

ESPETACULARIZAÇÃO DO PROFESSOR MIDIÁTICO E A IDENTIDADE DOCENTE

ACCORSI, Fernanda Amorim (UEM) ¹

TERUYA, Teresa Kazuko (Orientadora/UEM) ²

INTRODUÇÃO

Este trabalho compõe o Grupo de Estudos e Pesquisas em Psicopedagogia, Aprendizagem e Cultura – GEPAC, cadastrado ao CNPq na linha de pesquisa: Educação, mídia e estudos culturais e tem como objetivo problematizar os modos como são exibidos os professores e as professoras na mídia. Uma reportagem de capa veiculada na revista *Veja*, de janeiro de 2012, intitulada “O melhor professor do mundo” foi o ponto de partida para a seguinte reflexão: como são enunciados os professores e professoras na mídia brasileira, em especial nesta reportagem?

Para responder à questão, nos apoiamos, principalmente, nas discussões teóricas de Giroux (1997), Freire (2011), Silverstone (2005), Coutinho & Quartiero (2009) e Kellner (2001), os quais serviram de base para uma pesquisa bibliográfica que busca alcançar algumas respostas, mas está longe de obter verdades concretas e definitivas, pois consideramos que o conhecimento não é absoluto, não há o esgotamento do assunto, pois existem interpretações diferentes. O contexto social e cultural deste trabalho é marcado por transformações do desenvolvimento tecnológico, urbano e nas relações interpessoais. Neste âmbito, as identidades dos seres humanos também se mostram descartáveis, volúveis e fragmentadas. Entendemos identidade como algo

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Estadual de Maringá (UEM). Especialista em Comunicação e Educação e Graduada em Jornalismo. Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). (accorsifer@gmail.com)

² Possui Pós-doutorado em Educação pela Universidade de Brasília (UNB). Doutora em Educação pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. Professora associada da Universidade Estadual de Maringá (UEM), vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Educação. (tkteruya@uem.br)

transitório, modos de ser que se constroem com base nas formas culturais disponíveis na contemporaneidade.

Kellner (2001, p. 311-312) alerta que os estilos e os modos de vida dos indivíduos podem ter origem em uma cultura pautada estritamente no consumo. Em suas palavras “[...] está claro que a identidade pós-moderna tende mais a ser construída a partir de imagens de lazer e consumo do que as identidades modernas, e que tende a ser mais instável e sujeita a mudanças”. Com base nestas premissas, vislumbramos a hipótese deste trabalho, de que as notícias midiáticas, que tratam de professores e professoras, favorecem uma lógica que privilegia o consumo de bens materiais e formas “corretas” de ser professor e professora.

Incomoda-nos pensar que a identidade do professor e da professora que é veiculada pela mídia, seus modos de ser, ensinar e viver podem servir de exemplo – ou inspiração - para tantos outros docentes que têm acesso às informações, já que Bauman (2001) reverbera que o viver ideal é aquele promovido pelos meios de comunicação, cuja veiculação ressalta a liberdade individual como objeto de consumo disponível no mercado e promove como irreal e sem graça a vida real. A vida verdadeira e interessante é aquela exibida pela mídia. O que está na mídia precisa ser visto como um recorte da realidade ou mesmo como um olhar sobre ela e não, necessariamente, a realidade em sua essência e totalidade.

A reportagem que nos incitou a escrever este trabalho tratava da história do engenheiro e matemático Salman Khan, proprietário da Khan Academy, responsável por publicar vídeos de aulas no site *YouTube* e possibilitar que qualquer usuário da internet os acesse sem custo. Desde 2011, o engenheiro tem sido tratado pelos veículos de comunicação e autoridades de diferentes países como “professor-fenômeno”, pois, nas palavras da revista *Veja*, foi capaz de tornar o conhecimento “atraente, satisfatório, interessante, produtivo”. A reportagem sobre o trabalho de Khan repercutiu em oito páginas da edição de primeiro de fevereiro de 2012 e trouxe o seguinte título: “O mundo de um novo ângulo”.

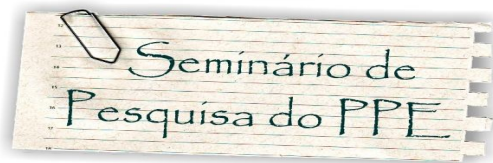
Veja aborda que Khan postou 2.700 vídeos com explicações e exercícios de 40 áreas do conhecimento, conectando cerca de quatro milhões de alunos e alunas pelo mundo, entre eles os três filhos do fundador da Microsoft, Bill Gates. A revista ainda

afirma que o professor virtual tem sido citado como referência positiva por muitos especialistas em educação, como o economista e articulista em Educação da Veja, Claudio Moreira Castro. Na introdução do livro “A cultura da mídia”, Kellner (2001, p. 9) assinala que a cultura da mídia é comercial e “[...] almeja grande audiência”, portanto problematizar suas publicações nos parece essencial para a compreensão da sociedade que vivemos.

Escolhemos a referida reportagem da revista Veja para servir de base na discussão sobre os modos como são enunciados os professores e professoras da mídia porque o periódico possui a maior circulação nacional. Veja é uma publicação da Editora Abril e contabiliza uma tiragem semanal de mais de um milhão de exemplares. Possui o seguinte *slogan* de venda: “VEJA. A revista investigativa e esclarecedora que repercute em todo o país, com reportagens que antecipam e explicam as grandes questões do Brasil e do mundo”. Consideramos que ao enunciar o melhor professor do mundo na capa, a revista oferece elementos de referência em educação como a metodologia de trabalho, história de vida e os resultados alcançados ao público leitor.

Para Silverstone (2005, 147) estudar a mídia é válido no sentido de enxergá-la como fator de contribuição para a experiência humana. “A mídia se faz. Nós a fazemos. E ela é feita para nós”. No conteúdo midiático, acessamos uma pluralidade de ações e sensações, é uma mistura de fantasia com desejo, descoberta de histórias e identidades. As narrativas da mídia colaboram com a construção das culturas de uma época, tornando-se, aos poucos, sinônimos de acontecimentos. Na tese de Silverstone (2005), a construção da memória humana ocorre com base nas informações oriundas da mídia. Quando não há mais testemunhas oculares, os registros midiáticos contribuem para edificação de concepções.

“O Holocausto se torna o filme. O filme se torna o Holocausto” (SILVERSTONE, 2005, p. 241). A mídia media o saber, os modos de ver e conhecer a história da civilização. “As memórias da mídia são memórias mediadas. A tecnologia tanto conectou quanto interveio. Foram-nos oferecidos suplementos para a experiência: *vitaminas de tempo*” (p. 242). Lembremos que o que é contado, é contado parcialmente. Ao incluir uma informação, excluem outras. São sempre olhares despejados na realidade e interpretações disseminadas.



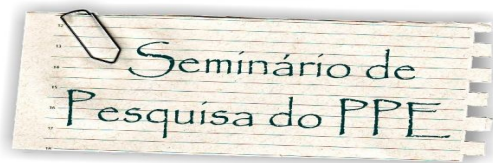
IDENTIDADES EXIBIDAS

O conceito de identidade que aqui utilizamos está atrelado às diferenças que se constroem social e simbolicamente. O modo como o indivíduo se enxerga e como ele se apresenta aos seus pares invoca condições materiais e sociais. Woodward (2007) explica que as ambivalências podem ser encontradas facilmente nas identidades pelo motivo de não serem unificadas. Não se é um alguém apenas, mas vários em um único. As fragmentações da cultura e da sociedade compõem os indivíduos, mas também os difere. Se o sentido dado às identidades são produções oriundas das representações que temos do mundo e do outros, as imagens da mídia causam sensações e contribuem para a construção de sistemas simbólicos dos seus usuários.

Hall (2007) considera que a identidade é um conceito em discussão e a desconstrução do tema é realizada em várias disciplinas como filosofia, sociologia e estudos feministas e culturais. Ao descentrar o padrão pré-estabelecido, os sujeitos se dão a chance de possuírem identidades novas, recém-criadas. Estereótipos como a “mulher moderna”, “o novo homem” e “a criança da atualidade” são construídas em programas televisivos, estratégias de marketing e da publicidade e perpassam as esferas sociais que tenham indivíduos que queiram fazer uso destas formas de ser.

Mas nem sempre foi assim, as possibilidades identitárias são peculiares da nossa era da Globalização, em que as transformações na cultura, economia e na política alteraram os padrões sociais do ser e do existir. Um jovem homem branco, heterossexual, de classe média, que vive em uma metrópole brasileira se parece – e muito – com outros que vivem nos Estados Unidos, por exemplo. O tempo e espaço são colocados em cheque, a sensação de pertencimento também não é mais a mesma. Macedo (2010) explica que estamos ficando mais mundiais. Não por acaso, a “[...] mídia nos diz como devemos ocupar uma posição-de-sujeito particular – o adolescente “esperto”, o trabalhador em ascensão ou a mãe sensível” (WOODWARD, 2007, p. 17-18).

Os personagens midiáticos têm promovido modos e estilos de vida. No livro “O Show do Eu: a intimidade como espetáculo”, Paula Sibilia analisa os modos como os



indivíduos se apresentam em determinado contexto histórico. Considerando que o livro foi publicado em 2008, a autora discute que os anônimos já não são tão anônimos assim, que cada vez mais pessoas tidas como “comuns” tornam-se celebridades. Ainda discute que a celebridade é o espetáculo, não é necessário um substantivo para acompanhar o adjetivo, isto é, antes era necessário dizer “atriz famosa”, “ator famoso”, no século XXI, a celebridade é validada por si mesma, basta apenas os adjetivos “famosos” para significar a celebridade.

A existência do sujeito pode ser comparada com a encenação de um filme, pois os indivíduos estão familiarizados com a sociedade do espetáculo³ e têm o discernimento de que existem canais na internet que servem para a construção da própria imagem. São os novos e as novas protagonistas das mídias, que por serem presença assídua na vida das pessoas, refletem novas formas de ser e viver e podem tornar-se referências e padrões. Portanto, as mídias não funcionam apenas como espaço de exposição de modos de ser, mas, principalmente, como um cenário determinante no movimento de construção de identidades.

Sobretudo, resta-nos questionar: quais são as identidades dos professores e das professoras enunciadas/os na reportagem “O melhor professor do mundo? Quem são os exemplos de docentes veiculados na mídia?

DOCENTES NO TERRITÓRIO MIDIÁTICO

Em um mundo descentrado, a identidade docente não é fixa e imutável. As transformações sociais acarretaram alterações no espaço escolar, o que modificou a forma de ser professor e professora. O cenário da educação brasileira do século XXI contempla múltiplos assuntos de uma forma ímpar, não raramente somos acometidos por notícias que envolvam a escola como a violência, com os índices de reprovação, com as provas que avaliam (classificam) estudantes e escolas, como o Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM) e a Provinha Brasil. O docente é responsável por trabalhar

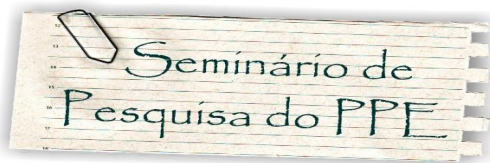
³ Termo cunhado por Guy Debord no livro “Sociedade do espetáculo” para a sociedade que espetaculariza os acontecimentos do cotidiano.

em sala com o conhecimento historicamente elaborado, mas também desenvolver ações que envolvam temas como meio ambiente, etnia, identidade e sexualidade, muitas vezes aliados ao uso das tecnologias.

Ser docente corresponde também a problematização de conceitos como classe, gênero, cultura e sexualidade. A sala de aula é um espaço privilegiado de discussões sociais, onde o pluralismo social adentra a escola e possibilita ao docente à reflexão sobre o papel da educação de temas emergentes que afetam a juventude e as formas de realizá-lo. Estas ações se destacam na educação e viram assuntos para divulgação nos meios de comunicação, não é difícil encontrar notícias que denominam professores e professoras como “nota 10”, porque desempenharam atividades e foram considerados docentes de sucesso – por organizações governamentais e não governamentais ou pelos próprios meios de comunicação. Existem projetos de professores e professoras que colaboraram para a redução do índice de marginalidade, criminalidade e consumo de drogas no bairro da escola, executando trabalho que mescla conteúdo científico com reflexão social.

As mídias que tratam exclusivamente do segmento da educação, como a Revista Nova Escola, da Editora Abril, a mesma da revista Veja, frequentemente narram histórias de professores e professoras de sucesso. Longe de cometer generalizações, percebemos que a mídia espetaculariza a imagem do professor como herói e da professora como heroína. Apoiamos-nos em Fabris (2001) para mencionar que o professor e a professora são produções culturais, pois se constituem na prática social; a mídia, neste aspecto, reverbera o que chama atenção, o que repercute, e assim exerce uma pedagogia cultural que ensina seus interlocutores.

Ressaltamos a relevância da pedagogia cultural, para Fabris (2001, p. 4), “[...] a pedagogia pode ser exercida na escola bem como em outros lugares sociais como no cinema, jornal, televisão e outros artefatos culturais”. A mídia carrega consigo uma multiplicidade de significados sociais e reverbera o professor e a professora em uma condição de “salvador” e “salvadora” dos problemas sociais, não (ou dificilmente) ressignifica o campo da educação e não observa a escola como um cenário de novas configurações culturais.



VEJA E ESPETACULARIZAÇÃO DO PROFESSOR

Giroux e McLaren (1995) afirmam que, na escola, as vozes predominantes são as oriundas dos brancos de classe média a alta. Considerando que o conteúdo produzido por Salman Khan é exibido em mais de seis mil escolas espalhadas pelo mundo, verificamos que “o melhor professor do mundo”, para a revista *Veja*, tem traços indianos, mas é americano e mora na Califórnia – EUA. Ele começou seu projeto de aulas pela internet com as economias que tinha depois de largar o emprego para se dedicar integralmente à formulação dos conteúdos. As altas cifras começaram a surgir com o apoio financeiro do bilionário Bill Gates. Os vídeos podem ser acessados sem custo e, segundo a reportagem de *Veja*, Salman Khan não tem o objetivo de comercializá-los.

Khan, como é chamado pela revista *Veja*, não tem formação docente, ele trabalhava no mercado financeiro até que um dia resolveu ajudar uma prima e postou um vídeo elucidando dúvidas sobre matemática na internet. A surpresa do professor foi verificar a quantidade de acessos deste vídeo. Khan denomina seu método de ensinar de “customização do ensino”, pois acredita colaborar com “um caminho para revirar a chatice e inovar” o saber. A revista expõe a fala do professor em diversos momentos, bem como divulga outros professores que utilizam o método de Khan como exemplo.

As aulas são mencionadas pela revista como divertidas e cheias de conteúdo, mesmo Khan alegando se sentir um “intruso” na área de ensino. Seu método se aproxima da meritocracia, pois, em entrevista, ele afirma que os vídeos divulgados são como “[...] num jogo, sendo premiadas e promovidas de nível pelo bom desempenho”. Neste ponto, verificamos que Khan não sabe ao certo quem são seus alunos e alunas, suas dificuldades e facilidades. O mesmo vídeo é assistido por indivíduos de realidades distintas e modos de ser e aprender diferentes. Khan apenas divulga os conteúdos; a maneira como os/as estudantes recebem, não lhe compete saber. Definitivamente, o método de Khan nada tem a ver com a educação dialógica proposta por Paulo Freire (2011), em que o professor ou a professora não se encontra em um patamar mais elevado que o aluno, pelo contrário, o docente ao mesmo tempo em que ensina, também aprende.

A notícia ressalta que os vídeos têm sido usados por muitas escolas do mundo todo, ou seja, as aulas de Khan não estão apenas na internet, estão também em instituições de ensino formais. Em um caso específico na Califórnia – EUA – os/as estudantes assistem aos vídeos em casa, e nas palavras da revista, “[...] deixando o tempo na escola livre para problemas, dúvidas e projetos que estimulem a capacidade criativa e a investigação científica”.

No entanto, a prática de Khan se distingue da ideia de Macedo (2010) quando se refere à escola por ângulo de “fluxos culturais incessantes”. O conteúdo produzido – e exibido - por Khan é o mesmo independente das peculiaridades dos/as alunos/as. A escola defendida pela autora é aquela que recebe sujeitos que atuam em diferentes esferas e se encontram no espaço escolar para produzirem parte dos seus sentidos e significados sociais. A escola seria um espaço da diferença, “[u]ma escola que deixa emergir a diferença é, portanto, aquele que desconstrói as fixações e permite que a cultura apareça como prática de dar sentido ao mundo” (2010, p. 35). Não há, conforme a notícia da revista *Veja*, discussão sobre estas premissas no método do “professor-fenômeno”.

Na reportagem, a escola é minimizada a um local de fracasso do uso das tecnologias em sala de aula e considerada “[...] estacionada no modelo de dois séculos atrás [...]”, diz a revista. Contrapomos as referidas informações ampliando a visão sobre a escola com base em Giroux (1997, p. 25-26): “Na visão de mundo dos tradicionalistas, as escolas são simplesmente locais de instrução. Ignora-se que as escolas são também locais políticos e culturais, assim como a noção de que elas representam áreas de acomodação e contestação entre grupos econômicos e culturais diferencialmente fortalecidos”. O autor privilegia mais de uma visão sobre o conceito de escola no livro “Os professores como intelectuais transformadores”, cuja intenção é pensar a educação como prática política, econômica, cultural e social conduzida por pessoas que trazem consigo suas formas de agir e pensar. Giroux (1997, p. 46) ainda reflete que as escolas “[...] não são coisas, mas manifestações concretas de regras específicas e relacionamentos sociais. A natureza de sua organização é baseada em valores”.

A reportagem trata de uma analogia sarcástica ao mencionar o método construtivista, em que a experiência é levada como objeto principal. Ao explicar o que

consiste o construtivismo, Veja discorre que “[n]enhum aprendizado superaria o da própria vivência [...]. Segundo esse raciocínio, o astronauta Neil Armstrong, o primeiro homem a pisar na Lua, teria de ter voltado da viagem [...] transformado no maior especialista de todos os tempos nas ciências aeroespaciais”.

Ao taxar e resumir o método do construtivismo, Veja oferece referências negativas sobre o assunto aos leitores e às leitoras. A revista deixa claro os significados que defende. Problematicamos este trecho da reportagem, pois concordamos com Silverstone (2005, p. 221-222) ao observar que a mídia possui uma faceta que forma e educa. Além disso, oferece “informação sobre o mundo ao qual não teríamos acesso sem ela, e somos reconfortados pelas familiaridades reiterativas de noticiários e novelas [...]”. Ainda no mesmo âmbito de discussão, Coutinho e Quartiero (2009, p. 55) explicam que a mídia dispõe novas moralidades e afirmam

O que a midiaticização produz são direcionamentos ao que se deve ter ou ser para se adequar a um modelo de sucesso e aceitação. Modelo esse que valoriza comportamentos e escolhas individualistas, hedonistas e intensas, em consonância à sociedade de mercado, dentro de parâmetros morais que se alargam e se estreitam segundo interesses político-econômico-ideológicos. A inobservância dessas prescrições gera sentimentos de inadequação, vergonha e inferioridade.

A revista Veja sugere comportamentos aos leitores e às leitoras ao mencionar que “[a] experiência de Salman Khan tem servido de inspiração. Um de seus seguidores no Brasil, [...], abriu recentemente um ambicioso site educativo na internet [...]”. A contemplar o trabalho de Khan se afasta do preceito defendido por Freire (2011, p. 47) de que “[s]aber ensinar não é transferir conhecimento, mas criar possibilidades para a sua própria produção ou a sua construção”, pois Khan não possui uma devolutiva direta dos/as alunos/as, porque não tem nenhum contato com os/as estudantes. Na concepção de Freire (2011), o professor e a professora não é aquele/a que sabe tudo e domina as teorias, mas aquele/a que assume saber algo, ignorar algo e se encontra em uma posição dialógica com seus alunos e suas alunas. Ensinar exige humildade frente ao saber, reflexão crítica sobre a prática pedagógica e assunção “[...] como ser social e histórico,

como ser pensante, comunicante, transformador, criador, realizador de sonhos, capaz de ter raiva porque capaz de amar” (FREIRE, 2011, p. 42).

A segunda página da reportagem destaca a fotografia de Khan ao lado de Bill Gates; a legenda da foto é “Nunca me diverti tanto”. O método do professor é anunciado como divertido por ele mesmo. Conforme a revista, Khan costuma focar a ideia da diversão e “na essência do problema” para promover o aprendizado. Assume, na reportagem, que dar aulas é um desafio intelectual e quando questionado “[c]omo um matemático consegue dar aulas sobre a Revolução Francesa e diabetes”, Khan admite: “Leio de tudo, converso com especialistas, estudo sem parar. Sou figura conhecida nas livrarias de Mountain View”. Ao afirmar ser “autodidata”, Khan descarta a necessidade de uma formação específica para atuar como docente.

Por outro lado, o/a docente que deseja sempre aprender é, conforme Giroux (1997, p. 239), crítico/a e ativo/a na formação de alunos e alunas atuantes e reflexivos/as.

A noção de que o professor é sempre um aprendiz coloca os intelectuais na posição de não apenas ajudar os estudantes a apropriarem-se de suas próprias histórias, mas também observarem de maneira crítica a natureza de seu próprio relacionamento com os estudantes da classe trabalhadora, bem como com outros grupos oprimidos (GIROUX, 1997, p. 239).

Nessa perspectiva, uma vez que não se pode silenciar as culturas dos/as alunos/as, mas principalmente utilizá-las como ponto inicial para a compreensão do mundo, Khan precisaria saber para quem fala, quem são seus interlocutores e quais são suas realidades culturais, políticas, sociais e econômicas. Em entrevista, Khan menciona que não pretende revolucionar a escola. O seu papel é contribuir com os/as professores/as que estão em sala de aula, divulgando o seu método de ensino que se assemelha a um jogo e os/as professores/as podem acompanhar o desenvolvimento dos/as alunos/as. O intitulado de “melhor professor do mundo” não demonstra ter a pretensão de ser o melhor do mundo, mas enfatiza que pretende contribuir à sua maneira com a educação das populações. A mídia com sua forma espetacularizada de informar

elege Khan como o melhor e, tantos outros, cuja função é não menos essencial à formação de alunos e alunas, sejam menosprezados e/ou ignorados neste contexto.

A mídia exhibe um sistema de representação da imagem e caracteriza o/a professor/a contemporâneo/a permitindo a produção de identidades docentes com base no que divulga. O melhor professor do mundo, na visão da revista, é aquele que diverte os/as alunos/as pela retórica, ao mesmo tempo em que é referência para tantos outros profissionais e chama atenção para seu método a ponto de acumular doações de bilionários que apoiam a educação mundial. Os processos inconscientes que formam a subjetividade do leitor e da leitora de *Veja*, no caso desta reportagem, implicam em referenciar um bom professor como aquele que se baseia e se inspira em Salman Khan concomitantemente excluindo tantos outros e outras que desempenham excelentes trabalhos e, desta forma, são marginalizados por não atuarem de forma midiática.

As alterações de identidade são reverberadas na reportagem quando mencionado o fato de que Khan deixou seu trabalho regular no mercado financeiro para se dedicar exclusivamente ao ensino por pura aptidão e prazer. Kellner (2001, p. 311) explica que [e]nquanto o lugar da identidade moderna girava em torno da profissão e da função na esfera pública (ou familiar), a identidade pós-moderna gira em torno do lazer e está centrada na aparência, na imagem e no consumo”. A revista convida o leitor e a leitora a identificar-se com Khan que optou por trabalhar com algo que fosse alvo de satisfação pessoal e não apenas contentamento financeiro.

A reportagem não promove o deslocamento ou questionamento do que é ser professor hoje em dia, não oferece diferentes referências para os/as leitores/as, pelo contrário, expõe que o melhor professor do mundo já é referência entre os brasileiros e que seu método tem ganhado a atenção de sujeitos considerados socialmente inteligentes, como Bill Gates. Pensamos que discutir a identidade do professor veiculada pela mídia é ressignificar o seu papel na sociedade e sua forma de atuação. Percebemos a relevância do processo que fizemos durante este trabalho, o movimento de desestabilização de ideias já existentes e não o ponto de chegada ou conclusões acerca do assunto.

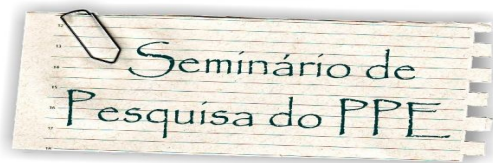
CONSIDERAÇÕES FINAIS

O professor midiático destaca o fim do debate e do diálogo, pois Khan não tem contato com os alunos e alunas e está livre dos conflitos culturais existentes no espaço escolar. No entanto, consideramos que os conteúdos da mídia precisam ser foco de debate a fim de compreendermos quão intrínseco é o seu papel na construção das subjetividades dos sujeitos e qual a cultura que ela tem disseminado. Pressupomos, portanto, que os modos de ser professor e professora nesta reportagem da *Veja* se baseiam em um/a profissional dinâmico, atento às tecnologias e que consegue ensinar alunos e alunas de diferentes realidades sem verificar realmente quais são elas.

O professor enunciado pela referida mídia, como o melhor do mundo, é apresentado como descobridor de novas formas de ensinar e espírito de liderança, bem como promotor de experiências que afastem os/as alunos/as de uma escola tradicional e os aproxime da aprendizagem com diversão. O método de Khan faz parte de um modo cultural de ser professor, mas não podemos considerá-lo o único, não há a necessidade de privilegiá-lo. Longe disso, é preciso entender a educação como espaço de uma pluralidade de profissionais, com espírito crítico e intelectual voltados à transformação de contextos e experiências, mas cada um, ao seu modo, precisa ser respeitado e considerado digno de análise e – por que não – divulgação do seu trabalho.

Vemos que ao valorar de forma positiva o trabalho de Khan, a revista *Veja* omitiu e ignorou o desempenho de tantos outros/as profissionais, que hoje se encontram no anonimato por possuírem didáticas diferentes das dele. A forma de *Veja* divulgar o assunto remete a uma conclusão sobre a educação, contrariando os nossos pressupostos de que a educação é inacabada e repleta de cultura de pessoas variadas. Pessoas, que por meio da educação, tenham seus interesses contemplados. Por fim, vislumbramos a educação como um campo produtor de outras formas de pensar o que nos parecia resolvido, um espaço de problematizações de termos como “ensino atrativo” ou “ensino produtivo” e não apenas a constatação de verdades estabelecidas pelas mídias.

REFERÊNCIAS



BAUMAN, Zigmunt. **Vida Líquida**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

COUTINHO, Lidia M. QUARTIERO, Elisa M. **Culturas, mídias e identidade na Pós-modernidade**. Perspectiva, Florianópolis, n.27, n.1, p.47-68, jan-jun. 2009.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. E-book digitalizado por Coletivo Periferia e eBooks Brasil, 2003.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia**. Saberes necessários à prática pedagógica. São Paulo: Paz e Terra, 2011.

FABRIS, Eli H. **As marcas culturais da pedagogia do herói**. In: Reunião Nacional de Pós-graduação e pesquisa em Educação (ANPED), 24., 2001, Caxambu. Disponível em <http://www.anped.org.br/reunioes/24/T0859862556596.doc>. Acesso em fevereiro de 2013, s/p.

GIROUX, Henry. **Os professores como intelectuais**. Rumo a uma pedagogia crítica da aprendizagem. Porto Alegre: Artes médicas, 1997.

GIROUX, Henry e MCLAREN, Peter. Formação do professor como uma contra esfera pública: A pedagogia radical como uma forma de política cultural. In: MOREIRA, A. F.; SILVA, Tomas. **Currículo, cultura e sociedade**. 2 ed. São Paulo: Cortez, 1995. p. 125 - 153.

HALL, Stuart. Quem precisa da identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu (org.) **Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais**. Petrópolis, Vozes, 2007.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e pós-moderno**. Bauru: EDUSC, 2001.

MACEDO, Elizabeth. “A cultura e a escola”. In: MISKOLCI, Richard (org.) **Marcas da Diferença no Ensino Escolar**. São Carlos: EdUFSCar, 2010, p.11-43.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** Tradução Milton Camargo Mota. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu (org.) **Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais**. Petrópolis, Vozes, 2007, p.7-72.