p.161

Também aqui a lousa é mero elemento do cenário, dimensão com que ela aparece em outra foto, aquela que mostra uma aula de informática dentro de um ônibus (fig.95), inserida na seção “Especial” de *Isto É* (14/04/2004, p.46-52). A manchete “Revolução Digital. Mundo Livre S/A”, aborda um movimento antimonopólio que “arrasta governos, empresas, instituições e usuários comuns, e coloca o Brasil como precursor na opção pelos softwares livres”. Na foto tirada da frente para o fundo do ônibus, vê-se uma pequena lousa branca ao fundo. No lugar dos bancos temos duas longas bancadas, dispostas no sentido do comprimento do mesmo, nas quais estão instalados os computadores onde os funcionários recebem treinamento.



Figura 95 – Mundo Livre S/A

Fonte: *Isto É*, 14 abr 2004, p.50.

Idêntica situação – uma lousa em relação à qual não há nenhuma ação humana retratada – encontramos em duas fotos que fazem parte da reportagem “As notas no provão dos 260 melhores cursos superiores”, da seção “Especial” de *Veja* (31/03/2004, p. 85-88), já referida na primeira categoria. Nelas a lousa convive com “computadores”, “laptops” e “data shows”. A primeira foto (fig.96) ocupa a metade superior das páginas 85-86 e foi tirada do fundo da sala, que se encontra na penumbra, iluminada apenas pelas telas dos computadores e pela projeção do data show. O mesmo conteúdo que está sendo projetado encontra-se na tela dos computadores dos alunos que parecem prestar atenção às explicações do professor, que, ao lado esquerdo da lousa, olha para a projeção com pose de quem explica o que está ali projetado.

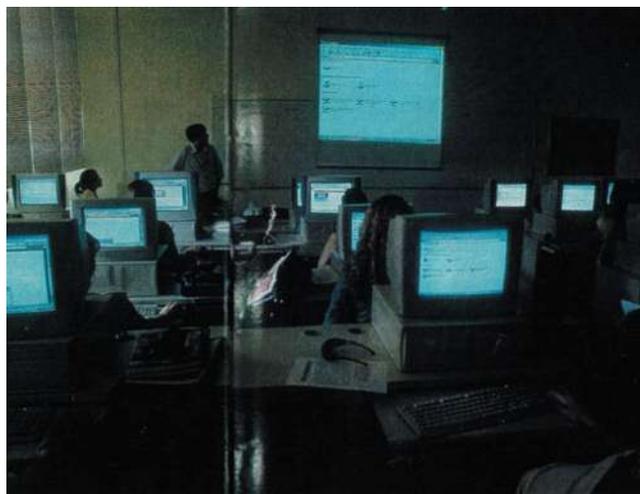


Figura 96 – O Filhote da Unicamp
Fonte: *Veja*, 31 Mar 2004, p.85-86.

A outra foto foi tirada do lado esquerdo para o lado direito da sala de aula; apresenta um laptop em primeiro plano, e em seguida, uma aluna, tendo à frente um outro laptop, observa, com a mão no queixo, atenta, à explicação do professor que aponta, com a mão, para a tela onde está sendo projetado o conteúdo da aula. Atrás da tela, podemos ver que há uma lousa branca. O que se pode observar nessa foto é que, pelo enquadramento utilizado pelo fotógrafo, o objeto que recebeu um destaque maior foi o laptop (fig.97).



Figura 97 - Ligação direta com o mercado
Fonte: *Veja*, 31 Mar 2004, p.85-86.

A legenda da foto vem confirmar esse fato, pois relata que um dos diferenciais do “Ibmec”³⁸, seria o fato de que os estudantes acompanham as aulas através de um laptop ligado, durante toda a aula, à internet.

Duas peças publicitárias do Grupo Positivo publicadas em *Isto É* (27/10/2004, p.59 e 10/11/2004, p.139) mostram a lousa convivendo com retroprojetor ou data show e mesas educacionais. A primeira foto (fig.98) mostra uma foto tirada em primeiro plano, que ressalta a figura do professor que explica, apontando com a mão, para uma lousa branca com contornos difusos, onde está sendo projetado o conteúdo que o professor aborda para os alunos, retratados de costas, voltados para o professor. Uma mão de criança vira a folha, mostrando parte de outra folha, onde duas meninas lêem os livros da Editora Positivo.

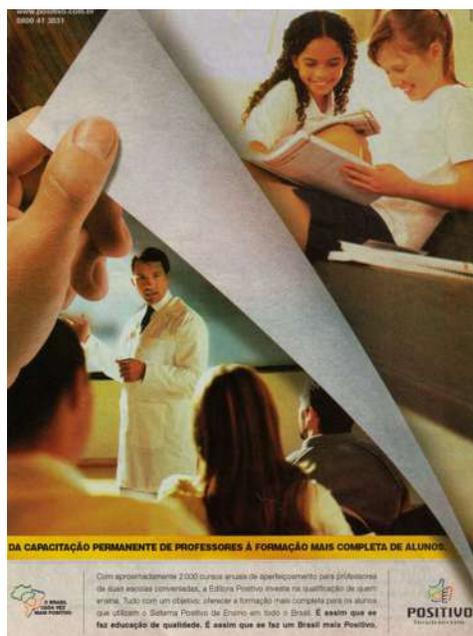


Figura 98 – Anúncio Publicitário
Fonte: *Isto É*, 27 out 2004, p.59

A outra propaganda também mostra duas fotos, que retratam duas situações diferentes, em que a lousa verde contracena – na mesma página – com as mesas educacionais que a Positivo Informática produz. Na primeira foto (fig.99) localizada no canto inferior esquerdo da “página” que está sendo virada, uma professora de óculos e muito sorridente trabalha conteúdos de alfabetização com um

³⁸ O “Ibmec” era uma instituição que produzia pesquisa na década de 70 e passou a oferecer MBA, nos anos 80. Ficou com conceito A no último provão de 2004 e brilhou como campeão em economia.

menino e uma menina, utilizando uma mesa educacional. A menina sorri e parece encantada com o que está aprendendo, enquanto o menino aponta o dedo indicador para a tela, provavelmente fazendo alguma observação ou indagação. No canto superior direito, na outra foto, outra professora, também sorridente, segura entre as mãos um livro da editora Positivo e parece explicar algo que um menino pergunta. Os dois meninos estão de costas e a menina encontra-se ao lado da professora, olhando, interessadamente, para o livro. Na parede, atrás da professora e da menina, aparece claramente uma lousa verde, pintada, na parede, onde se encontram escritos, com giz branco, conteúdos de matemática, relativos a raiz quadrada. Vemos, assim numa mesma página estampados dois artefatos pedagógicos diferenciados quanto à tecnologia e época em que surgiram.

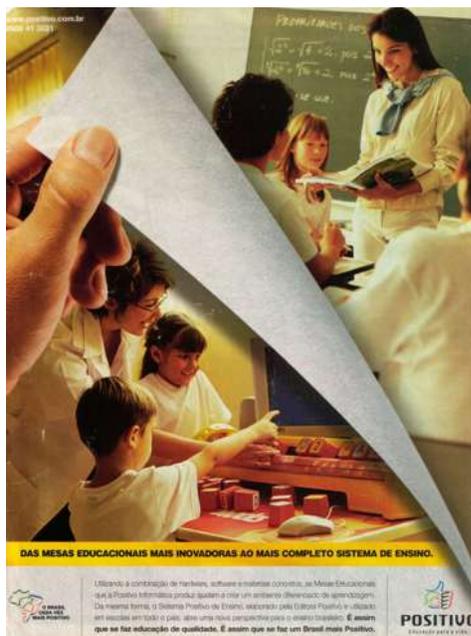


Figura 99 – Anúncio Publicitário
Fonte: *Isto É*, 10 nov 2004

A partir do final dos anos 90 do século XX, surgem as lousas digitais, que vêm para substituir, em algumas escolas de melhores instalações, a lousa tradicional. Na reportagem de *Veja* (06/10/2004, p.100-107) que aborda novas tecnologias e utiliza a sugestiva manchete “A vida sem fio”, uma foto posada (fig.100) mostra em primeiro plano a “lousa virtual” e os “tablets” que, de acordo com a legenda, estão conectados, remotamente, a ela. A sala de aula pertence, como relata a reportagem, a um curso, da cidade de Ribeirão Preto – SP, que desenvolve

cursos de MBA³⁹, onde a equipe de técnicos em informática desenvolveu uma "classe virtual" valendo-se da "tecnologia sem fio". O sistema que, na época, se encontrava em fase experimental, consta de uma tela de computador, - que seria a lousa digital - acompanhada de vários computadores portáteis ou "tablets" - verdadeiros cadernos on-line - e permitiria que se escrevesse na própria tela, ficando todo o conteúdo gravado e disponível.



Figura 100 – A vida sem fio
Fonte: *Veja*, 06 out 2004, p.104

Nessa foto, o professor – de aspecto jovial e alinhado – com terno e gravata, divide o espaço com a lousa, que “brilha”. Ele se encontra no canto esquerdo e mantém uma postura parcialmente professoral – apontando com uma caneta para a mesma – como se tivesse o objetivo de mostrar que a tecnologia é boa, mas necessita de alguém que a utilize e ensine também os alunos a utilizarem. Por outro lado, também há algo de pose de executivo, relacionado ao fato de ser professor de uma turma de MBA. Na verdade estamos frente ao que Kellner (2006, p.1) denomina de “novas alfabetizações”:

(...) defendo que precisamos de múltiplas modalidades de alfabetizações para nossa sociedade multicultural, (...) precisamos criar uma nova alfabetização para enfrentar o desafio das novas tecnologias e (...) escritas diversas – o que pressupõe uma importância maior para os textos impressos – são de importância crucial para reestruturar a educação à uma sociedade multicultural e de alta tecnologia e a uma cultura global. Defendo que, num período de dramática mudança tecnológica e social, a educação

³⁹ MBA é a sigla para Master of Business Administration, um grau acadêmico ao nível do mestrado destinado a administradores e executivos na área de gestão de empresas. pt.wikipedia.org/wiki/MBA.

precisa cultivar uma variedade de novos tipos de alfabetizações para tornar a educação relevante às demandas de um novo milênio.

A revista *Veja* (21/09/2005) também traz uma pequena notícia, cuja manchete chama a atenção para “A Geração da Lousa Eletrônica”, destacando o fato de que “vinte e cinco colégios brasileiros trocaram o quadro-negro por lousa eletrônica” e relatando ainda, que todas as escolas da Inglaterra “vão dispor dessa tecnologia até o fim de 2006” e que “o governo do México comprou 140000 desses aparelhos”. Discorre, também, sobre o que é a lousa eletrônica e os recursos que ela fornece aos professores. A foto que ilustra a matéria (fig.101) mostra um professor, fotografado de costas, em plano médio, escrevendo na lousa eletrônica, que passou de simples elemento coadjuvante das fotos para tema de notícia.



Figura 101 – A geração da lousa eletrônica
Fonte: *Veja*, 21 set 2005, p.36

Também em outras matérias, a aparelhagem pedagógica eletrônica é focalizada. Na seção “Educação” de *Veja São Paulo* (on line, 03/05/2006), encontramos uma reportagem que mostra uma das mais recentes novidades educacionais do país: as “Escolas high-tech”. Um lead, logo abaixo do título, relata que “equipamentos digitais e interativos, como simuladores de realidade virtual e robôs, são cada vez mais utilizados por colégios paulistanos e ameaçam decretar a aposentadoria do giz e da lousa convencional”. Podemos perceber que, entre as várias novas tecnologias apontadas como laptops, simuladores de realidade virtual, óculos 3D, observatório astronômico, a lousa digital (fig.102) é uma das maiores atrações e a que desperta muitas polêmicas.

A lousa digital é uma das atrações dessa nova era de ensino. Trata-se de uma tela ligada a um computador na qual o professor pode apresentar o conteúdo das aulas de forma multimídia, utilizando vídeos, textos, imagens e sites. Uma caneta especial faz as funções de mouse. Estima-se que em São Paulo haja 500 lousas digitais – no país, elas não chegam a 1 000 –, em mais de 100 instituições de ensino. Cada uma custa cerca de 10 000 reais. Bandeirantes, Cidade de S. Paulo, Dante Alighieri, Etapa, Graduada, I.L. Peretz, Magno, Miguel de Cervantes, Objetivo, Pentágono, Pueri Domus, Rio Branco, Santo Américo e Visconde de Porto Seguro são algumas das escolas particulares paulistanas que têm o equipamento em suas unidades. O Bandeirantes começou a instalá-lo há quatro anos. Atualmente, há uma lousa digital em 40% de suas salas.

Na foto que ilustra a reportagem (fig.102) observamos os alunos sentados, na penumbra, uns com os braços sobre as classes, outros com a mão no rosto ou na cabeça, atentos ao que aparece na lousa digital que “brilha”.



Figura 102 – Escolas high-tech
Fonte: *Veja São Paulo*, 03 Mai 2006

A aula é de Ciências, pois a professora aponta para um crânio humano, interagindo com a lousa com os dedos, ou algum outro artefato escolar, como, uma caneta ou ponteira. Por detrás da lousa digital é possível vislumbrar uma lousa tradicional, que ocupa toda a parede da sala, ocorrendo, aqui, uma sobreposição de uma a outra, o que sugere que ambas possam ser utilizadas nesse ambiente.

Ao encerrar esse capítulo em que analisamos as representações da lousa com as novas tecnologias, observamos que a lousa tradicional – aquela em que se escreve com giz - em cenários onde aparece junto a artefatos tecnológicos mais avançados, permanece apenas como um elemento a mais neste cenário, mantendo-se praticamente muda. Entretanto, quando se transforma em “lousa digital”, ela adquire uma nova vida, provocando uma interação com alunos e professores, transformando-se, inclusive em “tema de notícias e reportagens”.

APONTAMENTOS FINAIS

Finalizando este trabalho, sem perder de vista o embasamento teórico que busquei nos Estudos Culturais e partindo das análises que realizei, pretendo trazer alguns apontamentos finais sobre o que encontrei nas revistas sobre esse artefato tão antigo e ao mesmo tempo tão atual que é a lousa.

Relembro, nesse sentido, que,

... é importante enfatizar que ao utilizar imagens, tais como fotografias, não devemos considerá-las como neutras – simples documentos captados por uma lente (ou por um artista). Ao fazer isso, as limitaríamos a objetos naturais, quando, de fato, essas imagens são socialmente construídas dentro de regimes específicos de verdade entendidos como “um conjunto de regras de acordo com as quais o verdadeiro e o falso são efeitos separados e específicos do sistema do poder” (FISCHMAN, 2004, p.119)

Assim, a presença da lousa em determinadas fotos – sejam de ambiente escolar ou não – só é possível porque ela se situa dentro de uma “ordem de discurso”, conhecida por todos aqueles que passaram pela escola no mundo ocidental.

Por outro lado essas reportagens, notícias, fotos são endereçadas, “feitas para alguém”. Elas visam, imaginam e desejam determinados públicos. O endereçamento, na opinião de Silva (2001, p.14-16) está baseado no pressuposto de que, para que uma propaganda, notícia, reportagem ou foto atinja um determinado público, é necessário que este entre em uma “relação particular” com os assuntos por eles abordados. É a partir da “posição de sujeito” que estas relações ocorrem. O endereçamento não é visível, não é visual nem falado, mas sim “uma estruturação que se desenvolve ao longo do tempo”. Cada leitor é colocado no papel de endereçado direto. Assim ele “espia, olha e julga” o que a câmera captou e o jornalista escreveu. Os leitores não lêem o que os editores querem, mas podem fazê-lo quase sempre em direção contrária, de acordo com as suas experiências de vida. O poder de endereçamento, conforme esse mesmo autor (p.44) “não é, pois, o poder de obter, à vontade, respostas previsíveis e desejadas dos públicos”, nem de posicioná-los em “algum desejado e preciso ponto do mapa de relações sociais”, nem algo que se possa “dominar, controlar, predizer ou transformar em uma tecnologia”. No caso das revistas semanais que analisamos, elas são dirigidas a um público amplo, de poder aquisitivo médio ou elevado e possivelmente com um alto

grau de escolarização considerando a sociedade brasileira; são, possivelmente pessoas para as quais a leitura de anúncios, reportagens e notícias são essenciais para que se mantenham atualizadas.

A partir das análises das representações encontradas foi possível observar que esse artefato tão antigo vende idéias, divulga produtos, governos, fundações, ongs, bancos, etc A lousa aparece como cenário de sala de aula tanto para professores como para alunos; como cenário para personagens não-professores e não-alunos, tanto para personalidades como para personagens comuns do nosso cotidiano; perde algumas características e algumas vezes quase todas, tornando-se estilizada, para ser aproveitada principalmente como símbolo, convivendo também com as mais atualizadas tecnologias.

Para Woodward (2000, p.17) identidade e representação são inseparáveis, pois são produzidas por sistemas representacionais:

A representação inclui as práticas de significação e os sistemas simbólicos por meio dos quais os significados são produzidos, posicionando-nos como sujeito. É por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência e àquilo que somos.

As fotos de sala de aula nos são familiares e retratam salas de escolas de educação infantil, ensino fundamental, ensino médio e universidade. Em todas elas, desde as mais humildes às mais sofisticadas, a lousa aparece ilustrando problemas ou ilustrando realizações, estas últimas encontradas mais na publicidade. Examinando as situações em que os personagens interagem com a lousa nas fotos, seja ela tradicional ou digital, vemos que a esmagadora maioria é de professores, uma vez que, dentre todo o material analisado, encontramos apenas quatro situações em que os alunos realizam alguma tarefa, ou posam como se a estivessem realizando. Os professores escrevem, apontam, explicam, movimentam-se, gesticulam, posicionam-se frente à lousa e frente aos alunos. Podemos ver aqui que a lousa está muito ligada ao ato de ensinar, explicar, dar aula expositiva, ensejando ações dos personagens que estejam ligados a este ato. Nesse sentido Weber e Mitchell (1999, p.1) relembram que:

Todo mundo parece ter uma imagem, idéia ou opinião de como o professor é, age, e fala. Isto não é de surpreender, dada a quantidade de tempo que as pessoas gastam observando o professor do outro lado de sua carteira, durante as horas de aula dadas.

Já Orlandi (1986, p.23) nos mostra o professor como “aquele que tem autoridades convenientemente tituladas, cuja palavra tem o status de verdade, bem como sua forma de organizar o espaço pedagógico nas atividades escolares”. Isto se liga, na opinião de Tardiff (2005, p.139), à autoridade que lhe confere a posição de adulto, em relação aos alunos, e à sua condição de mestre, que lhe confere uma autoridade legitimada pelos “regulamentos formais da organização escolar e da sala de aula”. Tais representações nos mostram um modo especial de divulgar o conhecimento, através do modo expositivo (e não, por exemplo, através da experiência vivida pelos alunos). Na lousa se escreve o que merece ser memorizado, aprendido, explicado e o que é aceito pela escola e pela sociedade. Nilda Alves (2004, p.5 e 6), em artigo no qual fala sobre imagens de tecnologias nas escolas mostra que, quando se quer falar mal de uma aula expositiva, se diz que é feita de “cuspe e giz”, mas mostra também – e isso nossa experiência confirma – que os alunos gostam de uma “boa aula expositiva” e gostam também de poder utilizar a lousa, muitas vezes imitando as atitudes do professor. Muitas vezes, todos sabemos, é mais eficiente uma boa aula expositiva, do que uma aula com muita tecnologia, mas pouca interação entre professor e alunos. A lousa nos traz sempre à memória a sabedoria, a autoridade e a conexão com o saber. Como cenário, está sempre associada à idéia do poder do conhecimento e como um ícone organizador do espaço escolar.

Voltando a nossa análise, observamos que nas fotos, onde não há pose professoral e o personagem encontra-se apenas parado em frente à lousa, mesmo assim pode ter havido uma escolha intencional do cenário, utilizando-se a lousa como pano de fundo para dar maior credibilidade ao que está sendo dito ou mostrado sobre determinada personalidade ou personagem.

Outro aspecto a ser ressaltado é a efemeridade do que é escrito e produzido na lousa. Tudo pode ser apagado e reescrito novamente, ou substituído por outros saberes diferentes. Esse fato talvez explique a sua permanência. Ela é sempre atual. Mesmo que as representações não se constituam em simples “retratos da realidade”, é inegável que a presença da lousa nas notícias e peças publicitárias está articulada à sua presença nas escolas e sala de aulas brasileiras.

Observamos também que a lousa determina os lugares dos sujeitos na sala de aula, ou em algum outro local que se encontre. Na maioria das fotos os alunos encontram-se sentados em suas classes, um atrás do outro (em poucas matérias as

classes encontram-se em forma de U, mas os lugares e olhares também convergem para a lousa), o que permite que haja uma simultaneidade e uma convergência da visão para a lousa e para o professor que nela escreve ou explica. Sua verticalidade também facilita a escrita e explicação do professor e a leitura e a cópia simultânea dos alunos.

Dentre os mais diferentes tipos de conteúdos que se encontram escritos e são ensinados nas lousas encontradas nas fotos, as ciências exatas, entre elas a física, a química, matemática, economia, mecânica e biologia têm um grande destaque. Aparecem em 28 matérias e é grande o destaque que se dá para os personagens que pertencem a essas áreas, bem como aos alunos e escolas que conseguem distinguir-se como os melhores entre os demais. Na opinião de Silveira (2002, p.45):

...a matemática pode ser entendida como uma metanarrativa que evocou para si a competência de ser a lógica que organiza e põe em funcionamento o mundo, nos permitindo enxergá-lo somente através dessa ótica. Nesse sentido, pretenciosamente se construiu como todo-poderosa, transcendental, onisciente, ou melhor, ela inventou para si a capacidade de estabelecer como é o mundo, o que é válido, verdadeiro. Isso foi legitimando-se culturalmente, na medida em que a matemática ia caracterizando-se como conhecimento puro e abstrato.

Nas imagens e matérias que mostram a lousa em sala de aula e que se referem à educação, observamos duas situações distintas. Em número muito pequeno, encontramos as que falam bem da educação, ou abordam a educação em outros países, ou se referem a pesquisas ou provões que organizam “rankings” de escolas e alunos que se destacam. A maioria das matérias, entretanto, fala mal da educação, mostrando que ela “vai mal” no país, abordando queixas dos professores, inclusive no que se refere ao desrespeito que pais e alunos têm para com eles e os problemas com drogas e a violência que ocorrem em muitas escolas, onde os professores chegam a ser agredidos e até ameaçados.

Atualmente, com o aparecimento e a rápida propagação das novas tecnologias eletrônicas, apesar de todas essas invenções incríveis, a lousa – esse artefato de uso centenário – permanece. Em algumas escolas onde essas novas tecnologias já foram adotadas, ela permanece como elemento do cenário, mas está “muda”, nela não vemos mais nada escrito; enquanto isto a lousa digital “brilha”, tornando-se, inclusive foco de reportagens e notícias. Mas a velha lousa continua ali, ao lado do aparelho de tv, como lugar onde são projetados os conteúdos através de

retroprojetor ou data show, ou ainda como lugar sobre o qual a lousa digital é afixada. Mas essa permanência também possibilita que ela possa ser utilizada para escrever, quando as novas tecnologias falham, estragam e demoram a ser substituídas, pois os consertos e os novos aparelhos ainda são de custo elevado. Devemos observar, por outro lado, que na maioria dos lugares mais longínquos do país e mesmo nas comunidades muito carentes, ela se mantém como único meio disponível para o registro de conhecimento a serem transmitidas. É importante apontar também que existe uma polêmica instalada. De um lado educadores defendem as novas tecnologias, elogiando-as e elegendo-as como grandes aliadas do ensino na atualidade. De outro lado existe a resistência de outros educadores que sentem dificuldades em adaptar-se a essas novas tecnologias, porque lhes falta conhecimento e domínio adequado do funcionamento das mesmas. Como podemos ver, através das palavras de Kellner (2006, p.4),

A tecnologia sozinha não melhora necessariamente o ensino e a aprendizagem e, com certeza, não trará a superação das agudas divisões sócio-econômicas. Na verdade, sem recursos apropriados e sem pedagogia e práticas educacionais corretas, a tecnologia pode ser um obstáculo ou uma carga a um ensino autêntico e provavelmente pode até aumentar em vez de suplantar as divisões existentes de poder, capital cultural e riqueza.

Alguns especialistas alertam para o cuidado de não deixar que a tecnologia suplante as relações interpessoais, ou seja, que o professor detenha conhecimento para orientar os alunos e não deixá-los perdidos em um emaranhado de sites, cuja confiabilidade é muito variável. Assim a navegação pela Internet durante as aulas teria que ser direcionada para o conteúdo que está sendo desenvolvido, ou correr-se-ia o risco de que os alunos ficassem se comunicando com outras pessoas, sem fixar-se no que está sendo proposto.

Encerrando, gostaria de dizer que continuei encontrando, em edições das revistas pesquisadas, posteriores ao período desta pesquisa, várias outras imagens de lousa. Em outros veículos midiáticos, principalmente naqueles especializados em educação, elas também aparecem em profusão. O material para pesquisa é vasto. Mesmo dentro daquele que coletei para essas análises, ficaram para um trabalho posterior imagens de lousa em bares e restaurantes, tanto os mais sofisticados, como os mais populares, algumas propagandas, lousas em lojas, supermercados, floriculturas, açougues, nas calçadas, etc. A lousa continua no nosso mundo assim

como a escola e a educação. Transformando-se (ou não), ela permanece, como no Cancionero de Mercedes Sosa.

Rosarito Vera, maestra

(Félix Luna - Ariel Ramírez)

[Cancionero de Mercedes Sosa]

Bienhaiga! niña Rosario
todos los hijos que tiene,
millones de argentinitos
vestidos como de nieve!

Con manos sucias de tiza
siembras semillas de letras
y crecen abecedarios
pacientemente maestra.

Yo sé los sueños que sueñas
Rosarito Vera, tu vocación,
pide una ronda de blancos delantales
frente al misterio **del pizarrón.**

Tu oficio, qué lindo oficio,
magia del pueblo en las aulas.
Milagro de alfarería
sonrisa de la mañana.

Palotes, sumas y restas
tus armas son, maestrita,
ganando mansas batallas,
ganándolas día a día.

Volver atrás

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Luís F. de. *Manual do Fotógrafo Amador*. Lisboa: Porto, 1993.

ALVARENGA, Roberta. *Fotografia em expansão*: Exposição em São Paulo investiga os limites e possibilidades do suporte fotográfico. Disponível em: <<http://pphp.uol.com.br/tropico/html/textos/2396,1.shl>>. Acesso em: 09 jun. 2004.

ALVES, Nilda. *Imagens de tecnologias nas escolas*. Disponível em: http://www.multirio.rj.gov.br/portal/riomidia/rm_materia_conteudo.asp?idioma=1&id. Acesso em: 22 ago. 2006.

ANER. Associação Nacional de Editores de Revistas. *Evolução do Total de Títulos*. Disponível em: <<http://www.aner.org.br/conteudo/1/artigo1861-1.htm>>. Acesso em: 20 out. 2005.

BAGDIKIAN, Ben H. *O monopólio da mídia*. Trad. Maristela M. de Faria Ribeiro. São Paulo: Página Aberta, 1993.

BANCA Brasil – O Site do Canal Banca. Disponível em: <<http://www.bancabrasilonline.com.br/>>. Acesso em: 27 set. 2005.

BARRA, Valdenizia Maria da. *Da Pedra ao Pó*: O Itinerário da Lousa na Escola Paulista do Século XIX. São Paulo: PUCRS, 2001. Dissertação (Mestrado em Educação) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2001.

BARTHES, Roland. *A câmara clara*. Trad. Júlio Castañon Guimarães. Rio de Janeiro: Nova Fronteira. 1984.

_____. *O óbvio e o obtuso*. Trad. Lea Novaes. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

BAUMAN, Zigmunt. *Europa: uma aventura inacabada*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

BORBA, Francisco S. *Dicionário UNESP do Português Contemporâneo*. São Paulo: Unesp, 2004.

_____. *Dicionários de usos do Português do Brasil*. São Paulo: Ática, 2002.

BOTÃO, Paulo Roberto. Potencialidades da revista no ensino do jornalismo. In: *XXVII Congresso Brasileiro de Ciências de Comunicação*, Porto Alegre. *Anais...* Porto Alegre: PUCRS, 2004.

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*: seguido de a influência do jornalismo e os jogos Olímpicos. Trad. Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. *Uma história social da mídia*: de Gutemberg à Internet. Trad. Maria Carmelita Pádua Dias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BRITTO, Neyde Carneiro; MANATTA, Valdelice Luiza B. *Didática Especial*. São Paulo: Brasil, 1975.

BUSSELLE, Michael. *Tudo sobre fotografia*. Trad. Vera Amaral Tarcha. São Paulo: Thomson; Pioneira, 1979.

CASTILHO, António Feliciano de. 1800-1875. *Método Castilho para o ensino rápido e aprasível do ler impresso, manuscrito, e numeração e do escrever*. 2. ed. inteiramente refundida, aumentada, e ornada de um grande número de vinhetas. Lisboa: Impr. Nacional, 1853, LIX, 319 p. il.; 16 cm. Disponível em: <http://purl.pt/185>. Acesso em: 18 mar. 2006.

CARDOSO, Teresa Maria R.. Abrindo um novo caminho: o ensino mútuo na escola pública do Rio de Janeiro (1823-1840). In: BASTOS, M.H.C. & FARIA FILHO, L.M.de (orgs.). *A escola elementar no século XIX: o método monitorial mútuo*. Passo Fundo: Universidade de Passo Fundo, 1999.

COSTA, Cristina. *Educação, imagem e mídias*. São Paulo: Cortez, 2005.

COSTA, Helouise. Um olhar que aprisiona o outro: o retrato do índio e o papel do fotojornalismo. *Revista Cruzeiro. Imagens*, Campinas, n. 2, p. 83-91, ago.1994.

COSTA, Marisa V.; SILVEIRA, Rosa H.; SOMMER, Luis H. Estudos Culturais, educação e pedagogia. *Revista Brasileira de Educação*, n. 23, p. 36-61, maio/jun./jul./ago.2003.

COSTA, Marisa Vorraber; SILVEIRA, Rosa Hessel. A revista *Nova Escola* e a constituição de identidades femininas. In: BRUSCHINI, Cristina; HOLLANDA, Heloísa Buarque de (orgs.). *Horizontes Plurais: novos estudos de gênero no Brasil*. São Paulo: FCC, n. 34, p. 343-378, 1998.

COSTA, Marisa Vorraber. Estudos Culturais - para além das fronteiras disciplinares. In: COSTA, Marisa Vorraber (org.) *Estudos Culturais em educação: mídia, arquitetura, brinquedo, biologia, literatura, cinema*. Porto Alegre: Universidade/UFRGS, 2000.

DE BEE, Cristine. *Realidades Construídas*. Disponível em: <www.unibero.edu.br/download/revistaeletronica/set04_Artigos/Realidades>. Acesso em: 04 nov. 2005.

ELLSWORTH, Elizabeth. Modos de endereçamento: uma coisa de cinema; uma coisa de educação também. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.) *Nunca fomos Humanos nos rastros do sujeito*. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

ERBOLATO, Mário L. *Técnicas de Codificação em Jornalismo*. Redação, captação e edição no jornal diário. São Paulo: Ática, 2004.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Estudos Culturais: uma introdução. In: SILVA, Tomaz T. (org.). *O que é, afinal, Estudos Culturais?* Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

FARIA FILHO, L. M. de; ROSA, W. M. Instrução elementar no século XIX. In: FARIA FILHO, Luciano Mendes de; LOPES, Eliane Marta Teixeira; VEIGA, Cynthia Greive

(orgs.). *500 anos de educação no Brasil*. Belo Horizonte: Autêntica, 2000. p. 135-150.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda Ferreira. *Novo Dicionário Aurélio*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. *Adolescência em discurso: mídia e produção de subjetividade*. Porto Alegre: UFRGS, 1996. Tese (Doutorado em Educação) - Programa de Pós-Graduação em Educação, Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 1996.

_____. O estatuto pedagógico da mídia: questões de análise. *Educação & Realidade*, Porto Alegre, v. 22, n. 2, p. 59-80, jul./dez. 1997.

FISCHMAN, Gustavo E. Educação. In: CAVATTA, Maria; ALVES, Nilda (orgs.). *A leitura de Imagens na Pesquisa Social*. História, Comunicação e Educação. São Paulo: Cortez, 2004.

FOUCAULT, Michael. *Vigiar e Punir*. Trad. Raquel Ramalheite. Petrópolis: Vozes, 2004.

GERZSON, Vera Regina Serezer. *A mídia como dispositivo da governamentalidade neoliberal – os discursos sobre educação nas revistas Veja, Época e Isto É*. UFRGS, 2004. Proposta de Tese (Doutorado em Educação). Programa de Pós-Graduação em Educação, Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2004.

GIOLLITO, Pierre. Les outils de Pécolier. *Abecédaire et la férule: maîtres et écoliers de Charlemagne à Jules Ferry*. Paris: IMAGO, p.224-288.

GIROUX, Henry; MACLAREN, Peter. Por uma Pedagogia Crítica da Representação. In: SILVA, Tomaz Tadeu; MOREIRA, Antônio Flávio (org.). *Territórios contestados*. Petrópolis: Vozes, 1996. p. 144-158.

GONÇALVES, Romanda. *Didática Geral*. São Paulo: Freitas Bastos, 1978.

GRUPO Positivo. Área da Informática. Disponível em: <http://www.positivo.com.br/portugues/informatica/area_informatica.htm>. Acesso em: 20 set. 2005.

GUARALDO, F. *Mobiliário escolar de São Paulo na República Velha*. São Paulo: USP, 1987. Tese (Doutorado em Educação) - Faculdade de Arquitetura; Universidade de São Paulo, 1987.

GUILARDI, Maria Inês. A publicidade e a representação do feminino: tradição e modernidade em anúncios dos anos 90. In: GUILARDI, Maria Inês, BARZOTTO, Valdir Heitor Barzotto (orgs.). *Nas Telas da Mídia*. Campinas: Alínea, 2002.

GVIRTIZ, Silvina. *El discurso escolar através de los cuadernos de clase*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires; Peudeba, 1999.

HALL, Stuart. A centralidade da cultura. *Educação & Realidade*. v. 22, n. 2, p. 15-46, jul./dez. 1997.

_____. The spectacle of the 'other'. In: HALL, Stuart. *Representation Cultural Representations and Signifying Practises*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage/Open University, 1997. (Capítulo IV).

HÉBRARD, Jean. Por uma Bibliografia Material das Escritas Ordinárias. *Revista Brasileira de História da Educação SBHE – Sociedade Brasileira de História da Educação*. n.1, Janeiro/junho 2001. Autores associados, p.115-141.

<http://emrevista.com/edicao/6/artigo.1826-1.asp>. Acesso em: 30 ago. 2006.

http://veja.abril.com.br/idade/sala_de_aula/o_que_e_html. Parceiro da escola. Acesso em: 24 jul. 2006.

<http://www.bolaprafrente.org.br/inicio.asp>. Quem somos. Perfil. Instituto Bola Pra Frente. Acesso em: 08 ago. 2006.

<http://www.economiabr.net/biografia/becker.html>. Biografia Gary S. Becker. Acesso em: 11 jun. 2006.

<http://www.istoé.com.br>. Acesso em: 18 dez. 2005.

<http://www.publiabril.com.br>. Acesso em: 18 dez. 2005.

<http://www.torcidaabril.com.br/regul.htm>. Plano de Operação - Promoção "Torcida Abril na Alemanha". Acesso em: 27 jul. 2006.

<http://www.usp.br/revistausp/n2/20tempo.html>. O Tempo de Hawking. Acesso em: 11 jun. 2006.

<http://images.google.com.br/images?q=stephen+Hawking&hl=pt-BR&btnG=Pesquisar+imagens>. Acesso em: 11 jun. 2006. Imagens de Hawking.

KELLNER, Douglas. *A Cultura da mídia*. Estudos Culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Trad. Ivone Castilho Benedetti. Bauru: Edusc, 2001.

_____. Lendo Imagens Criticamente: Em Direção a uma Pedagogia Pós-Moderna. In: SILVA, Tomaz Tadeu. (org.) *Alienígenas na Sala de Aula: uma introdução aos estudos culturais em educação*. Petrópolis: Vozes, 2002.

_____. Novas tecnologias: novas alfabetizações (reconstruindo a educação para o novo milênio). Trad. de Newton Ramos de Oliveira, co-coordenador do Grupo de Pesquisa do "Potencial Pedagógico da Teoria Crítica", CNPq, UFSCar, Unimep, Unesp. Disponível em: <http://orbita.starmedia.com/outraspalavras/trad5.htm>. Acesso em: 19 ago. 2006.

LAGE, Nilson Lemos. *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. Rio de Janeiro: Record, 2001.

_____. *Estrutura da Notícia*. São Paulo: Ática, 2002.

LANCASTER, J. *Systema britânico de educação*: sendo um completo tratado de melhoramentos e invenções praticadas por José Lancaster. Trad. Guilherme Skinner. Porto: Typ. de Viúva Alvarez Ribeiro & Filhos, 1823.

MANACORDA, M. A. *História da educação*: da Antiguidade aos nossos dias. Trad. Gaetano Lo Mônaco. 6. ed. São Paulo: Cortez, 1997.

MARSHALL, Leandro. *O jornalismo na era da publicidade*. São Paulo: Summus, 2003.

MATTOS, Luiz Alves de. *Sumário de Didática Geral*. Rio de Janeiro: Aurora, 1964.

MELLO, Irene. *O Processo Didático*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1978.

MIRA, Maria Celeste. *O leitor e a banca de revistas*. A segmentação da cultura no século XX. São Paulo: Olho d'água/Fapesp, 2001.

MOGARRO, Maria João. Os Professores e as suas Imagens. *In*: MENEZES, Maria Cristina (Org.). *Educação, memória, história – possibilidades, leituras*. Campinas: Mercado das Letras, 2004.

MUNIZ, Eloá. *Comunicação Publicitária e em Tempos de Globalização*. Canoas: ULBRA, 2005.

NEIVA JUNIOR, E. *A Imagem*. São Paulo: Ática, 1994.

NELSON, Cary, TREICHLER, Paula; GROSSBERG, Laurence. Estudos culturais: uma introdução. *In*: SILVA, Tomaz T. (org.). *Alienígenas na Sala de Aula: Uma introdução aos estudos culturais em educação*. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 7-38.

NÓVOA, Antônio. *Evidentemente*. Histórias da educação. Porto: Asa, 2005.

ORLANDI, E.P.A. *Linguagem e seu funcionamento*. As formas do discurso. Campinas: Pontes, 1996.

PEREIRA, Odete Aléssio. Anúncio publicitário e o ensino da leitura: uma interface. *In*: BRITO, Eliana Vianna (org.). *Linguagem, Mídia e Escola*. Taubaté: Cabral, 2004.

RABAÇA, Carlos A.; BARBOSA, Gustato. *Dicionário de Comunicação*. São Paulo. Campus, 2002.

RAMOS, Ricardo. *Do reclame à comunicação*: pequena história da propaganda no Brasil. São Paulo: Atual, 1985.

REVISTA DO ENSINO. São Paulo: Oficinas Gráficas da Imprensa Oficial, maio 1960.

REVISTA DO ENSINO: São Paulo: Monumento, n.101, mar./dez. 1965.

REVISTA NOVA ESCOLA. São Paulo: Abril, n. 28, mar. 1989.

REVISTA NOVA ESCOLA. São Paulo: Abril, n. 5, ago. 1986.

RICARDO FILHO, Geraldo S. *A Boa Escola no Discurso da Mídia*. Um exame das representações sobre educação na revista Veja (1995 – 2001). São Paulo: Unesp, 2005.

ROCHA, Cristianne Maria Famer. *A Escola na Mídia: nada fora de Controle*. Porto Alegre: UFRGS, 2005 Tese (Doutorado em Educação) – Programa de Pós-Graduação em Educação, Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2005.

ROCHA, Matheus. *Painel Sobre o Uso Profissional da Fotografia Digital*. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/cm050/artimat.html>>. Acesso em: 17 dez. 2005.

SANDOVAL, Gabriela. Disponível em: gsandoval@abril.com.br. Acesso em: 13 maio 2006.

SARTORI, Giovanni. *Homo videns: Televisão e pós-pensamento*. Trad. Antonio Angonese. Bauru: Edusc, 2001.

SCALZO, Marília. *Jornalismo De Revista*. São Paulo: Contexto, 2004.

SCHNEIDER, Regina. *A Instrução Pública no Rio Grande do Sul: 1770 – 1889*. Porto Alegre: Universidade/UFRGS/EST, 1993.

SILVA, Tomaz Tadeu. Currículo e Identidade Social: Territórios contestados. In: SILVA, Tomaz Tadeu. *Alienígenas na sala de aula: Uma introdução aos estudos culturais em educação*. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 190-207.

_____. *O Currículo como fetiche: a poética e a política do texto curricular*. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

_____. *Teoria Cultural e Educação: um vocabulário crítico*. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

SILVEIRA, Márcia Castiglio da. *Produção de Significados sobre a matemática nos cartuns*. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Faculdade de Educação. Programa de Pós-Graduação em Educação. Porto Alegre, 2002.

SILVEIRA, Rosa Maria Hessel. Tempo, espaço e conhecimento escolar – uma análise. In: *Revista Portuguesa de Educação*. Portugal, 2003, V.16, n.2, p.177-196. CIEd. Universidade do Minho.

SONTAG, Susan. *Sobre Fotografia*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

SOUZA, Jorge Pedro. *Uma história crítica do fotojornalismo ocidental*. Florianópolis: Letras Contemporâneas e Argos/UNOESC, 2000.

SOUZA, R.F. Espaço da educação e da civilização: origens dos Grupos Escolares no Brasil. In: SOUZA, R. F de, VALDERAMIN, V. T; ALMEIDA, J.S. (orgs.). *O legado educacional do século XIX*. Araraquara: Unesp, 1998. p. 20-62.

TARDIFF, Maurice. *Saberes docentes & Formação Profissional*. Petrópolis: Vozes, 2005.

TÉCNICO em publicidade. Disciplina: Fotografia Publicitária. Disponível em: <http://www.nwk.edu.br/tecnicos/publicidade/fot/aulas_fot11.htm>. Acesso em: 26 dez. 2005.

TRINDADE, Iole Maria Faviero. *A invenção de uma nova ordem para as cartilhas - ser natural, nacional e mestra*. Queres ler? Bragança Paulista: Universitária São Francisco, 2004.

VEIGA-NETO, Alfredo. Cultura e currículo. *Contrapontos*. Itajaí, ano 2, n. 4, p. 43-51, 2002.

_____. Cultura, culturas e Educação. *Revista Brasileira de Educação*, n. 23, p. 5-15, maio/jun./jul./ago. 2003.

VESTERGAARD, Torben; SCHRODER, Kim. *A Linguagem da Propaganda*. Trad. João Alves dos Santos. São Paulo: Martins Fortes, 2004.

VILAS BOAS, Sérgio. *O Estilo Magazine - O texto em revista*. São Paulo: Summus, 1996.

WALKERDINE, Valerie. O Raciocínio em Tempos Pós-Modernos. *Revista Educação e Realidade*. Jul/dez., 1995. 20(2). 207-226.

WEBER, Sandra; MITCHELL, Claudia. A identidade do Professor na Cultura Popular. In: PROSSER, Jon. *Scholl Culture*. London: Paul Chapman, 1999.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000.

WORTMANN, Maria Lúcia. Sujeitos estranhos, distraídos, curiosos, inventivos, mas também éticos, confiáveis, desprendidos e abnegados: professores de ciências e cientistas na literatura infanto-juvenil. In: SILVEIRA, Rosa M. Hessel (org.) *Professoras que as histórias nos contam*. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

REVISTAS PESQUISADAS

ISTO É DINHEIRO. São Paulo: Três Editorial, out.2004 - mar.2006.

ISTO É. São Paulo: Três Editorial, nov.2003 - jan.2006.

VEJA São Paulo on line. São Paulo: Abril, maio 2006.

VEJA. São Paulo: Abril, dez.2003 - jul.2006.

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)