

# ***Escola e cultura contemporânea – A irreverência do funk no mundo cor-de-rosa da Barbie***

CAMILA FAZOLIN<sup>1</sup>

MAYARA FERNANDA BESSA CORRÊA<sup>2</sup>

SANDRA JAQUELINE MACHADO RATZLAFF<sup>3</sup>

MARISA CRISTINA VORRABER COSTA<sup>4</sup>

## **RESUMO**

*Este estudo insere-se na pesquisa Quando o pós-moderno invade a escola: um estudo sobre novos artefatos, identidades e práticas culturais, que pretende inventariar este novo repertório cultural, procurando compreender como circula, e o que produz no interior da escola. O delineamento metodológico inclui levantamentos em escolas públicas e privadas e a realização de observações e entrevistas informais. Utiliza-se o referencial teórico que inspira as investigações nos Estudos Culturais contemporâneos, associados aos estudos sobre pós-modernidade, cultura contemporânea e mídia. Os achados indicam forte conexão entre as mudanças nas práticas e artefatos escolares com a mercantilização e a midiaticização da cultura. O funk desponta nesse cenário.*

**Palavras-chave:** cultura da mídia, cultura do consumo, pós-modernidade, escola, cultura funk.

---

<sup>1</sup> Acadêmica do Curso de Biologia/ULBRA-Bolsista CNPq

<sup>2</sup> Acadêmica do Curso de Pedagogia/ULBRA-Bolsista PROICT/ULBRA

<sup>3</sup> Acadêmica do Curso de Pedagogia/ULBRA-Ex-bolsista do CNPq e Bolsista voluntária

<sup>4</sup> Professora – Orientadora do Curso de Pedagogia e do Programa de Pós-Graduação em Educação/ULBRA (mcvorraber@terra.com.br)

## ABSTRACT

*This studie is inserted in the research When the postmodern invades the school: a study on new devices, identities and cultural practices, which intends to make an inventory of this new cultural repertory, trying to understand how it circulates and what produces in schools. The methodological desing includes observations, informal interviews and a survey to collect data on this repertory in public and private schools. The theoretical frame are the contemporary cultural studies in association with the studies on postmodernity and consumer and midia culture. Amongst our findings, most of them indicates strong conections between the changings in school culture and the new media and consumer culture. The funk culture emerges in this scenary.*

**Key words:** *media culture, new consumer culture, postmodernity, schools, funk culture.*

## INTRODUÇÃO

O projeto em que se inscreve este trabalho, iniciado em 2004, investiga o aparato composto por artefatos, identidades e práticas da cultura popular massiva contemporânea, que atravessam, se imiscuem, interferem ou são incorporados às práticas pedagógicas escolares. Estudam-se as “novidades” que adentram o território da escola, perturbando o cenário de cores e traçados regulares e discretos. Um dos objetivos da pesquisa é inventariar este novo repertório cultural, procurando compreender como circulam na arena cultural, como operam e o que produzem no interior da escola. Utiliza-se o referencial teórico que vem inspirando as investigações no campo dos Estudos Culturais contemporâneos, associados aos estudos sobre pós-modernidade, cultura contemporânea e mídia. Os achados têm mostrado uma forte conexão entre as mudanças nas práticas e artefatos escolares com a mercantilização, a midiaticização e a massificação da cultura. Observa-se a invasão da escola pelos ícones da cultura midiática da atualidade transformados em objetos de consumo. Mais recentemente percebemos uma forte penetração

do funk, uma cultura que parece não ter conotações políticas ou sociais e que chega para divertir. Seu modo de vestir, suas coreografias erotizadas e suas letras com tom jocoso repercutem na postura e na precocidade sexual dos seus jovens fãs. Sua batida contagiante cativou uma massa de grupos heterogêneos cultural e economicamente. Sem distinção de cor, credo, ou raça, o funk hoje faz parte da “balada” de crianças, jovens e adultos das regiões metropolitanas, e está presente nos clubes, nas reuniões em família e nas festas escolares. Sua penetração e contágio são atualmente muito fortes, em parte, porque as mídias como a tv e o rádio aliaram-se ao funk, atraindo ainda mais adeptos. Músicas e festas funk ilustram o horário nobre das tele-novelas, dos programas de rádio e de auditório, e seu ritmo já compõe jingles de anúncios comerciais. Na escola, surge nos momentos de lazer e timidamente se apresenta no seu cotidiano - no modo de vestir, nas gírias e bate-papos entre alunos, e nas danças na hora do recreio. Porém, se analisarmos o perfil de aluno que a escola e seu currículo desenham, enxergaremos o funk como um forte componente de ruptura. Isto porque a imagem de ingenuidade e submissão rela-

cionada às crianças da cultura escolar moderna está sendo irremediavelmente alterada pelas práticas desses jovens alunos pós-modernos, e aí a influência do funk se faz poderosa e inegável.

## **CULTURA DA MÍDIA, CULTURA DO CONSUMO E ESCOLA**

Observa-se, especialmente, o poder da cultura midiática na produção das subjetividades de crianças e jovens que vão à escola. Junto com eles, os artefatos, acessórios e novas práticas que adentram o cenário escolar começam a mudar a cor e os traços regulares que compõem a representação tradicional da escola. (COSTA, 2003; COSTA, 2003a)

No mundo de hoje, uma torrente de imagens e sons domina nossas vidas de forma incontrolável, criando desejos, oferecendo satisfação e envolvendo-nos em um sentimento incomparável de fruição imediata ao qual nos entregamos de corpo e alma. Estamos em um tempo em que tudo pode ser comercializado, em que adquirir seja lá o que for torna-se indispensável na vida dos cidadãos que são, independentemente de seu poder aquisitivo ou classe social, consumidores. (GARCIA CANCLINI, 1997).

Crianças, jovens, adultos e idosos são capturados e fascinados por essa teia inescapável de sedução e consumo conduzida e articulada pela mídia (COSTA, 2004; COSTA, 2004a). E é sempre bom lembrar que a mídia não se resume, hoje, a televisão, rádio, imprensa, publicidade, cinema, música e internet. É também *outdoors*, celulares, DVDs, jogos eletrônicos, telões digitais, fotografias. Os artefatos culturais que cir-

culam pelo universo midiático vão moldando gostos, desejos, sentimentos, relações, e tudo que pertencia ao foro particular e privado se torna público e imediato, modelando as subjetividades (COSTA, 2005; COSTA & BORN, 2005). Assim como outras pesquisas (COSTA & SILVEIRA, 1998; COSTA & CAMOZZATTO, 2006; FABRIS, 2006; SCHMIDT, 2006) vêm mostrando que as narrativas de textos culturais como revistas, jornais, filmes e novelas inventam identidades de docentes e estudantes, fazendo com que integrem o circuito da cultura com determinados significados, da mesma forma uma imensa e variada parafernália de artefatos e práticas culturais contribuem para moldar as paisagens escolares do início do novo milênio. Desse modo, a escola surge como um dos lugares da materialização daquilo que DEBORD (1997) denominou de sociedade do espetáculo. A escola converteu-se, hoje, em palco da cultura contemporânea do espetáculo, onde crianças e jovens, convertidos em um contingente de consumidores, constituem o que chamamos de corpo discente.

Apesar de gozar de um certo prestígio dentro da cultura, onde tem sido considerada um espaço seguro e confiável, a escola parece estar hoje despreparada para dar conta desses fenômenos contemporâneos que seduzem a infância e a juventude. Segundo STEINBERG & KINCHELOE (2001), as grandes corporações empresariais estão praticando pedagogias bem mais competentes do que a escolar:

A pedagogia cultural corporativa “fez seu dever de casa” – produziu formas educacionais de um incontrolável sucesso quando julgadas com base em seu intento capitalista. Substituindo as tradicionais palestras e deveres na sala de

aula por bonecos com uma história, reinos mágicos, fantasias animadas, vídeos interativos, realidades virtuais, heróis de tvs, Kick-boxers, livros de terror que arrepiam a espinha e uma gama completa de formas de diversão produzidas ostensivamente para adultos mas avidamente consumida por crianças, a América corporativa revolucionou a infância. (p. 15)

Os estudos de STEINBERG & KINCHELOE (2001), KELLNER (2001), HALL (1997), POSTMAN (1994, 1999), COSTA (2002), dentre outros autores do campo dos Estudos Culturais Contemporâneos, vêm nos fornecendo os subsídios teóricos para avançarmos na pesquisa, ajudando-nos a examinar e refletir sobre esses fenômenos culturais de hoje e suas implicações na escola e na educação das crianças e jovens.

Através de nossas observações nas escolas, constatamos diversos artefatos que se entram no cenário escolar. Heróis e heroínas de filmes e séries televisivas, por exemplo, entram através de bolsas, estojos, canetas, cadernos, camisetas, tênis e sandálias, tatuagens, mas igualmente pelas condutas e preferências expressas pelas crianças e jovens. *Piercings*, decalcos e toda a sorte de adereços, celulares, jogos, músicas, alimentos, etc. vão compondo os mais variados estilos e perfis de crianças, rompendo com aquela imagem de infância ingênua e desprotegida, construída e consagrada pela modernidade. Nesse trabalho optamos por apresentar e comentar a invasão da escola pela cultura da mídia e do consumo, e discutir achados que consideramos importantes, dentre eles, a entrada e disseminação da cultura *funk* na escola.

## **DELINEAMENTO METODOLÓGICO**

A pesquisa de COSTA (2004), da qual este trabalho faz parte, tem o objetivo de inventariar este novo repertório que circula em nossa cultura invadindo também as escolas. O projeto está examinando esses acontecimentos em sua materialidade, procurando compreender como circulam na arena cultural, como operam e o que produzem no universo da educação formal escolar.

O delineamento metodológico da investigação inclui, além de estudos teóricos e participação em seminários de discussão sobre o tema, levantamentos em escolas públicas e privadas da rede de ensino da grande Porto Alegre. A coleta de dados empíricos é feita mediante visitas às escolas, nas quais, além da realização de observações, também conversamos com estudantes, docentes, funcionários, bem como com pais, mães e demais familiares das crianças e jovens. As visitas são periódicas, realizadas pela coordenadora da pesquisa, por mestrandas do Programa de Pós-Graduação em Educação e pelas bolsistas de iniciação científica. Nesse último caso, acontecem, muitas delas, vinculadas à realização das atividades curriculares de estágios do curso de Pedagogia da Ulbra. As conversas são predominantemente guiadas por roteiros de entrevista previamente elaborados.

Especificamente na etapa em que coletamos dados para este trabalho, foram realizados levantamentos na mídia relacionados ao que observávamos nas escolas: super-heróis, jogos, alimentos, brinquedos, modas, preferências musicais, comportamentos e assim por

diante. Identificamos então uma verdadeira rede, um circuito composto de programas (filmes, desenhos, novelas e peças publicitárias, etc.) e produtos a eles associados. Passamos a acompanhar alguns desses programas e, para nos apropriarmos de informações mais detalhadas, investigamos o material disponível na mídia em geral e na Internet.

Percebemos que a invasão das escolas pelos artefatos e práticas conectados à cultura contemporânea da mídia e do consumo não está circunscrita a tipos específicos de escolas. Públicas<sup>5</sup> ou privadas, povoadas por estudantes provenientes de variados grupos e segmentos sociais, com níveis de poder aquisitivo extremamente distintos, todas elas estão perpassadas por essa cultura. O desejo de consumir, a posse de objetos da moda, bem como certas preferências e práticas podem ser observados em qualquer escola. Para cada tipo de consumidor há, hoje, uma versão de produto ao alcance de suas posses, sejam elas ínfimas ou abundantes. As meninas podem ter uma Barbie pagando por ela de dez a até bem mais de mil reais, comprando-a em um camelô ou em lojas especializadas de shoppings de luxo, ou mesmo recebendo-a ao ser descartada pela filha da patroa de suas mães (COSTA, 2005). O que importa é ter ou “parecer ter”.

---

<sup>5</sup> As escolas da rede pública investigadas estão situadas na periferia da zona norte de Porto Alegre, onde boa parte das famílias tem sua sobrevivência relacionada ao galpão de reciclagem, localizado nas proximidades das escolas. A carência de material escolar, bem como higiene e alimentação mais ou menos precárias estão presentes no cotidiano destes alunos, que buscam na escola a única oportunidade de escaparem das sub-condições de existência a que estão sujeitos.

## **ESCOLA E NOVOS ARTEFATOS**

Desde 2004, a pesquisa tem inventariado diferentes artefatos que atravessam a escola. Durante as observações foram muitos os achados. Constatamos que o universo Barbie, com seus tons cor-de-rosa distribuídos por roupas, material escolar, acessórios, brinquedos e adereços imprime suas marcas nas salas de aula, modelando particularmente o mundo infantil feminino. É comum observar-se as meninas não apenas portando ou vestindo objetos da Barbie, mas também imitando-a em seus penteados e condutas, e conversando com as coleginhas sobre suas propriedades (apartamentos, carros, aviões, barcos, roupas, etc.), experiências, e sobre seus namorados. O Homem Aranha também aparece com suas teias e acrobacias estampados nas camisetas, bermudas, bonés, tênis, sandálias, mochilas e cadernos dos meninos. A onda se intensifica quando novas versões das aventuras do super-herói chegam à cidade com o lançamento de novo episódio em filme. A situação se repete com outros heróis do momento, como é o caso do fenômeno Harry Potter. Jogos de cartas como os Yu-Gi-Ohs ou peões como os Beyblades também despontam e viram febre associados a desenhos e seriados de tv. As novelas produzidas no Brasil ou no México pelas grandes redes de televisão também invadem o cotidiano de crianças e jovens, criando modas e gerando debates sobre práticas e comportamentos. O seriado *Malhação* é um exemplo de novela cujos episódios desencadeiam controvertidas polêmicas que precisam ser trabalhadas pelas professoras para aliviar tensões e orientar condutas. Além desses, materiais escolares, estojos, mochilas, canetas, fichários, cadernos portando estampas

com os personagens da Disney ou de algum outro da cultura mídia, junto com alimentos como salgadinhos, chips, chicletes, balas, pirulitos e sorvetes evidenciam a onda de consumo que assola as crianças da pós-modernidade.

Em meio a essa paisagem, professoras e professores encontram-se sufocados por tantas novidades, por tantos novos artefatos que ultrapassam os muros da escola e alteram as rotinas em seu interior e as práticas pedagógicas em sala de aula. Notou-se, em nossas observações, um enorme investimento por parte dos professores para “captar” a atenção, o interesse dos estudantes. Alguns docentes estão utilizando estes próprios artefatos que invadem a sala de aula incorporados em estratégias pedagógicas. Em uma de nossas visitas a uma escola de periferia, observamos a boneca Barbie sendo utilizada para a atividade “Veste e Reveste”, na qual o corpo esguio, magro e branco da boneca foi utilizado como um modelo de corpo para as crianças terem noção de como vestir-se, de higiene, etc. DEL PRIORE (2001) e SILVEIRA (2004) têm alertado para o risco de se contribuir para a consolidação da idéia do corpo branco e esguio como modelo universal de saúde e beleza, enfim, como uma norma que se transforma em passaporte para a realização pessoal e a felicidade.

Os desenhos que antigamente eram recortados e colados em bonecos de papel perderam a graça e a atualidade. Aliás, a boneca Polly, também fabricada pela Mattel (a mesma fabricante da Barbie), parece ser uma cópia daquela antiga estratégia pedagógica. Medindo cerca de 12 cm, a boneca possui roupas de silicone que podem ser trocadas de acordo com o gosto e estilo de sua dona. Tudo muito dinâmico, com cores vibrantes, cortes e tonalidades de cabelos vari-

ados, dependendo do estilo que a menina que a possui escolher. Enquanto na sala de aula de alguns anos atrás as crianças recortavam e colavam penosamente peças de vestuário desenhados em papel ofício, a cultura do consumo e da mídia arranjou um jeito fascinante de obter a atenção das crianças de hoje, reinventando a brincadeira. A escola, assim, vai sendo invadida por novas práticas. Aprende-se a vestir, mas através de uma boneca industrializada e comercializada. Quando um professor traz a Barbie ou a Polly, e reinventa a brincadeira do veste e reveste, pode não se dar conta, mas é a cultura do espetáculo e do consumo que está dentro da escola. Sem saber o que fazer face ao conflito entre as teorias e práticas aprendidas na faculdade e o que acontece nas salas de aula de hoje, com crianças e jovens extremamente capturados pela cultura da imagem, o professor acaba se utilizando desses artefatos sem vislumbrar o que pode estar sendo produzido no interior da escola e, portanto, sem fazer uma análise do seu significado e do que produz na vida das crianças. Embora a escola seja um lugar marcado por práticas conservadoras, ela tem se transformado em palco para todo esse espetáculo da mídia, do marketing e do consumo.

## **O FUNK NA ESCOLA**

Em meio aos artefatos e práticas já mencionados, observamos que o funk, ao longo de 2005, invadiu o cenário escolar, roubando a cena, influenciando a vida das crianças e jovens que estão nas salas de aula, perturbando a ordem, a disciplina, atravessando o currículo e abalando o discurso escolar pautado na moral e nos bons costumes.

O principal passaporte para esse ingresso parece ter sido o sucesso da recente novela das oito da rede Globo de Televisão - *América* -, em que uma das protagonistas centrais da trama frequentava e divertia-se em bailes e festas *funks*. Imediatamente, uma imensa rede já existente, mas pouco conhecida, foi acionada na divulgação e disseminação das músicas e da cultura *funk*. Estações de rádio e programas de auditório na televisão encarregaram-se de transformar o ritmo *funk*, seus trejeitos e as letras das composições em verdadeira febre que perpassa todos os grupos sociais e invade, também, as escolas. Nos recreios e intervalos, pelos corredores e até mesmo nas salas de aula, meninas e meninos interpretam coreografias completas de encenações *funks*, cujos passos e trejeitos eróticos associados às letras irreverentes das canções com explícitas sugestões pornográficas fazem enrubescer familiares e professores. Como uma onda avassaladora e irrefreável, o estilo *funk*, focado na irreverência, no deboche, na inconseqüência e na superficialidade, vai se infiltrando nas roupas, nos movimentos e também nas condutas de crianças e jovens.

Ao perceber, em nossas observações, essa invasão do funk na arena escolar, partimos em busca das histórias sobre esse fenômeno da cultura musical contemporânea que contagiou o universo infanto-juvenil, e começa a montar nas escolas um espetáculo pós-moderno, onde desponta a erotização dos corpos infantis e a derrocada da imagem tradicional de desproteção e ingenuidade da infância.

Parece que o funk desceu o morro, invadiu as mais variadas classes econômicas com a intenção de alegrar e divertir, despojado de uma conotação política e ideológica, diferente de

outros movimentos nascidos na periferia, tais como o hip-hop e o rap. Matérias de jornal comentam que tendo surgido na periferia do Rio de Janeiro, em meados dos anos 90, o funk teria obtido grande destaque na mídia devido às brigas entre gangues (Comando Vermelho e Terceiro Comando), causando grande alvoroço dentro das comunidades, e destacando-se pela violência praticada.

Não há distinção entre funk e tráfico de drogas, no Rio. A maioria dos funkeiros não é vinculada ao tráfico, mas se divide 'filosoficamente' entre o Comando Vermelho e o Terceiro Comando, e vê como heróis os líderes do crime organizado. (O Globo, Rio de Janeiro, 20/10/1992)

Segundo algumas matérias, apesar de ter sido associado à violência e ao tráfico de drogas, nem todos que aderiram a esse movimento tinham participação no mundo do crime e da marginalidade. No entanto, a sociedade burguesa da época agia como se o estilo musical fosse o causador da violência na noite carioca.

Naquele período, o funk era olhado com uma aura de preconceito. Porém, com o crescente número de jovens que foram aderindo a esta nova onda, ele foi ganhando espaço nos diversos círculos sociais fazendo-se presentes na "balada" de crianças, jovens e adultos, em clubes, festas infantis, reuniões de família e recreios escolares.

Capturados pela batida contagiante, pelas coreografias insinuantes e suas letras com tom jocoso, o funk conquistou notoriedade na mídia, deixando em segundo plano a imagem dos bailes associados à violência. A entrada dos personagens denominados Mestres de Cerimônia (Mcs) trouxe mais emoção e diversão aos bai-

les. Aliado a isso, jovens das periferias sentiram-se empolgados a escrever suas próprias músicas e a formar novas duplas de Mcs. Por ser um estilo musical de produção simples, o funk não exige grandes habilidades musicais por parte de seus cantores e produtores. Mas então por que faz tanto sucesso entre os crianças e jovens adolescentes? A resposta pode estar nas letras de suas canções que trazem experiências juvenis da vida cotidiana desses jovens, abordando questões de auto-estima, namoro, sexo, traição, diversão, beleza, vaidade, festas, amizade, paixão e prazer, apontando para o desaparecimento da infância propalado por POSTMAN (1999).

Desse modo, o funk vai tomando espaço e se reproduzindo na sociedade, pois os jovens e crianças parecem cada vez mais se identificar com as letras e músicas. Em 2005, o sucesso foi incrementado quando foi abordado na novela do horário nobre de umas das principais redes de televisão do País, fazendo parte não apenas da trilha sonora como também do roteiro da novela, atravessando o núcleo principal da trama.

Mas não é apenas na telinha da tv que as crianças e jovens convivem com o sucesso do funk. As estações de rádio que se encarregam da divulgação de suas músicas também detêm a preferência do público de tenra idade.

Em uma das escolas analisadas o novo ritmo invadiu o recreio. O rádio está sempre sintonizado em uma estação que toca predominantemente este estilo, um exemplo, é a utilização do funk como pano de fundo para a fala do locutor, criando uma expectativa em torno de qual sequência musical virá a seguir. Notaram-se crianças divididas em pequenos grupos dançando, cantando, coreografando, curtindo este som até os últimos instantes do recreio.

A supervisora e diretora de uma das instituições visitadas revelaram que o funk está presente não apenas no recreio como nas apresentações realizadas pelos alunos, em tarefas curriculares e extra-curriculares. Em uma das festas realizadas na escola, para escolha da “garota” e do “garoto” da escola, os alunos e alunas envolvidos na organização escolheram as representantes das turmas não apenas por sua beleza, simpatia ou entrosamento com os colegas, mas por serem bons dançarinos de funk e as meninas, “gostosas”, segundos estes. Durante o desfile, verificou-se que o funk se fez presente no jeito de vestir, criando uma moda entre os jovens. Comprovamos o que comenta HERSCHMANN (2000): as meninas seguem o estilo de uma das funkeiras de maior sucesso da atualidade - Tati Quebra-Barraco - que veste calças jeans justas, camisetas do estilo “baby look”, boné virado para a lateral, muitas pulseiras e brincos grandes, batom de cor forte e tênis da marca Nike ou Reebok. Tati tornou-se garota propaganda de uma marca de roupas, apesar de não pertencer ao padrão de beleza utilizado pela mídia para essas campanhas. Seu discurso “Sou feia, mas tô na moda” parece ter surtido grande efeito nos adolescentes mais pobres e a indústria do consumo pegou carona nesta onda. Da mesma forma, distinguindo-se da moda masculina padrão, os meninos funkeiros adquirem diversos acessórios para se destacar neste movimento, buscando influência nos jogadores de basquete americano e do futebol brasileiro. Viseiras da Nike, correntes de prata para pescoço e cintura, usados em forma de cinto, pulseiras de silicone, cortes de cabelo engraçados, tênis das marcas Nike, Reebok, Puma, Mizzuno, entre outros, e calças largas constituem o visual funk masculino. Nas escolas públicas e privadas

observadas, não há diferença no “look” adotado, pois as versões simulacro permitem atender a todas as faixas de poder aquisitivo, padronizando um jeito de ser.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os achados têm nos apontado para uma forte conexão entre as mudanças nas práticas e artefatos escolares com a mercantilização, a midiaticização e a massificação da cultura. Os ícones da cultura midiática da atualidade estão em toda a parte, nas mais variadas versões.

Em nossos estudos observamos que o funk e outros artefatos midiáticos invadiram o cotidiano das diferentes classes sócio-econômicas, vindo a perturbar o cenário escolar. No caso do funk, seu modo de vestir, suas coreografias erotizadas e suas letras com tom jocoso repercutem na postura e na precocidade sexual de seus jovens fãs. Misturando-se a isso, a frivolidade, fragilidade e feminilidade da boneca Barbie, que povoa os sonhos das meninas há mais de cinquenta anos, também estão presentes no cenário escolar. Percebemos que o que observamos perturba a cena pedagógica, mais do isso, transforma e captura o imaginário infanto-juvenil. Educadores e a familiares já começam a perceber o caráter avassaladoramente contagiante e interpelador dessa cultura pós-moderna, onde tudo se torna espetáculo e descartável.

Se antes a escola tinha como função principal o processo civilizatório, encarregando-se da domesticação dos corpos e do governo das condutas, a escola pós-moderna vai surgindo como um dos lugares do espetáculo da cultura contemporânea, onde parece que os grilhões são de

outra natureza. Se analisarmos o perfil de aluno que a escola e seu currículo desenham, enxergaremos o funk e todos estes artefatos como um forte componente de ruptura.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COSTA, Marisa Cristina Vorraber (Org.). **A escola tem futuro?** Rio de Janeiro: DP&A, 2003. Entrevistas.

COSTA, Marisa Cristina Vorraber. A pedagogia da cultura e as crianças e jovens das nossas escolas. **A Página da Educação**, ano 12, n.128, p.34-35, out. 2003.

COSTA, Marisa Cristina Vorraber. Ensinando a dividir o mundo; as perversas lições de um programa de televisão. **Revista Brasileira de Educação**, n.20, maio/ ago. 2002.

COSTA, Marisa Cristina Vorraber. Jovens e idosos nas políticas culturais da identidade (I). **A Página da Educação**, Porto, v.13, n.137, 2004.

COSTA, Marisa Cristina Vorraber. Jovens e idosos nas políticas culturais da identidade (II). **A Página da Educação**, Porto, v.13, n.140. 2004.

COSTA, Marisa Cristina Vorraber. Pobre menina pobre, colonizaram até seus sonhos. **A Página da Educação**, Porto, v.14, n.146, jun. 2005.

COSTA, Marisa Cristina Vorraber. **Quando o pós-moderno invade a escola: um estudo sobre novos artefatos, identidades e práticas**

culturais. Canoas: ULBRA; Porto Alegre: UFRGS. 2004. Projeto de pesquisa apoiado pelo CNPq.

COSTA, Marisa Cristina Vorraber; BORN, Lílian Ivana. Crianças, telemóveis e o desaparecimento da infância. **A Página da Educação**, Porto, v.14, n.148. ago./set. 2005.

COSTA, Marisa Cristina Vorraber, CAMOZZATTO, Viviane Castro. O magistério nas novelas da tv. In: COSTA, Marisa Cristina Vorraber (Org.) **O magistério na política cultural**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006 (no prelo).

COSTA, Marisa Cristina Vorraber; SILVEIRA, Rosa Maria Hessel. A revista Nova Escola e a constituição de identidades femininas. In: BRUSCHINI, Cristina; HOLLANDA, Heloisa Buarque de (Orgs.). **Horizontes plurais: novos estudos de gênero no Brasil**. São Paulo: FCC; Editora 34, 1998.

COSTA, Marisa Cristina Vorraber; SILVEIRA, Rosa Maria Hessel; SOMMER, Luis Henrique. Estudos culturais, educação e pedagogia. **Revista Brasileira de Educação**, n.23, p.36-61, maio/ago. 2003. Número Especial: Cultura, culturas e educação.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Tradução Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DEL PRIORE, Mary. Brinquedo perigoso. In: DEL PRIORE, Mary. **Histórias do cotidiano**. São Paulo: Contexto, 2001.

FABRIS, Eli T. Henn. O cinema e o “Oscar” do magistério In: COSTA, Marisa Cristina Vorraber (Org.) **O magistério na política cultural**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006 (no prelo).

GARCIA CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 3 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

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

HERSCHMANN, Micael. **O Funk e o Hip-Hop invadem a cena**. Rio de Janeiro: Ed.UFRJ, 2000.

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

POSTMAN, Neil. **O desaparecimento da infância**. Tradução Susana Carvalho e José de Melo. Rio de Janeiro: Graphia, 1999.

POSTMAN, Neil. **Tecnopólio – a rendição da cultura à tecnologia**. Tradução Reinaldo Guarany. São Paulo: Nobel, 1994.

SCHMIDT, Sarai Patrícia. Professoras e professores nas lentes do jornal. In: COSTA, Marisa Cristina Vorraber (Org.) **O magistério na política cultural**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006 (no prelo).

SILVEIRA, Rosa Maria Hessel. Uma boneca pedagógica universal? **A Página da Educação**, Porto, v.13, n.132. mar. 2004.

STEINBERG, Shirley. A mimada que tem tudo. In: STEINBERG, Shirley; KINCHELOE, Joe L. (Orgs.) **Cultura Infantil – A construção corporativa da infância**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

STEINBERG, Shirley; KINCHELOE, Joe L.

(Orgs.). **Cultura Infantil** – A construção corporativa da infância. Tradução George Eduardo Brício. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

STEINBERG, Shirley; KINCHELOE, Joe L.

Sem segredos: cultura infantil, saturação de informação e infância pós-moderna. In: STEINBERG, Shirley; KINCHELOE, Joe L. (Orgs.). **Cultura Infantil** – A construção corporativa da infância. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.