



Educação e Pesquisa

ISSN: 1517-9702

revedu@usp.br

Universidade de São Paulo

Brasil

Fischer Bueno, Rosa Maria
O dispositivo pedagógico da mídia: modos de educar na (e pela) TV
Educação e Pesquisa, vol. 28, núm. 1, janeiro-junho, 2002, pp. 151-162
Universidade de São Paulo
São Paulo, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29828111>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica
Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

O dispositivo pedagógico da mídia: modos de educar na (e pela) TV

Rosa Maria Bueno Fischer

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Resumo

O texto discute o conceito de “dispositivo pedagógico da mídia”, concebido e pensado com base nos conceitos de “dispositivo de sexualidade” e de “modos de subjetivação”, de Michel Foucault.

Com fundamentação em tal referencial, mostra-se de que modo opera a mídia (e, particularmente, a televisão) na constituição de sujeitos e subjetividades na sociedade contemporânea, na medida em que produz imagens, significações, enfim, saberes que de alguma forma se dirigem à “educação” das pessoas, ensinando-lhes modos de ser e estar na cultura em que vivem. Comentam-se no artigo resultados de recentes pesquisas da autora a respeito das estratégias de interpelação dos sujeitos de distintas camadas sociais, evidenciadas em diferentes produtos televisivos.

Tais resultados apontam para o fato de que estão em jogo, no processo de comunicação através da TV, múltiplas e complexas questões relacionadas às formas pelas quais se produzem sentidos e sujeitos na cultura. Ao mesmo tempo, apoiando-se nas investigações feitas, o texto sugere a pesquisadores, professores e estudantes a urgente necessidade de transformar a mídia em objeto de estudo no âmbito das práticas pedagógicas escolares.

Palavras-chave

Mídia – Dispositivo pedagógico – Subjetivação – Cultura.

Correspondência:
Rosa Maria Bueno Fischer
Rua Dona Amélia, 187, apto. 201
90810-190 – Porto Alegre – RS
e-mail: rosamar@plug-in.com.br

The media pedagogical apparatus: ways of educating on (and through) TV

Rosa Maria Bueno Fischer

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Abstract

The text discusses the concept of “media pedagogical apparatus”, conceived and thought after Michel Foucault’s concepts of “apparatus of sexuality” and “modes of subjectivation”. Based on this framework, it is shown how the media (and particularly the TV) operate in the constitution of subjects and subjectivities in contemporary society, producing images and significations. That is, knowledge that somehow aim at the “education” of people, teaching them ways of existing and being in their culture.

Comments are made in the article on the results of recent studies that have been carried out by the author about the strategies of questioning subjects from different social strata displayed in various television products.

These results point to the fact that multiple and complex issues are at play in the communication process through television, related to the manners through which meanings and subjects are produced within the culture. At the same time, based on the pieces of research have been conducted, the text suggests to researchers, teachers, and students the urgent need to transform the media into a subject of study within the school pedagogical practices.

Keywords

Media – Pedagogical apparatus – Subjectivation – Culture.

Correspondence:
Rosa Maria Bueno Fischer
Rua Dona Amélia, 187, apto. 201
90810-190 – Porto Alegre – RS
e-mail: rosamar@plug-in.com.br

Neste texto,¹ discuto alguns resultados de pesquisas recentes sobre televisão e educação, com base nas quais desenvolvi o conceito de “dispositivo pedagógico da mídia”, o qual me permitiu, tendo em vista o pensamento de Michel Foucault, mostrar de que modo opera a mídia (e, particularmente, a televisão) no sentido de participar efetivamente da constituição de sujeitos e subjetividades, na medida em que produz imagens, significações, enfim, saberes que de alguma forma se dirigem à “educação” das pessoas, ensinando-lhes modos de ser e estar na cultura em que vivem. Longe de entender unilateralmente a força da mídia, tento mostrar como estão em jogo, no processo de comunicação por meio da TV, múltiplas e complexas questões relacionadas às formas pelas quais produzimos sentidos e sujeitos na cultura. Assim, além de apresentar sinteticamente a base teórica que sustenta os estudos referidos, ofereço também alguns exemplos dos dados colhidos e analisados; finalmente, estabeleço uma ligação entre os resultados das investigações e a proposta de transformar a mídia, em especial a televisão, em objeto de estudo no cotidiano das práticas escolares.

Considerando que o currículo é um dispositivo bem mais amplo do que a grade sequencial de disciplinas e conteúdos de um determinado nível de ensino, defendo neste artigo que a produção de significações nos diferentes espaços da cultura, a elaboração e a veiculação de uma série de produtos como os que circulam nas rádios, no cinema, na televisão, nos jornais e revistas estão relacionadas direta e profundamente às práticas e aos currículos escolares. Como bem escreve Stuart Hall (1997), vivemos em um tempo caracterizado por uma verdadeira revolução cultural, propiciada pelas forças que assumem no cotidiano da sociedade contemporânea as distintas formas de comunicação e informação. Ou seja, a mudança histórica que experimentamos não pode ser entendida, hoje, sem que se considere a centralidade da cultura, dos múltiplos pro-

cessos de atribuição de sentido às práticas sociais, no âmbito do amplo desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação. Lutas de poder, em nosso tempo, tornam-se, crescentemente, lutas em que predomina o simbólico, o discursivo (Hall, 1997, p. 20).

No âmbito específico das práticas escolares, o próprio sentido do que seja “educação” amplia-se em direção ao entendimento de que os aprendizados sobre modos de existência, sobre modos de comportar-se, sobre modos de constituir a si mesmo – para os diferentes grupos sociais, particularmente para as populações mais jovens – se fazem com a contribuição inegável dos meios de comunicação. Estes não constituiriam apenas uma das fontes básicas de informação e lazer: trata-se bem mais de um lugar extremamente poderoso no que tange à produção e à circulação de uma série de valores, concepções, representações – relacionadas a um aprendizado cotidiano sobre quem nós somos, o que devemos fazer com nosso corpo, como devemos educar nossos filhos, de que modo deve ser feita nossa alimentação diária, como devem ser vistos por nós, os negros, as mulheres, pessoas das camadas populares, portadores de deficiências, grupos religiosos, partidos políticos e assim por diante. Em suma: torna-se impossível fechar os olhos e negar-se a ver que os espaços da mídia constituem-se também como lugares de formação – ao lado da escola, da família, das instituições religiosas.

Assim, neste texto – e nas recentes pesquisas que tenho realizado – trabalho com a hipótese de que a TV, na condição de meio de comunicação social, ou de uma linguagem audiovisual específica ou ainda na condição de simples eletrodoméstico manuseado por nós, cujas imagens cotidianamente consumimos, tem uma participação decisiva na formação das

1. Este texto traz para discussão questões já abordadas em duas outras publicações: o artigo “Técnicas de si na TV: a mídia se faz pedagógica”, publicado na revista *Educação Unisinos* São Leopoldo (RS), v. 4, n. 7, p. 111-139, 2000. Também contém excertos do livro *Televisão & educação: fruir e pensar a TV* (2001).

pessoas – mais enfaticamente, na própria constituição do sujeito contemporâneo. Entendo que a televisão é parte integrante e fundamental de complexos processos de veiculação e de produção de significações, de sentidos, os quais por sua vez estão relacionados a modos de ser, a modos de pensar, a modos de conhecer o mundo, de se relacionar com a vida. Enfim, analiso aqui a TV na sua íntima relação com a produção de modos de subjetivação na cultura.

Mídia, produção de sujeitos e subjetividades

Como tenho escrito em outros textos – *Adolescência em discurso* mídia e produção de subjetividade (1996); *O estatuto pedagógico da mídia*: questões de análise (1997); *Foucault e o desejável conhecimento do sujeito* (1999a) –, tomo de Michel Foucault os conceitos de sujeito, subjetividade e subjetivação, bem como os conceitos de discurso e relações de poder. Para esse autor, o termo subjetividade está diretamente relacionado às experiências que o sujeito faz de si mesmo, num jogo de verdade em que é fundamental a “relação consigo” – outro conceito foucaultiano básico, desenvolvido especialmente em seus últimos escritos.² Tais experiências são visíveis em técnicas e exercícios, propostos em espaços institucionais específicos e históricos, e nos quais se convida o sujeito a observar-se e a reconhecer-se como um lugar de saber e de produção de verdade. Sua subjetividade estaria sendo formada especialmente mediante esse tipo de experiência. Exemplo disso são inúmeras práticas escolares como, por exemplo, exercícios de auto-avaliação, técnicas de reflexão sobre ações vividas, entre tantas outras.

Não é objetivo aqui alongar-me nessa discussão, mas o fundamental é que fique claro que tais conceitos são tratados dentro de um referencial muito específico, no qual a noção de sujeito está diretamente ligada à noção de poder. Para Foucault, o sujeito é

aquele que de alguma forma está submetido ao outro (por meio de relações de controle ou dependência) ou então a si mesmo, preso à sua própria identidade, mediante a prática do conhecimento de si (Foucault, 1995, p. 235). Estão em jogo, portanto, dois modos de entender o sujeito, que não se negam mutuamente, mas que evidenciam a complexidade do tema, tal como é tratado por Michel Foucault: ao mesmo tempo em que o sujeito está sempre, de alguma forma, submetido a relações de controle e dependência, está também permanentemente imerso em inúmeras práticas, nos diferentes espaços institucionais, em que é “chamado” a olhar para si mesmo, a conhecer-se, a construir para si verdades sobre si mesmo. Tal complexidade no modo de entender o sujeito – ao contrário do que uma crítica apressada a Foucault poderia sugerir – indica possibilidades de ultrapassar o controle e a dependência (que jamais são absolutos), justamente porque o voltar-se para si mesmo pode constituir-se uma linha de fuga (Deleuze, 1999), um “modo artista” de ser, em que a luta maior é justamente a luta contra “todas as formas de sujeição – contra a submissão da subjetividade” (Foucault, 1995a, p. 236).

Tal possibilidade está diretamente relacionada ao fato de que os processos de subjetivação sempre são históricos e que, portanto, devem ser vistos em sua ampla diversidade, nos modos de existência que produzem, conforme a época e o tipo de formação social que estejam sendo considerados. Em outras palavras: modos de existência, aprendidos nas mais diferentes dinâmicas de poder e saber, jamais são totalmente compactos e definitivos; pelo contrário, sempre há neles interstícios, fendas, possibilidades éticas e estéticas não pensadas pelos saberes e poderes em jogo. O trabalho educativo, a meu ver, e a própria análise específica da mídia, em relação à educação

² Destaco os textos “O sujeito e o poder” (1995a), “Tecnologias do eu” (1995b), *História da sexualidade II – o uso dos prazeres* (1990b) e *História da sexualidade III – o cuidado de si* (1995).

e aos processos de subjetivação por ela implicados, como veremos a seguir, transita por esses tortuosos caminhos de sujeitos que sempre estão por se fazer.

Assim, considerando a perspectiva teórica aqui adotada, tratar do “dispositivo pedagógico da mídia” significa tratar de um processo concreto de comunicação (de produção, veiculação e recepção de produtos midiáticos), em que a análise contempla não só questões de linguagem, de estratégias de construção de produtos culturais (no caso aqui referido, de programas televisivos), apoiada em teorias mais diretamente dirigidas à compreensão dos processos de comunicação e informação,³ mas sobretudo questões que se relacionam ao poder e a formas de subjetivação.

Fundamentada no conceito de “dispositivo da sexualidade” de Foucault (1990a, p. 100), descrevo o dispositivo pedagógico da mídia como um aparato discursivo (já que nele se produzem saberes, discursos) e ao mesmo tempo não discursivo (uma vez que está em jogo nesse aparato uma complexa trama de práticas, de produzir, veicular e consumir TV, rádio, revistas, jornais, numa determinada sociedade e num certo cenário social e político), a partir do qual haveria uma incitação ao discurso sobre “si mesmo”, à revelação permanente de si; tais práticas vêm acompanhadas de uma produção e veiculação de saberes sobre os próprios sujeitos e seus modos confessados e aprendidos de se estar na cultura em que vivem. Certamente, há de se considerar ainda o simultâneo reforço de controles e igualmente de resistências, em acordo com determinadas estratégias de poder e saber, e que estão vivos, insistentemente presentes nesses processos de publicização da vida privada e de pedagogização midiática.

No estudo da TV como dispositivo pedagógico – feito a partir de duas pesquisas recentes: “O estatuto pedagógico da mídia”⁴ e “Subjetividade feminina e diferença no dispositivo pedagógico da mídia”⁵ –, temos observado as mínimas estratégias de a televisão afir-

mar-se como um lugar especial de educar, de fazer justiça, de promover a “verdadeira” investigação dos fatos (relativos a violências, transgressões, crimes de todos os tipos) e ainda de concretamente “ensinar como fazer” determinadas tarefas cotidianas, determinadas operações com o próprio corpo, determinadas mudanças no cotidiano familiar e assim por diante.⁶

Para a análise desses materiais televisivos, definimos um conjunto de categorias, organizadas em dois grupos principais. No primeiro, relacionado aos diversos modos de subjetivação em uma determinada formação social (cf. Foucault, 1985a, 1995b), consideramos todas as formas de se produzir, na TV, uma “volta sobre si mesmo”. Aqui poderíamos citar inúmeras técnicas de exposição dos sujeitos: na TV, intermitentemente, confessa-se a intimidade, confessam-se erros, desejos, mínimos detalhes de nossa sexualidade. Da mesma forma é nesse lugar que somos convidados a expor nossas culpas, a recebermos dos apresentadores ou dos locutores verdadeiras “lições de moral”, exemplos de vida, da reflexão sobre o vivido, da auto-avaliação, da auto-decifração,

³ Refiro-me aqui particularmente aos estudos de Arlindo Machado (1988, 2000); às reflexões de Eugênio Bucci (1997); e, igualmente, aos escritos de Beatriz Sarlo (1997).

⁴ O corpus de análise da pesquisa “O estatuto pedagógico da mídia”, desenvolvida de 1998 a 2000, com apoio do CNPq, constituiu-se de 66 produtos, entre documentários, seriados, comerciais, desenhos animados, telejornais, programas infantis, programas didático-instrucionais, novela, programa feminino, programa de auditório, *talk show*, programas humorísticos, veiculados na TV aberta e TV a cabo brasileiras, entre agosto de 1998 e julho de 2000.

⁵ Na pesquisa “Subjetividade feminina e diferença no dispositivo pedagógico da mídia”, iniciada em agosto de 2000 (também com apoio do CNPq), estamos investigando de que forma se constrói um discurso sobre a mulher na televisão veiculada no Brasil; ou seja, perguntamo-nos sobre a mulher e os modos de constituí-la na cultura brasileira contemporânea. Para tanto, selecionamos um conjunto de programas e comerciais de TV, em que a mulher é figura proeminente, e os submetemos a uma rigorosa análise, cruzando elementos de linguagem televisiva e tópicos referentes a técnicas de subjetivação, presentes nesses materiais; ainda, apresentamos alguns desses materiais a um grupo de mulheres, de 18 a 45 anos, estudantes de pedagogia, em sessões de discussão sobre a presença feminina na TV. Esse conjunto de enunciações (os textos retirados da TV e os textos produzidos pelo grupo de mulheres) constitui o corpus de análise dessa pesquisa.

⁶ Conforme explícito no texto “Técnicas de si na TV: a mídia se faz pedagógica” (2000, p. 111-139).

da auto-transformação. Se atentarmos bem para o modo como são elaborados inúmeros produtos midiáticos, há um sem-número de técnicas através das quais se propõe a todos nós que façamos minuciosas operações sobre nosso corpo, sobre nossos modos de ser, sobre as atitudes a assumir. Estamos falando aqui do governo de si pelo governo dos outros – tema exaustivamente tratado por Foucault.

Mas há um segundo grupo de “categorias”: são aquelas que se referem à linguagem *stricto sensu* mídia, particularmente da TV. Sua função é a de indicar os elementos e a construção de um tipo de sintaxe (da mídia) que, segundo hipótese das pesquisas, poderia estar em harmonia com aquelas práticas de subjetivação. Assim, na construção do esquema de análise, definiu-se a característica da “televisibilidade” (conforme expressão de Beatriz Sarlo), que engloba todos os recursos de roteiro, cenografia, elenco, figurino, edição e sonorização, os quais foram cuidadosamente anotados, à medida que se mostraram “pedagógicos”, isto é, pertinentes a técnicas de subjetivação, de acordo com o explicitado acima.

Essa noção de televisibilidade é explicitada no livro de Beatriz Sarlo, *Cenas da vida pós-moderna – intelectuais, arte e videocultura na Argentina*, em que a autora não chega a definir o conceito de televisibilidade, mas o descreve com detalhes na medida em que trata minuciosamente dos recursos e táticas da linguagem televisiva: a linguagem do *zapping* a opção da TV (no caso, a TV argentina) pelo máximo acúmulo de imagens num mínimo de tempo, o recurso à insistente repetição de imagens, sons, metáforas, símbolos, a ausência de silêncios na narrativa televisiva, a eliminação dos matizes, a negação dos imprevistos estilísticos, a importância do lugar TV como lugar onde se diz “a verdade”. Em suma, para Beatriz Sarlo, a televisibilidade seria uma condição, um conjunto de “qualidades” relativas a um estilo padrão, que todos devem dominar, desde os atores, até os que, nas mais

diferentes posições, produzem os materiais de TV. Eu diria que isso também pode ser estendido aos espectadores, porque estes passam a ser de alguma forma sujeitos não só das “verdades” ditas, mas igualmente de um certo modo ou estilo de dizer as coisas (Sarlo, 1997, p. 53-98).

Assim, a partir do registro dos recursos de linguagem e da definição de “televisibilidade”, selecionamos um grupo de “categorias” assim discriminadas: a auto-referência (o modo como a TV fala de si mesma através de diferentes produtos); a repetição (imagens e estruturas que retornam, propiciando tranqüilidade, prazer e identificação); o aval de especialistas (para a legitimação das verdades narradas); a informação didática (colocando o espectador na posição de quem deve ser cotidianamente ensinado); a opção por um vocabulário “facilitado”, traduzido, especialmente quando relacionado a termos técnicos; a reiteração do “papel social” da TV (o veículo apresentando-se como denunciador dos problemas sociais e, igualmente, como fonte das soluções possíveis; em suma, como um lugar “do bem”); a caracterização da TV como *locus* da “verdade ao vivo”, da “realidade” (especialmente, nas transmissões ao vivo e na busca de imagens que “reproduzam o real”, mesmo em comerciais e telenovelas); a transformação da vida em espetáculo (seja nas produções ficcionais, seja nos materiais informativos *stricto sensu*); a caracterização da TV como o “paraíso dos corpos” (particularmente, dos corpos jovens e belos); a reprodução na TV de práticas e normas nitidamente “escolarizadas”.

Os primeiros “achados” dessas pesquisas apontam, em primeiro lugar, para o fato de que a exposição dos indivíduos na TV é uma tecnologia que se aperfeiçoa. Refiro-me aqui a técnicas que olhamos e que “nos olham”, à medida que, a partir de nossa experiência com a televisão, nos convidam, nos capturam e nos ensinam modos de existir hoje, num tempo em que, como afirma Deleuze, “o poder investe cada vez mais em nossa vida cotidiana, nossa

interioridade e individualidade” (1991, p. 112). Veja-se, a título de exemplo, como se estruturam os telejornais e os documentários, no sentido de sistematicamente localizarem em personagens individuais os diversos acontecimentos políticos, econômicos e culturais narrados, registrando e editando preferencialmente os momentos mais dramáticos de exposição de privacidade. Nos telejornais, freqüentemente pessoas simples apresentam testemunhos, de tal forma que estes se configuram como verdadeiras “lições de vida”; em outras ocasiões, personalidades públicas ou sujeitos anônimos confessam verdades sobre si mesmos, produzidas a partir de todo um aparato da mídia, mas que se manifestam como uma verdade especial, própria daqueles sujeitos que a enunciam. Tais estratégias captam os telespectadores na sua intimidade, produzindo neles, muitas vezes, a possibilidade de se reconhecerem naquelas verdades ou mesmo de se auto-avaliarem ou autodecifram com relação àquele tema. Assim, recursos como os de captação de imagens, os cortes, os efeitos de *zoom* e tantos outros funcionam para capturar a intimidade de um sujeito que sofre, chora, emociona-se ou demonstra culpa, como se a TV pudesse, mesmo que por rápidos instantes, efetivamente penetrar na intimidade daquele que fala e, por homologia de campos, também na intimidade daquele que “especta”, daquele que olha. Muitos outros exemplos poderiam ser trazidos aqui, e que comprovam a estreita relação entre as estratégias de linguagem da TV e as “tecnologias do eu” (ou técnicas de subjetivação); basta lembrar a quantidade cada vez maior de programas como os *Fica comigo* e *Erótica* da MTV, ou os programas apresentados por João Kleber, na Rede TV!, em que a técnica de confissão parece ser o grande e principal recurso para captar as audiências?

Outra observação importante é que toda essa “tecnologia da intimidade e da privacidade” não se faz da mesma forma, indiferenciadamente: as pessoas confessam ou são convidadas a confessar sua vida privada em

cenários muito distintos: é bem diferente confessar a vida privada no *Programa do Ratinho* (SBT) ou no *Programa do Jô* (Rede Globo), até porque se trata de indivíduos distintos, posicionados em lugares muito distintos. Interessa-nos descrever essas diferenças, mostrar como a TV cria ou reforça processos de inclusão e de exclusão, quanto a classe social, o gênero, etnia, geração, profissão, e assim por diante. Ou seja, a transformação de nossas vidas em espetáculo está diretamente relacionada a uma série de preconceitos, a uma série de valores e de definições a respeito do que são, por exemplo, determinados grupos na sociedade: as mulheres, os negros, os pobres, os adolescentes de classe média, os trabalhadores, etc. Uma atriz como Fernanda Montenegro, entrevistada pela jornalista Marília Gabriela, por exemplo, receberá tratamento bastante diverso daquele conferido à “Tiazinha” (Suzana Alves), pela mesma entrevistadora: os olhares, a ironia, as perguntas, o modo de incitar à confissão, nos dois casos, será marcado pelas diferenças de classe, de *status* cultural e social.

A TV transformada em objeto de estudo

Repetindo o que escreveu Stuart Hall (1997), hoje, mais do que em outros tempos, a cultura está no centro, os amplos processos de significação adquirem uma força antes inimaginável; e, em termos mais amplos, essa circulação de sentidos corresponde a uma circulação política, econômica e financeira, através das diferentes mídias. Para realizarmos um trabalho pedagógico coerente com as exigên-

7. Os *reality shows* tão em evidência em vários países, inclusive e principalmente no Brasil, são um exemplo mais claro ainda da tendência contemporânea de banalização da vida privada e da captação das audiências a partir da confissão de uma suposta intimidade. Não importaria, a meu ver, a “verdade” dessas confissões, mas a quase necessidade de os espectadores entrarem em contato, de alguma forma, com o íntimo, com o privado. Como escrevi em outro texto, “a dificuldade de viver nossa privacidade, de ficar talvez no silêncio de nós mesmos, nos impele para o íntimo do outro, como se nele buscássemos o que perdemos” (Fischer, 2001, p. 39).

cias destes tempos, é necessário nos voltarmos justamente para o estudo da mídia (e da publicidade, de modo particular) como lugar por excelência da produção de sentidos na sociedade. Minha proposta é que nos dediquemos a “desmanchar” os materiais televisivos, como tenho feito nas pesquisas referidas acima, cujos resultados sugerem não apenas a importância de um tipo específico de linguagem e de comunicação, mas sobretudo um modo particular de subjetivação, de ensino e de aprendizagem de formas de agir, sentir, atribuir valores, e assim por diante. Tal prática investigativa tem sugerido também a necessidade de, no campo educacional, operar sobre esses produtos, trazendo professores, crianças, adolescentes e jovens para uma tarefa de leitura criteriosa da esfera cultural – tarefa que certamente inclui o debate a respeito das formas de controle da sociedade civil sobre aquilo que é produzido e veiculado pela televisão.

O trabalho pedagógico insere-se justamente aí, na tarefa de discriminação que educadores e estudantes precisam exercitar cotidianamente em sua prática pedagógica, e que, a meu ver, inclui desde uma franca abertura à fruição (no caso, de programas de TV, comerciais, criações em vídeo, filmes veiculados pela TV, etc.) até um trabalho detalhado e generoso sobre a construção de linguagem em questão e sobre a ampla gama de informações reunidas nesses produtos, sem falar nas emoções e sentimentos que cada uma das narrativas suscita no espectador. Trata-se de uma proposta destinada, nos diferentes níveis de escolarização, a mergulhar na ampla diversidade da produção audiovisual disponível em filmes, vídeos, programas de televisão, e que certamente nos informará sobre profundas alterações ocorridas nas últimas décadas nos conceitos de cultura erudita, cultura popular, cultura de massa, artes visuais, e assim por diante, mas especialmente sobre importantes mudanças nos modos de subjetivação, de constituição do sujeito contemporâneo.

Operar científica e pedagogicamente com os produtos midiáticos significa trazer à tona, mais amplamente, o problema da cisão ou da distância entre cultura, sociedade e indivíduo. Como escreve Teixeira Coelho, no livro *Guerra culturais*

Constata-se hoje uma cisão entre as esferas da *cultura propriamente dita* (entendida como estoque total de símbolos e do saber a partir dos quais os membros de um grupo interpretam a si mesmos e ao mundo em que estão), da *sociedade* (vista como conjunto das ordens legítimas por meio das quais os membros de um grupo regulamentam suas relações e asseguram entre si a solidariedade) e da *personalidade* (soma das competências pelas quais um sujeito adquire a faculdade de participar dos processos de intercom-preensão e neles afirmar sua própria identidade. (Coelho, 2000, p. 120-121, grifos do autor)

Considerando que em nossos tempos, como escreveu Foucault, a grande e necessária luta a ser empreendida será aquela que se faz contra tudo aquilo que mais submete nossa subjetividade, entendo que no campo educacional um dos investimentos maiores será justamente indagar sobre, afinal, como cada um de nós participa dos processos de produção de sentidos na nossa sociedade, como cada um de nós está submetido a normas e regras veiculadas não apenas nos lugares tradicionais de “doação de identidade” (Costa, 1998), mas sobretudo nos meios de comunicação. Exemplos de perguntas que tenho feito no desenvolvimento das pesquisas sobre o dispositivo pedagógico da mídia são: Que distância ou que proximidade há entre os modos pelos quais, por exemplo, as mulheres brasileiras de diferentes posições sociais são mostradas nos comerciais que vendem bombons, sapatos, máquinas de lavar roupa, temperos para a cozinha, computadores ou cerveja? Como se

complementam ou entram em choque as conquistas de uma certa sociedade, em termos de suas relações políticas, jurídicas, econômicas, de gênero, geracionais, e as formas de sociabilidade cons-truídas e veiculadas nos espaços da mídia? De que modo os sujeitos individuais se sentem de alguma forma representados ou excluídos nas narrativas televisivas?

Descrever o dispositivo pedagógico da mídia tem significado dar conta, de alguma forma, dessas relações entre cultura, sujeito e sociedade, permanecendo atentos ao que a estu-diosa norte-americana de literatura e cultura, Marjorie Garber (1998), chamou de “sintomas da cultura”: ao descrever os processos de produção do sujeito em aparentemente simplórios produtos, como um programa de auditório para adolescentes ou um mero comercial de refrigerante, estamos trazendo à tona alguns elementos que “falam” nesses produtos e nesses processos comunicacionais; ou seja, estamos dando conta de visualizar e questionar sintomas de um tempo específico, e que afetam diretamente o trabalho cotidiano de professores e alunos. Como vimos nos exemplos anteriormente citados, a respeito de toda uma tecnologia da exposição da intimidade dos sujeitos, um dos sintomas da cultura é o que diz respeito às profundas alterações sob as quais vivemos, nas esferas do público e do privado, alterações que trazem para o centro das atenções alguns temas como: exposição ampla da intimidade, do corpo e da se-xualidade; desejo de visibilidade pública, a qualquer preço.

No estudo do dispositivo pedagógico da mídia, temos acentuado também as relações entre a TV e o tratamento que a sociedade confere aos chamados “diferentes”. Ora, todas as questões em torno do tratamento das diferenças (de gênero, de etnia, de geração, de condição social, de profissão, etc.) estão sobretudo relacionadas a modos de representação, de enunciação, a formas de interpretação e de comunicação. Ou seja, há uma imensa responsabilidade dos meios de comunicação, particularmente da TV, que aqui nos interessa, no que

se refere aos modos de nomear os diferentes. Na ordem do simbólico televisivo, por exemplo, de que modo um grupo como os dos sem-terra é nomeado? E as adolescentes de periferia? E os jovens drogados? E a mulher dona-de-casa? E os portadores de alguma deficiência? E a professora do sertão nordestino? Em que medida todos esses diferentes são tratados como diferença a ser excluída ou normalizada; ou então, numa outra perspectiva: em que medida esses “outros” ganham visibilidade como diferença a ser reconhecida socialmente?

Os materiais analisados nas duas pesquisas aqui referidas mostram justamente que convivem, na TV, distintos tratamentos do “outro”: ora, por exemplo, a mulher negra é incluída, por ser reconhecida como alvo do mercado (é assim que uma mulher negra de seus 30 anos pode aparecer num comercial do desodorante “Dove”), ora é fixada no seu papel de subalterna nos repetidos papéis das atrizes negras em telenovelas; ora a mulher de seus 40 ou 50 anos, de classe média, aparece na sua possível e necessária juventude e autonomia profissional, cobrindo-se de cremes perfumados da “Natura”, ora oferece-se como plenamente submissa servindo, ao marido que chega do trabalho, o verdadeiro “amor” do tempero “Sazon”, devidamente acompanhada da empregada doméstica. Como nos ensina a estudiosa Elizabeth Ellsworth (1997), há modos muito específicos de endereçamento de um comercial, de um filme, de um programa de TV, e esses modos de endereçamento dizem respeito a certas posições de sujeito esperadas: afinal, pergunta Ellsworth, quem esse filme espera que você seja? Quem esse programa de TV deseja que você seja? Há uma expectativa e há um desejo por parte dos produtores, criadores, emissores. Mas há também uma operação dos sujeitos sobre esses produtos e sobre todo esse processo comunicacional, que é bem mais complexo do que simplesmente a existência de um programa de TV que é veiculado e recebido no espaço da intimidade doméstica. Minha preocupação aqui diz respeito a como, nessa

prática comunicacional, se produzem ou se veiculam modos de ser e de considerar os nossos “outros”. Certamente, estão em jogo aqui questões de ordem ideológica, questões que envolvem diretamente relações de poder.⁸

Outro “sintoma” tornado visível nessa pesquisa é o que diz respeito à quase impossibilidade de, nos espaços da mídia, deixar de se falar em corpo e sexualidade. Eu diria que essa marca da mídia seria uma espécie de desdobramento do problema, tão discutido em nossos dias, da farta exposição da privacidade nos espaços dos meios de comunicação. Hoje não haveria praticamente um lugar, um dia de nossas vidas em que nós não sejamos chamados ou a cuidar de nosso corpo ou de olharmos para nossa própria sexualidade. Os imperativos da beleza, da juventude e da longevidade, sobretudo nos espaços dos diferentes meios de comunicação, perseguem-nos quase como instrumento de tortura: corpos de tantos outros e outras nos são oferecidos como modelo para que operemos sobre nosso próprio corpo, para que o transformemos, para que atinjamos (ou que pelo menos desejemos muito) um modo determinado de sermos belos e belas, magros, atletas, saudáveis, eternos. Da mesma forma, somos chamados compulsivamente a ouvir e a falar de sexo e sexualidade, como se ali estivesse toda a nossa verdade como sujeitos. Veja-se a proliferação de programas de entrevistas, só para ficar numa modalidade, em que o assunto é nossa intimidade amorosa, nossa dificuldade de realização sexual, nosso modo de buscar prazer, nossa verdade mais escancarada sobre aquilo que, talvez, não cesse de ser construído como segredo, por mais que seja falado (Fischer, 1999a). Os resultados desses estudos sobre o “dispositivo pedagógico da mídia”, associado a todas essas considerações sobre TV e cultura, TV e nomeação da privacidade, TV e modos de sermos corpos, sexualidades e “sujeitos” hoje, apontam para algumas exigências básicas, por parte de professores e alunos. Em poucas palavras, apontam para a necessidade de que o

trabalho educativo realize um mergulho no complexo universo da produção de significações. Certamente, isso implica um mergulho também no estudo e compreensão de lutas sociais e políticas muito específicas, relacionadas à afirmação de identidades e diferenças, bem como ao complexo cruzamento entre o político e o psicológico, entre o social e o individual.

Ou seja, estamos tratando aqui da necessidade de ampliar nossa compreensão sobre as formas concretas com que somos diariamente informados, os modos como nossas emoções são mobilizadas, as estratégias de construção de sentidos na TV, sobre a sociedade mais ampla, a vida social e política deste país, comportamentos e valores, sentimentos e prazeres. O ato de olhar criteriosamente a TV remete a um trabalho possível (e necessário) em relação a ultrapassar as chamadas evidências, a ir além do que nos é dado ver de imediato. Significa também assumir que sempre olhamos de algum lugar, a partir de um ponto de vista intuído, exercitado ou aprendido. Neste texto, procurei expor um ponto de vista, o lugar de onde observo a mídia, a televisão, as formas de produzir sentidos em nossa cultura, trazendo para o debate alguns tópicos teóricos e metodológicos de duas pesquisas realizadas sobre mídia e modos de subjetivação. Como todas as nossas criações, esta também está disponível a ser questionada; aliás, exatamente é exposta para que dela se possa pensar e dizer algo mais. Como nos ensina Foucault, o grande exercício do pensamento é justamente aceitar pensar de uma forma diferente daquela que nós mesmos pensamos.

⁸ Na pesquisa “Subjetividade feminina e diferença no dispositivo pedagógico da mídia”, as sessões de debate com estudantes de pedagogia, a partir da exibição de vídeos com gravações de comerciais, capítulos de novela, documentários, mostram uma operação extremamente rica de mulheres de 20 a 40 anos, aproximadamente, descrevendo em que posição de sujeito se colocam e como recebem os modos de endereçamento daqueles materiais. Inevitavelmente, nesses encontros, evidenciam-se os inúmeros e candentes problemas da constituição do outro-mulher em nossa sociedade, com todas as lutas ainda em jogo quanto às relações de gênero, especialmente quando se trata de mulheres das camadas populares.

Referências bibliográficas

- BUCCI, Eugênio. *Brasil em tempo de TV* São Paulo: Boitempo, 1997.
- COELHO, Teixeira. *Guerras culturais* São Paulo: Iluminuras, 2000.
- _____. O imaginário da morte. In: NOVAES, Adauto (Org.) *Rede imaginária*. televisão e democracia. São Paulo: Cia. das Letras/ Secretaria Municipal de Cultura, 1991. p. 109-122.
- _____. Socorrismo e espetáculo. *Folha de S. Paulo* São Paulo: 22.06. 2001 (Mais!). p. 2.
- COSTA, Jurandir Freire. *Razões públicas, emoções privadas* Rio de Janeiro: Rocco, 1999.
- _____. *Sem fraude nem favor*. estudos sobre o amor romântico. Rio de Janeiro: Rocco, 1998.
- DELEUZE, Gilles. *Foucault* São Paulo: Brasiliense, 1991.
- _____. Que es un dispositivo? In: BALBIER, E. et al. *Michel Foucault, filósofo* Barcelona: Gedisa, 1999. p. 155-163.
- DIDI-HUBERMAN, Georges. *O que vemos, o que nos olha* Rio de Janeiro: Ed. 34 Letras, 1998.
- ELLSWORTH, Elizabeth. *Teaching positions* difference, pedagogy and the power of address. New York: Teachers College/Columbia University, 1997.
- FISCHER, Rosa Maria Bueno. *Adolescência em discurso: mídia e produção de subjetividade*. Porto Alegre. 1996. 297 p. Tese (Doutorado) - Faculdade de Educação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- _____. Foucault e o desejável conhecimento do sujeito. *Educação & Realidade*, Porto Alegre; v. 24, n. 1, p. 5-11, jan./jun. 1999a.
- _____. Identidade, cultura e mídia: a complexidade de novas questões educacionais na contemporaneidade. In: SILVA, Luiz Heron da (Org.). *Século XXI. Qual conhecimento? Qual currículo?* Petrópolis: Vozes, 1999b. p. 18-32.
- _____. Mídia e produção do sujeito: o privado em praça pública. In: FONSECA, Tânia Mara Galli; FRANCISCO, Deise Juliana (Orgs.). *Formas de ser e habitar a contemporaneidade* Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2000. p. 109-120.
- _____. O estatuto pedagógico da mídia: questões de análise. *Educação & Realidade*, Porto Alegre: v. 22, n. 2, p. 59-79, jul./dez. 1997.
- _____. 'Técnicas de si' na TV: a mídia se faz pedagógica. *Educação Unisinos* São Leopoldo (RS), v. 4, n. 7, p. 111-139, jul./dez. 2000.
- _____. *Televisão & educação* fruir e pensar a TV. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.
- FOUCAULT, Michel. *A arqueologia do saber* Rio de Janeiro: Forense, 1986.
- _____. O sujeito e o poder. In: DREYFUSS, Hubert; RABINOW, Paul. *Uma trajetória filosófica*. para além do estruturalismo e da hermenêutica. Rio de Janeiro: Forense, 1995A. p. 231-249.
- _____. *História da sexualidade I* a vontade de saber. Rio de Janeiro: Graal, 1990a.
- _____. *História da sexualidade II* o uso dos prazeres. Rio de Janeiro. Graal, 1990b.
- _____. *História da sexualidade III* o cuidado de si. Rio de Janeiro: Graal, 1985.
- _____. Tecnologías del yo. In: _____. *Tecnologías del yo y otros textos afines* Barcelona: Paidós/Universidad Autónoma de Barcelona, 1995b. p. 45-94.

GARBER, Marjorie. *Symptoms of culture* London: Penguin Books, 1998.

HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções do nosso tempo. *Educação & Realidade*, Porto Alegre, v. 22, n. 2, p. 15-46, jul./dez. 1997.

MACHADO, Arlindo. *A arte do vídeo* São Paulo: Brasiliense, 1988.

_____. *A TV levada a sério* São Paulo: Senac, 2000.

PROST, Antoine. Fronteiras e espaços do privado. In: PROST, Antoine; VINCENT, Gérard (Org.) *História da vida privada* São Paulo: Cia. das Letras, 1995. v. 5, p. 13-153.

SARLO, Beatriz. *Cenas da vida pós-moderna* intelectuais, arte e vídeo-cultura na Argentina. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

Recebido em 25.02.2002

Aprovado em 28.05.2002

Rosa Maria Bueno Fischer é jornalista, doutora em Educação do curso de Pedagogia e do programa de pós-graduação em Educação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. É autora dos livros *O mito na sala de jantar*, 1993, e *Televisão & Educação: fruir e pensar a TV*, 2001.