

“PASSE NA UFRGS”: ENTRE DISCURSOS QUE CIRCULAM E SUBJETIVAM SUJEITOS JOVENS

Isabela Dutra Corrêa da Silva – UFRGS

Se vivemos em um tempo marcado por uma verdadeira revolução cultural (HALL, 1997) é porque o conceito de cultura passou a assumir outros contornos. Segundo o autor, há grandes mudanças nas formas de comunicação e informação, as quais se constituem tendo a centralidade da cultura. Esta centralidade tem caracterizado cada vez mais as relações entre os sujeitos e as formas pelas quais estes se constituem. Os sujeitos são seres de interpretações, significados, que atribuem sentido às suas ações. Nessa direção, o autor argumenta que as nossas culturas são o conjunto destas ações, ou seja

A ação social é significativa tanto para aqueles que a praticam quanto para os que a observam: não em si mesma mas em razão dos muitos e variados sistemas de significado que os seres humanos utilizam para definir o que significam as coisas e para codificar, organizar e regular sua conduta uns em relação aos outros. Estes sistemas ou códigos de significado dão sentido às nossas ações. Eles nos permitem interpretar significativamente as ações alheias. (p.1)

Entretanto a cultura, nem sempre foi entendida dessa forma. Por muito tempo, a compreensão de cultura, dizia respeito a tudo aquilo que de melhor era produzido pela ação do homem, sendo considerada única e universal (VEIGA-NETO, 2003). Atrelado a esse entendimento, a educação assumiu o papel de formar sujeitos para usufruir desta Cultura, sendo considerados sujeitos mais cultos. Assim a Cultura, escrita com letra maiúscula, seria as criações e produções mais elevadas da sociedade, sendo superiores a qualquer outro tipo de manifestação. Nesse contexto é possível entender os termos de baixa e alta cultura. Assim, por todo período da modernidade, o que era aceito, era uma única Cultura, sendo a alta cultura, a qual assumiu um caráter elitista, servindo como modelo para as demais manifestações sociais e culturais. É apenas por volta do século XX, que o termo Cultura passou a assumir outro caráter, devido à grande crise da modernidade.

Ela se torna central, uma vez que perpassa tudo o que acontece em nossas vidas e todas as representações que fazemos das coisas que

acontecem. Assim, a cultura, está intrínseca nas relações sociais. Constituímos num cenário produzido por diversas culturas, as quais instituem diferentes aprendizagens, e como estamos mergulhados nesse contexto, somos seres dessas diferentes aprendizagens, nos educamos de diferentes formas, e não mais através de uma única Cultura.

É a partir dessa revolução cultural, que os meios de comunicação assumem um caráter fundamental nas relações sociais, entre eles, a mídia, a qual constitui-se em

[...] um dos principais meios de circulação das ideias e imagens vigentes nestas sociedades. Hoje, a mídia sustenta os circuitos globais de trocas econômicas dos quais depende todo o movimento mundial de informação, conhecimento, capital, investimento, produção de bens, comércio de matéria prima e marketing de produtos e ideias (HALL, 1997, p.16)

Em consonância a isso, ou seja, entendendo a mídia como um meio onde circulam ideias, significados e valores, Fischer (1996), alerta para o seu papel pedagógico, uma vez que

[...] mais do que 'colocar no ar' uma série de enunciados de várias formações discursivas diferentes – formações que disputam, na sociedade, uma espécie de 'hegemonia das significações' – a mídia, suponho, constrói, reforça e multiplica enunciados seus, em sintonia ou não com outras instâncias de poder. (FISCHER, 1996, p.123)

Assim, a autora argumenta em favor de um dispositivo pedagógico da mídia, ou seja, a mídia não só publiciza informações, mas também, educa e ensina formas de ser mulher, homem, jovem, velho, homossexual, criança, etc.

Cabe ressaltar, que não está em jogo aqui, pensar se a mídia ocupa um papel de vilã ou não, e que o seu público seria vítima das suas ações. Segundo Costa (2002),

Certamente, não há homogeneidade de efeitos naquilo que a mídia produz; não somos pobres vítimas de um inescapável determinismo. É preciso assinalar, contudo, que, apesar de cada espectador reagir de modo distinto, dependendo do lugar em que está posicionado e de como a mídia chega até ele, respostas são incitadas e condutas são modeladas e performadas. (p.72)

Os jovens não são manipulados pelos discursos, significados, representações, ideias e valores que circulam nos diferentes artefatos midiáticos, mas sim, de alguma forma, são subjetivados por tais, uma vez que a mídia tem na juventude, um grande público de consumo. E é nessa relação entre mídia e juventude, que esta pesquisa foi realizada.

Os caminhos metodológicos da pesquisa

O estudo aqui apresentado constitui-se em uma pesquisa de caráter qualitativo, inserida no campo dos Estudos Culturais em Educação, o qual

[...] 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.40)

Circular pelo campo dos estudos culturais permite transitar pela confluência de diferentes abordagens, as quais não pretendem obter uma resposta única e verdadeira, mas sim, produzir diferentes formas de pensar acerca de temáticas e/ou problemáticas que parecem estar cristalizadas e bem definidas. Nesse movimento esta pesquisa foi elaborada com o objetivo de analisar de que forma os materiais midiáticos de cursinhos pré-vestibulares produzem o imperativo de aprovação na Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Os dados empíricos foram compostos por materiais midiáticos de dois cursinhos pré-vestibulares da cidade de Porto Alegre/RS. Estes materiais foram recolhidos e selecionados no período de um ano, compreendido entre dois processos vestibulares da UFRGS, a saber: Concurso Vestibular 2011 e Concurso Vestibular 2012. Durante este período, os cursinhos pré-vestibulares lançaram campanhas e propagandas estimulando os jovens a estudarem para serem aprovados na UFRGS. Tais chamamentos eram vistos em *outdoors*, sites dos cursinhos, materiais impressos, entre outros artefatos midiáticos já mencionados anteriormente, que se remetiam à UFRGS. “*Passei na UFRGS*”,

“Prepare-se para as provas da UFRGS”, “Feliz UFRGS 2011 para você”, “1.229 alunos aprovados na UFRGS”, “Passar na UFRGS não é para qualquer um. PARABÉNS!”, “Pré-prova da UFRGS”, “Revisão UFRGS”, “Siga-me @passenaufgrs”. Todas essas chamadas, colocam a UFRGS como a pauta do dia do jovem vestibulando. A ordem do dia é ser aprovado no vestibular da UFRGS. Ou seja, mais do que ingressar no ensino superior, o vestibulando deve ingressar na UFRGS.

Como metodologia de análise, foram utilizados os conceitos de dispositivo pedagógico (FISCHER, 2002) ao olhar para os materiais midiáticos dos cursinhos e o conceito de discurso (FOUCAULT, 1996). Entender a mídia como um dispositivo pedagógico,

[...]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, mas sobretudo questões que se relacionam ao poder e a formas de subjetivação. (FISCHER, 2002, p.155)

Lançar um olhar para os diferentes materiais analisados, compreende muito mais do que ler o que ali está escrito. Mas sim visibilizar estratégias de subjetivação e práticas que veiculam saberes, constituindo modos específicos de ser e estar sujeito no contexto contemporâneo. Ou seja, a mídia pode ser vista como um dispositivos capaz de ensinar e produzir modos e condutas desejáveis nos sujeitos Os artefatos midiáticos são veiculados de diferentes formas, a saber, mídia impressa, tendo como seus principais meios de veículo os jornais, revistas, folders, entre outros; mídia eletrônica (televisão e rádio); mídia digital (internet) e mídia exterior, como os *outdoors*, *busdoors* (Schmidt, 2009, p.10).

Ter na mídia o campo de visibilidade para essa investigação me levou a olhar para os discursos que circulavam nelas. Fazer uma análise do discurso não significa entender o discurso como uma ferramenta que, ao ser colocada em movimento, irá me fornecer o que está oculto em uma frase, ou na fala de alguém. Não estou interessada em descobrir a essência ou o que realmente o sujeito do discurso está querendo dizer. É preciso olhar para as coisas que

estão ali, que estão sendo ditas e não tentar buscar significados escondidos nas tramas discursivas.

No seu curso de 1982, *A Hermenêutica do Sujeito*, Foucault se propõe a mostrar a partir do cuidado de si, de que forma foram tramadas as relações entre sujeito e verdade em diferentes períodos históricos. Nesse contexto é possível pensar o discurso como algo que constitui o sujeito, uma vez que produz modos de ser e de pensar a realidade. Diante de um discurso tido como verdadeiro, o sujeito passa a estar armado com certa verdade, para então poder julgar a maneira mais adequada com que irá utilizar tal discurso. A partir de processos de subjetivação, ele torna esse discurso a sua verdade, o seu princípio de ação e passa a produzir uma realidade tendo como referência sua ética. Este sujeito, que faz do discurso verdadeiro o seu princípio de ação, é considerado o que o autor chama de sujeito ético. O modo de vida não mais ligado a questões da cidade (como no Alcibíades na polis grega), nem a sabres religiosos (como no cristianismo), nem a leis, nem a moral, mas sim a um estilo de vida que tem como princípio estabelecer uma existência ética. Ou seja, diante dos discursos verdadeiros, da coisa verdadeira: “[...] tornemo-nos o sujeito que pensa com a verdade e, deste sujeito que pensa com a verdade, tornemo-nos um sujeito que age como se deve” (FOUCAULT, 2009, p.429), para assim poder construir a sua verdade, o seu princípio de ação, dar a sua própria vida uma forma de existência.

O discurso, então está ligado à produção de práticas sociais, ao passo que se referem a um conjunto de enunciados pertencentes a diferentes campos de saber, que possuem um caráter normativo e regulador, ou seja, organizam o real por meio da produção de saberes que se pretendem verdadeiros, de estratégias que colocam em circulação tais saberes, produzindo práticas. O sujeito, por sua vez, não está fora desse emaranhado de elementos, ele encontra-se no interior dessa trama, sendo subjetivado por diferentes discursos. Assim segundo Foucault, os discursos devem ser entendidos como

Práticas que formam sistematicamente os objetos de que falam. Certamente os discursos são feitos de signos; mas o que fazem é mais que utilizar esses signos para designar coisas. É esse *mais* que os torna irredutíveis à língua e ao ato da fala. É esse 'mais' que é preciso fazer aparecer e que é preciso descrever. (FOUCAULT, 2009, p.55)

Esse 'mais' a que se refere o autor, não está oculto nas tramas linguísticas do discurso. Não deve ser descoberto por alguém. Ele está aí, para ser visto, analisado, problematizado, está sob os olhos de quem escolhe querer vê-lo. Nos materiais analisados, é possível ver discursos que produzem o sujeito como o responsável pelas suas escolhas, produzem o tipo de sujeito que deve fazer vestibular na UFRGS, produzem o comportamento que determinados sujeitos devem ter para serem alunos da UFRGS. São discursos que assumem o caráter de exclusão e interdição, uma vez que estão ligados "com o desejo e com o poder" (Foucault, 1996, p.10). Ou seja, os discursos são tramados nas relações de poder, assim, através do procedimento de rarefação, o qual se encarrega de

[...] determinar as condições do seu funcionamento, de impor aos indivíduos que os pronunciam certo número de regras e assim não permitir que todo mundo tenha acesso a ele. [...] ninguém entrará na ordem do discurso se não satisfizer a certas exigências ou se não for, de início qualificado para fazê-lo. (idem, p.36-37)

Em todo discurso há um jogo de regras que define quem entrará nessa lógica ou não. No caso dos materiais analisados, nem todos os sujeitos fazem parte dos discursos ali presentes. Ou seja, nem todos se identificam nelas. Apenas aqueles que neles são representados ou que se veem nos seus discursos e significações.

Nesse sentido, o objetivo deste estudo é analisar de que forma os discursos veiculados em materiais midiáticos de cursinhos pré-vestibulares produzem o imperativo de aprovação na UFRGS.

Os discursos que circulam e subjetivam

O primeiro discurso que é possível observar nos materiais analisados, posiciona o sujeito como responsável por tudo aquilo que faz, sejam ações que promovam o 'sucesso' ou o 'fracasso'. Assertivas como "você é resultado pelas suas escolhas", "passe na UFRGS" convidam o sujeito a ser mais responsável por suas ações e decisões, portanto elas devem ser conscientes, uma vez que o resultado de cada uma, irá se refletir diretamente em cada sujeito. Entretanto

mais que simples frases para serem ditas e ouvidas, estas são permeadas pelo discurso de responsabilização do sujeito. Nessa lógica,

Os indivíduos são instigados a sentirem-se responsáveis não só pelo que fazem, mas também pelo que acontece com eles. A responsabilização plena se situa na raiz de uma exigência generalizada de implicação dos indivíduos na vida social, que os encoraja a interiorizar, sob a forma de falha moral, sua situação de exclusão ou fracasso (afinal, são as próprias capacidades e motivações individuais que são solicitadas pelas oportunidades e pelos desafios circundantes). (FREIRE FILHO, 2010, p.13)

É preciso que cada indivíduo esteja consciente de que cada escolha feita terá resultados, sejam eles de fracasso ou sucesso. Independente de qual for o resultado, os indivíduos devem se responsabilizar por ele. O processo vestibular pode ser entendido como sendo o desafio a que o autor se refere no excerto destacado. Ou seja, é possível pensar que diante de tal desafio, os sujeitos devem colocar em práticas ações capazes de vencerem esse desafio. Obter o 'sucesso' desejado ou não, é mérito de cada um.

Diante desse chamamento, os sujeitos devem organizar sua rotina de acordo com as demandas do processo vestibular em questão. Nesse sentido, os sites de cursinhos pré-vestibulares elaboram dicas, para orientar os vestibulandos na organização de sua rotina:

Para quem quer lugar em uma universidade pública, a distância não importa. Mas alguns cuidados são essenciais para ir bem nas provas. Sobretudo, para quem dedicou o ano aos estudos e não pretende ficar de fora da lista de aprovados. Confira dicas de especialistas: **Seja organizado. Respeite os horários. Alimente-se bem. Mantenha a autoestima. Peça ajuda. Durma bem. Exercite-se. Aposte no seu desempenho. Tenha persistência.** (grifos meus)

Estas compõem as 10 dicas, elaboradas por especialistas, como psicólogos, psiquiatras, nutricionistas e professores, para auxiliar aquele vestibulando que tem como objetivo a aprovação no vestibular da UFRGS. Cumprido este 'manual', o vestibulando apresentaria algumas condições, alguns pré-requisitos para atingir sua aprovação. Não está em questão saber

se essas dicas são eficientes ou não, se segui-las passo a passo, irá garantir a aprovação em um dos vestibulares mais concorridos do Brasil, na terceira melhor universidade da América Latinaⁱ

Tais dicas envolvem questões de alimentação, postura, atitudes a serem tomadas e comportamentos adotados. Os vestibulandos a partir de diversas práticas estariam ‘se preparando’ melhor, de forma mais adequada para enfrentar as provas do vestibular. A intenção de legitimar as prescrições evidencia-se com a ‘voz’ dos especialistas, as quais garantem a cientificidade das orientações. Assim, psicólogos, educadores, dermatologistas, nutricionistas, cirurgiões plásticos, odontologistas, *personal stylists* e consultores de imagem, utilizam-se de orientações que oscilam entre a “ternura ativa e a contundência altruísta”, para prescrever as práticas e cuidados necessários para a conquista da saúde, da desejabilidade, do equilíbrio interior e da harmonia doméstica (FREIRE FILHO, 2010, p.6).

Nessa direção, no contexto pós-moderno, artefatos culturais como a mídia, lançam mão de saberes científicos como estratégia de legitimação das condutas prescritas. A exemplo disso destaco o estudo realizado por Mello (2009), no qual a autora analisa campanhas publicitárias de alimentos saudáveis. No estudo, o discurso científico foi destacado em tais materiais, no sentido de legitimar o produto a ser consumido, conferindo-lhe um *status* de verdade, favorecendo o seu consumo.

Assim, constato que não são apenas professores do cursinho que pensam as prescrições publicadas no site e que estão fornecendo dicas para quem quer um lugar na universidade pública, mas sim um conjunto de saberes, proferidos por especialistas que num jogo de relações de poder, tem seu saber autorizado a falar. São saberes que operam sobre os sujeitos de diferentes formas, com o objetivo de conduzir suas condutas.

Fischer (2001), ao analisar, aspectos relacionados à sexualidade, nos artefatos midiáticos, destaca que

[...] todas as dicas médicas, psicológicas, ou até de ordem religiosa ou moral, comunicadas através de inúmeros especialistas, de todos esses campos de conhecimento, a

respeito daquilo que devemos fazer com o nosso corpo e nossa sexualidade, ao se tornarem presente no grande espaço da mídia, não só ampliam seu poder de alcance público como conferem à própria mídia, ao próprio meio, um poder de verdade, de ciência, de seriedade. (p.50)

A partir disso, é possível pensar que o saber do especialista corrobora a ideia de responsabilização do sujeito. Ou seja, cada um é responsável pelas suas escolhas, sejam elas produtoras de sucesso ou fracasso, como dito anteriormente. Bauman (2007), entre outros autores, ao analisar a condição do sujeito no contexto pós-moderno, destacam a ênfase ao esforço individual que a cultura do consumo tem produzido, ao passo que “o esforço é pessoal. E igualmente o fracasso do esforço. E a culpa pelo fracasso. E a conseqüente sensação de culpa”. Assim é possível afirmar que vivemos numa lógica em que o indivíduo é responsabilizado pelos seus atos e pelas conseqüências que estes podem produzir.

Nessa mesma direção e fundamentada nas discussões de Bauman (2007), Schmidt (2006), destaca que atualmente “cabe ao indivíduo a escolha, a disposição e mesmo a opção em relação às posturas individuais a serem seguidas entre o vasto leque de alternativas que culturalmente lhe são dadas”.

Corroborando com os autores mencionados, Peters (2002) em seus estudos sobre neoliberalismo, destaca os sujeitos como ‘empresários de si’. Assim propõe que o contexto neoliberal produz uma “espécie de individualismo que envolve moldar a vida da pessoa como empresa de si mesma” (PETERS, 2002, p.220-221). Dentro dessa noção de empresário de si, o sujeito vestibulando, deve ser capaz de organizar sua vida, seu tempo, suas prioridades, ou seja, se autogovernar.

Assim, é necessário que o sujeito seja responsável por suas ações, suas escolhas, seus movimentos, a fim de atingir o objetivo de ser aprovado no vestibular. Tais ações colocam a aprovação no vestibular como algo que deve ser trabalhado diariamente, ou seja, ser aprovado na UFRGS é a ordem que conduz as ações de tais vestibulandos, ações estas que dependem da vontade e persistência de cada um, nessa lógica, ser aprovado na UFRGS constitui-se como um imperativo.

Entretanto, a aprovação na UFRGS não está na ordem do dia para qualquer sujeito. É possível analisar na empiria deste estudo, que os materiais selecionados são endereçados a um tipo específico de sujeito: sujeitos jovens. Ou seja, há um discurso de pertencimento que circula, fazendo com que alguns se reconheçam nele.

Os materiais analisadas trazem em suas imagens representações daqueles que deveriam ser os alunos dos cursinhos e posteriormente os alunos da UFRGS: sujeitos jovens, descolados e felizes. É possível ver um modelo de jovem, masculino ou feminino, sempre alegre e feliz. Geralmente, os materiais trazem imagens de sujeitos jovens brancos. Nesse direção, segundo Sabat (1999) “é por meio da mídia que diariamente observamos imagens de femininos e masculinos construídas com o objetivo de vender algum produto ou alguma ideia” (p.30)..

Nesse sentido, ao serem interpelados por determinadas imagens, os vestibulandos não estão apenas analisando e escolhendo o cursinho pré-vestibular que estudariam, mas sim estão consumindo ideias e valores implícitos na mídia. Sarlo (2004) destaca que “sonhamos com as coisas que estão no mercado” (p.26). Assim somos sonhados pela cultura, pelas capas de revistas, pela publicidade, etc. Nesse sentido, cada sujeito encontra nestas representações, valores e ideias, que se constituem o seu fio de Ariadne, conduzindo-se a determinado fim e objetivo estabelecido.

Por mais que os sujeitos interpelados por tais imagens não consumam seu produtos, eles consomem seus anúncios e os significados que carregam. Os materiais analisados tem seu endereçamento a um público específico, entretanto, podem atingir outros públicos. Nessa direção, fundamento estas discussões a partir do conceito de modos de endereçamento, cunhado por Ellsworth (2001). Segundo a autora,

O conceito de modo de endereçamento está baseado no seguinte argumento: para que um filme funcione para um determinado público, para que ele chegue a fazer sentido para uma espectadora, ou para que ele a faça rir, para que a faça torcer por um personagem, para que um filme a faça suspender sua descrença [na “realidade” do filme], chorar, gritar, sentir-se feliz ao final – a espectadora deve entrar em uma relação particular com a história e o sistema de imagem do filme.(p.15)

Ou seja, os sujeitos aos quais são endereçados os artefatos midiáticos, devem se reconhecer nestes. Uma vez que ao se reconhecerem, estarão produzindo um sentimento de pertença a determinada representação. Para tanto, os cursinhos lançam mão de estratégias para capturar o seu público. Diferentes eventos e momentos são proporcionados aos alunos para que possam integrar esse universo. São práticas que fazem parte do universo jovem, as quais constituem um jeito de ser jovem, produzindo a juventude como um estilo de vida. Assim, estar presente em tais momentos, como na cobertura do vestibular, por exemplo, faz daqueles sujeitos, parte daquele universo. É preciso frequentar o sarau literário, o pré-prova, as festas, a *have* literária para pertencer àquela comunidade, a qual tem um objetivo em comum: *passar na UFRGS*. Mesmo aqueles que não foram aprovados, também comparecem a estes eventos, ou seja, também são capturados por estas representações, uma vez que consumiram sua ideia, foram subjetivados pelos seus significados. São jovens que comparecem a festa das tintasⁱⁱ, por exemplo, para se sentirem pertencentes a este público. Querem estar lá para se sentirem parte desta comunidade. Bauman (2003) argumenta que não há nada melhor que fazer parte de uma comunidade, de pertencer a algum grupo, de se sentir parte de um público.

Ao destacar que vivemos uma modernidade líquida (Bauman, 2001), em que as certezas se esvaziaram e as verdades já não se sustentam, é possível pensar que há uma necessidade de se prender em alguma coisa, de pertencer a algum grupo, o que se constitui numa ação de desespero do sujeito. Nessa direção o autor destaca que os sujeitos buscam a redenção ou mesmo o descanso, num sonho de pertencimento (BAUMAN, 2005).

Esses pertencimentos se dão através de discursos que visam produzir um tipo de juventude. São jovens que vivem esta condição de uma maneira bem específica, tornando a juventude um estilo de vida. Os materiais mostram que os alunos dos cursinhos, são aqueles que frequentam as festas, se sujam de tinta, participam de sarais literários, estudam, se dedicam. Ou seja, vivem esse momento transitório, de uma maneira leve, saudável, jovem. Aqueles sujeitos que aderem a esse estilo, aderem também a uma identidade de vestibulando, identidade essa, que se movimenta na liquidez dos nossos

tempos, uma vez é uma identidade transitória, efêmera, que não irá permanecer por muito tempo.

Identifico o jovem vestibulando, como aquele que não está lá nem aqui. Ou seja, não é mais o aluno do Ensino Médio, mas também não é o aluno da Universidade. É o aluno jovem dos cursinhos pré-vestibulares, os quais vivem uma condição jovem ambivalente, uma vez que, ao mesmo tempo em que são convocados a se divertirem, a curtirem festas e haves, também são convocados a estudarem, a se organizarem, a se disciplinarem, etc, práticas modernas, mas que ainda hoje, constituem esses sujeitos. Atrelar a diversão aos compromissos e responsabilidades juvenis, é uma das estratégias que a mídia lança mão, para capturar os sujeitos jovens.

É preciso fazer com que o jovem se reconheça em tais anúncios. As imagens apresentadas têm a intenção de mostrar ao seu público, que este cursinho está presente nas mais variadas redes sociais, realiza diversas festas, etc. É tácito, na contemporaneidade, que os jovens são os maiores usuários destas redes, que frequentam festas e procuram diversão, assim, eles serão o público capturado por tal estratégia. Uma vez que irão se reconhecer nesta propaganda, sofrendo o processo de identificação com a mesma, tornando-se sujeitos dessa prática.

Tanto os discursos de responsabilização do sujeito, por quaisquer que sejam suas ações, quanto os discursos de pertencimento subjetivam os sujeitos de forma a conduzirem suas vidas de formas específicas. Tais condutas se constituem em práticas que posicionam a aprovação no vestibular da UFRGS, como algo que deve ser trabalhado diariamente, ou seja, ser aprovado na UFRGS, apresenta-se como a ordem do dia para esse público, é o imperativo que conduz suas ações.

O nome no listãoⁱⁱⁱ - Algumas considerações da pesquisa

Após um ano ou mais de estudo, dedicação e empenho, os jovens vestibulandos aguardam ansiosos a espera do listão. 'Abrir' o site da UFRGS e encontrar seu nome na lista dos aprovados é a maior conquista que aqueles jovens poderiam sonhar naquele momento. É o presente que todos os concorrentes às cinco mil vagas aguardavam. Jovens estes que são

interpelados diariamente por diversos artefatos midiáticos, sejam eles impressos, eletrônicos, digitais ou exteriores.

O mercado, segundo Sarlo (2004) corteja os jovens, oferecendo a este público diversos produtos, mercadorias. Diante dessa contundente oferta, os jovens podem ser vistos como consumidores efetivos ou ainda como consumidores imaginários. Ou seja, segundo a autora, há aqueles que realmente irão consumir determinadas mercadorias (consumidores efetivos) e há aquele que irão consumir as ideias e os valores que circulam em determinada publicidade, denominados consumidores imaginários. Sejam eles consumidores efetivos ou imaginários, os jovens são capturados por inúmeros materiais midiáticos os quais ensinam um jeito de ser, de agir e de se constituir sujeito no cenário pós-moderno.

Os materiais analisados veiculam o discurso de responsabilização do sujeito, a partir do qual, o sujeito jovem vestibulando se vê como o único responsável por suas ações e por aquilo que faz ou deixa de fazer com a sua vida. A escolha pelo cursinho pré-vestibular que irá estudar, a escolha pela forma que irá se dedicar aos estudos, a escolha de como deverá agir na hora das provas, são escolhas que dependem de cada um. Assim, o sucesso ou o fracasso são resultados de uma escolha bem feita ou mal feita. Tais materiais ensinam as condutas que devem ter os jovens que sonham com uma vaga na UFRGS, através das dicas para se prepararem para as provas. Ou seja, é possível ver o estatuto pedagógico operando nesse momento, uma vez que a mídia ensina como o jovem deve estudar, o que ele deve fazer nos dias que antecedem às provas, quem deve ser o sujeito a frequentar os cursinhos pré-vestibulares, etc. Entretanto cabe a cada um, fazer a escolha certa. Decidir o que fazer diante de tais prescrições, de tais imperativos.

Os jovens se reconhecem nos anúncios televisivos, nos *busdoors*, nos folders, nos sites dos cursinhos pré-vestibulares. Esse processo de identificação faz com os jovens se sintam pertencentes aquele grupo, fazendo parte daquela comunidade que tem como objetivo em comum ser aluno da UFRGS. Segundo Bauman (2005) fazer parte de uma comunidade, é ter tudo aquilo que sentimos falta, ou seja, a comunidade se torna tudo aquilo que precisamos para poder viver. Ao fazerem parte do grupo de alunos que estudam em cursinhos pré-vestibulares, os jovens se reconhecem como

sujeitos capazes de concorrerem às provas do UFRGS, pois é veiculada a ideia de que para ser aluno da UFRGS, é preciso antes, ser aluno dos cursinhos pré-vestibulares.

As discussões feitas ao longo deste artigo devem ser entendidas como possibilidades para se pensar a mídia, educação e sujeitos jovens. Essa tríade é um dos assuntos, que vejo como urgente na sociedade contemporânea. Uma vez que a mídia assume o papel de ensinar, incitar, educar modos de ser e estar no mundo, tendo nos jovens, um público produtivo e promissor para seus investimentos.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

_____. **Comunidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

_____. **Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

_____. **Modernidade e Ambivalência**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

COSTA, Marisa V. Novos olhares na pesquisa em educação. In: COSTA, Marisa V. (Org.). **Caminhos Investigativos: novos olhares na pesquisa em educação**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002, p. 13-22.

COSTA, Marisa V.; SILVEIRA, Rosa H.; SOMMER, Luis H. **Estudos culturais, educação e pedagogia**. Revista Brasileira de Educação, n.23, p.36-61, 2003.

ELLSWORTH, Elizabeth. Modos de endereçamento: uma coisa de cinema; uma coisa de educação também. In: Silva, Tomaz Tadeu da. **Nunca fomos humanos** – nos rastros do sujeito. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva. Belo Horizonte: Autêntica, 2001, p.7-76

FISCHER, Rosa M. B. **Adolescência em discurso: mídia e produção de subjetividades**. Tese de Doutorado - Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 1996.

_____. Foucault e a análise do discurso em educação. **Cadernos de Pesquisa**, São Paulo: Fundação Carlos Chagas, n. 114, p.197-223, novembro/2001.

_____. **O dispositivo pedagógico da mídia: modos de educar na (e pela) TV**. Educação e Pesquisa, São Paulo, v.28, n.1, p. 151-162, jan./jun. 2002

FOUCAULT, Michel. **Arqueologia do saber**. 7.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009.

_____. **A Hermenêutica do Sujeito**. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

_____. **A ordem do discurso**. São Paulo: Ed. Loyola, 1996.

FREIRE FILHO, João. **Fazendo pessoas felizes: o poder moral dos relatos midiáticos**. Trabalho apresentado ao GT Comunicação e Sociabilidade, do XIX Encontro da Compós, na PUC-RJ, em junho de 2010.

HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. **Educação & Realidade**, Porto Alegre, v. 22, nº2, p. 15-46, jul./dez. 1997

MELLO, Luciana M. H. de. **Campanhas publicitárias 'vendendo saúde': discurso 'científico' e consumo construindo modelos de vida saudável**. Dissertação de Mestrado - Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2009.

PETERS, Michael. Governamentalidade neoliberal e Educação. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **O sujeito da educação: estudos foucaultianos**. Petrópolis: Vozes, 2002, p. 211-224.

SABAT, Ruth. **Entre signos e imagens: gênero e sexualidade na pedagogia da mídia**. Dissertação de Mestrado do Programa de Pós-graduação em Educação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 1999.

SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna: intelectuais arte e vídeo-cultura na Argentina**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.

SCHMIDT, Saraí. A mídia ensina o verniz da tolerância jovem.. In: **32ª Reunião Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Educação (ANPEd)**, 2009, Caxambu, MG

_____. **Ter atitude: escolhas da juventude líquida – um estudo sobre mídia, educação e cultura jovem global**. Tese de Doutorado - Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2006.

VEIGA-NETO, Alfredo. **Cultura, culturas e educação**. Revista Brasileira de Educação. Maio/Jun/Jul/Ago, nº23, 2003.

ⁱ Segundo ranking divulgado pela Web of World Universities, em 01/08/2011, divulgado em <http://www.webometrics.info/>

ⁱⁱ Evento realizado após o resultado final do Vestibular. Ocorre em uma praça na cidade de Porto Alegre e as pessoas são pintadas com tintas, comemorando sua aprovação no Vestibular da UFRGS.

ⁱⁱⁱ O Listão é a lista dos aprovados no Concurso Vestibular da UFRGS, divulgada no site da UFRGS e no jornal Zero Hora/RS