Documento padrão para submissão de trabalhos ao
XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

A COR DA CULTURA:
rompendo o silêncio

Por Ana Paula Brandão[1]

Fundação Roberto Marinho – Canal Futura

Resumo:

O silêncio, a ausência de som significa. Não falar sobre algo é contribuir para o continuísmo e a imobilidade. O racismo no Brasil é assim, silencioso, invisível. O presente artigo tem por objetivo discutir a relação entre educação, mídia e etnia, a partir da contextualização do projeto **A Cor da Cultura**, de valorização da cultura e história afro-brasileira. Como a mídia e a escola podem contribuir para as estratégias de desconstrução do racismo.

Palavras-chave:

mídia; etnia; educação; afro-brasileiro; negro

Invisibilidade.

Invisível é a qualidade daquele que não pode ser visto. Ver, entendida como percepção do mundo exterior pelos órgãos da vista, é um ato automático. Agora, ver, enxergar, é, como nos diz o Dicionário, alcançar com a vista, ver o que está fora e/ou distante; descortinar, avistar. (Houaiss, 2004) Este artigo propõe refletir sobre a invisibilidade do negro em nossa sociedade.

No Canal Futura, meu endereço profissional desde 1997, exerço atualmente a coordenação do Projeto A Cor da Cultura. É um projeto de valorização da cultura afro-brasileira, que reúne material audiovisual junto com cadernos de textos, jogo educativo e cd musical, há ser implementado em 7 estados brasileiros, para um universo de 4000 professores em 2000 escolas. Numa dessas viagens ouvi de uma de nossas

[1] Historiadora; Mestre em Comunicação e Cultura ECO/UFRJ; professora da Universidade Veiga de Almeida; coordenadora do Projeto A Cor da Cultura; Coordenadora da Mobilização Comunitária do Canal Futura.

capacitadoras[2] – nome dos profissionais selecionados para ministrar o curso de formação para os professores – que uma amiga dela afirmava nunca ter visto negros em sua cidade, Campo Grande, Mato Grosso do Sul, que só vira negros em visita ao Rio de Janeiro. Não há negros em Campo Grande? Obviamente que sim; assim como em todas as cidades brasileiras – principalmente se incluirmos nesta "categoria", negro, todos os afro-descendentes. Mas ela não enxergava. Porque?

O negro é invisível porque não é reconhecido. Não que não se vejam negros por aí, eles estão por toda parte. Estão, mas, ao mesmo tempo, não estão; porque não são vistos como cidadãos, como parte integrante – legítima – do corpo social brasileiro. São vistos, quando associados a elementos e funções específicas sociais, como, por exemplo, no esporte. Ver significa reconhecer, e o negro não é reconhecido em sua integralidade; vê-se representado e representando na mídia esteriótipos: o ladrão, a cozinheira, a mulata gostosa, o sambista malandro.

Este artigo tem por objetivo apresentar e discutir o projeto *A Cor da Cultura* como um espaço político, legitimado e construído por agentes sociais diversos imbuídos de uma mesma preocupação: mudança. Mudar os modos de dizer[3] sobre o cidadão negro, transformar a imagem do afro-descendente na sociedade.

A Cor da Cultura, fruto de uma parceira entre a sociedade civil, organizações não governamentais e governo federal, começou a se concretizar a apenas um ano, em forma de 56 programas televisivos e um kit educativo a ser distribuído em seis estados brasileiros.

Produzido por uma Fundação que há 25 anos trabalha com projetos educativos, *A Cor da Cultura* apresenta uma novidade: programas educativos focados na temática negra. E a justificativa para a existência desse movimento é a percepção de que é urgente e necessário romper o silêncio.

A Cor da Cultura busca em seus programas atualizar, informar, recuperar, melhor, reescrever a história dos afro-descendentes no país. É um projeto afirmativo, político, voltado não apenas para negros e mestiços, mas para toda a população

[2] Capacitador é um termo repleto de simbologia; capacitar pressupõe uma incapacidade, o que seria incongruente com a visão de educação que compactuo. Mas é, no entanto, o nome comumente utilizado nestas atividades de formação de professores.

[3] ***Modos de dizer*** é uma categorização apresentada por Milton Pinto que aponta no discurso os ***modos de mostrar***, ***modos de interagir*** e ***modos de seduzir***, que correspondem ao uso da linguagem e de outras semióticas na disputa pelo poder dentro do processo comunicacional.

brasileira. Digo político porque nosso objetivo é a educação; e a educação é um processo político.

DISPUTA PELO PODER SIMBÓLICO

A sociedade organizada impõe regras de acesso e permanência aos seus membros e a Educação é uma das instituições sociais previstas para o seu pleno funcionamento. Transmitir conhecimento, formalmente estabelecido, é uma regra a ser cumprida, e mais, é desejável e necessário. Dada sua importância, passa a ser também um ato legitimador de pertencimento social.

A Educação é aqui investigada em sua face política e social. Ou seja, compreendemos a Educação sob um aporte político, um campo permeado por disputas de poder.[4] Entendemos o campo da Educação como um espaço de luta, de embate, de disputa pelo poder simbólico[5]; como um mercado no qual se negocia seu espaço, seu *lugar* no mundo.

Esses embates pelo poder simbólico podem – e devem – ser percebidos também através dos meios comunicacionais, entendidos como um espaço profícuo de disputas, de produção, de circulação e de consumo de sentidos. A partir da influência de uma série de elementos externos – rede social da qual faz parte – e internos – a própria estrutura de funcionamento do suporte em questão, que pode ser jornal, televisão, rádio, etc. –, a mídia atua como moduladora dos acontecimentos, na medida em que os agenda, referencia as fontes, seleciona as falas, normatiza a gramática cultural utilizada e produz os sentidos que influenciam na construção da realidade e na forma de o sujeito se referenciar com o mundo. (Marques, 1997:526)

Admitindo que a informação é um suporte político estratégico e indispensável à ação dos atores sociais, a mídia, em especial o jornalismo, tornou-se parte do jogo das

[4]Baseamo-nos em obra de Antonio Gramsci para definir poder. Gramsci considera que o exercício da hegemonia é obtido por consentimento e não somente pela simples submissão. Entendo o poder, então, como resultado de um contínuo processo de negociação, fruto de alianças políticas e ideológicas. Hegemonia implica em uma aceitação, por parte dos dominados, das regras impostas pelo dominante; mas essa aceitação não é tácita e automática, é repleta de ambivalências e contradições. Esta aceitação, esse consenso é um processo negociado, mas é uma negociação, na maioria das vezes, dirigida pelo Estado – por Estado "deve-se entender, além do aparelho governamental, também o aparelho 'privado' de 'hegemonia' ou sociedade civil" (Gramsci, 1977:147)

[5] O poder simbólico, segundo Pierre Bourdieu, surge como todo o **poder** que consegue impor significações que são naturalizadas como legítimas. Assim, os símbolos afirmam-se como os instrumentos de integração social, tornando possível a reprodução da ordem estabelecida.

relações sociais de poder e da própria constituição ou agendamento[6] do fato. Em outras palavras, o fato ou evento social passou a constituir um acontecimento relevante ou não, conforme o empenho ou o peso atribuído pela mídia. A mídia, portanto, ao apresentá-los, também interpreta e avalia a sua importância, conforme a sua lógica e interesses. Em sua tarefa de mediação, de elaboração das regras de funcionamento e de visibilidade na esfera pública, a mídia torna-se responsável pelo acesso do público em geral à informação. Sabemos que todo sujeito falante – mesmo que através da mídia – não realiza um discurso desinteressado; ao contrário, direciona sua produção de sentidos para atingir eficazmente seu campo de recepção.

Sabemos que informar o leitor/ouvinte/espectador, significa, também, formá-lo, prepará-lo, torná-lo capacitado a entender e reconhecer as marcas características deste ou daquele discurso, entendendo-o como uma prática social. Usar a mídia como ferramenta de transformação social é o objetivo do projeto *A Cor da Cultura*, pois entendemos que a televisão é um importante veículo midiático influenciador para as atitudes raciais. "Os programas televisivos constituem um mediador ímpar na apresentação de um mundo hierarquizado, com normas e valores demarcados em relação aos grupos raciais que compõem a sociedade". (Cavalleiro, 2005)

Embora não seja este o objeto deste artigo, não me refuto a argumentar sobre a questão da representação. Como se ver negro num país que se enxerga branco? Como se orgulhar de sua história se seus símbolos são todos brancos/ocidentais? Seria, como nos diz Bourdieu (1999:08),

> a lógica da dominação, exercida em nome de um princípio simbólico conhecido e reconhecido tanto pelo dominante como pelo dominado, de uma língua (ou uma maneira de falar), de um estilo de vida (ou uma maneira de pensar, de falar ou de agir) e, mais geralmente, de uma propriedade distintiva, emblema ou estigma, dos quais o mais eficiente simbolicamente é essa propriedade corporal inteiramente arbitrária e não predicativa que é a cor da pele.

TELEVISÃO COMO FERRAMENTA

[6] A hipótese de Agendamento ou *Agenda-setting* tem sido usada nos trabalhos de recepção a partir dos anos 60. Baseia-se nos seguintes pressupostos: através de um fluxo contínuo de informação, os meios de comunicação influenciam sobre o receptor a médio e longo prazos; isto é, a mídia agenda determinados assuntos que passam a ser incluídos nas preocupações do público receptor. A agenda da mídia termina por se constituir também na agenda individual e mesmo na agenda social.

Os programas do projeto *A Cor da Cultura* são veiculados no canal Futura, um canal educativo, implementado pela Fundação Roberto Marinho, e mantido por empresas privadas.

A televisão educativa no Brasil sempre foi associada – não sem motivo – a uma programação maçante, pouco atraente e muito formal. O que, a princípio, poderia explicar a baixa audiência das tevês educativas que, não dispondo de recursos, não podem oferecer uma programação atraente. Mas não é apenas isso, a televisão no Brasil nunca foi vista como potencialmente educativa, sendo sempre relacionada a um aspecto jornalístico e de entretenimento.

> Planejar estratégias didáticas e comunicacionais, selecionar conteúdos e organizá-los de maneira lógica e planejada é o ponto diferencial entre a televisão que pretende educar e a televisão que pretende simplesmente vender.(Bittencourt, 1995)

A televisão extrapola os limites espaciais pré-definidos – como cultura, arte, informação, lúdico –, ela abarca tudo, criando uma miscelânea audiovisual que fascina.

O mundo passa a ser virtual, os espaços e temporalidades são suprimidos. É "a desterritorialização da atividade social dos contextos de presença, liberando-a das restrições que impunham os mapas mentais, os hábitos e as práticas locais".(Martín-Barbero) Na televisão encontramos a equivalência de todos os discursos: tudo passa pela mídia, tudo é igual, tem o mesmo peso, os mesmos valores; enfim, política, finanças, drama, publicidade, ciência, tudo faz parte do espetáculo.

A televisão tem o poder de (re)criar a realidade; é a telerrealidade (Sodré, 1992:9-20), onde o real ganha uma edição. Apesar de aparentar objetividade, a imagem televisual exibe uma realidade criada, ou recriada, partindo de artifícios técnicos e metodológicos. Só existe o que a televisão mostra. Só é real se aparecer na tela; trata-se da construção do primado da imagem sobre o conteúdo e, conseqüentemente, do processo ou movimento da opinião sobre a política — melhor, o real. A imagem torna-se mais real que a que a própria realidade.

Esse "jogo" psicanalítico entre telespectador e televisão, entre desejo e projeção, em que a televisão incorpora a representação de nossas ambições, projeções do que desejamos é o que explica a relação de dependência. A TV nos dá o sonho, o desejo, a

fantasia. Mas tudo dentro de um certo padrão, de um esquema, de uma estrutura. Ela não subverte, ao contrário, reafirma a ordem e os esquemas sociais ritualizados.

> Podemos dizer que é a partir do presente vivido e experienciado que são emanadas as condições que constituem a memória do sujeito e de onde os elementos da identidade serão forjados. Com efeito, também é no presente-vívido que são forjados os filtros visuais, os modos pelos quais as noções e formulações que recortam os registros midiáticos são construídos e operados. Falar dos aspectos que marcam a atualidade e nossa contemporaneidade é falar de uma civilização da imagem, de uma civilização que recorre a imaginação figurativa para se relacionar ou imitar os objetos, quer sejam percebidos por meio da visão ou de outros sentidos (som, tato etc).
>
> Imagem, aqui, requer uma definição que reinstitui esta condição contemporânea e dá relevância ao fenômeno da percepção humana[7]. E, desse modo, poderemos considerar, ao menos, quatro níveis de percepção da imagem: a) as imagens propriamente ditas, aquelas que identificam pessoas (fotos de identidade, de família); b) imagens de imagens, é o caso da foto de uma cena televisiva, foto de uma foto, de um quadro e de um evento. Aqui classificamos qualquer reprodução de uma representação gráfica; c) as imagens de não-imagens: créditos dos artistas, técnicos e direção de um filme que mantém relação com as imagens das citadas metáforas visualizadas – cabelo em pé, arrepio; d) não-imagens de imagens, índices, como descrição as verbais, gestuais, sonoras de imagens[8]. (Tavares, 2005)

Ciro Marcondes Filho (1994:18) afirma que a televisão é um membro integrante da modernidade, mas que é, ao mesmo tempo, um sistema que abre espaço para um mundo posterior a ela, o mundo da era técnica: atua como um transmissor de formas narrativas clássicas, de formas representativas convencionais, da mesma forma que transmite uma variedade de "espetáculos", como *shows*, esportes, humor, variedades de imagens, sons, cores e, ao mesmo tempo, permitindo uma interação, através do controle remoto, com o meio – que tem o poder de gerar um novo tipo de receptor, um telespectador agora mais participativo, uma audiência flutuante, fragmentada, uma audiência típica do efeito *zapping*.[9]

Mas como a educação pode acompanhar esse ritmo frenético? O mais comum hoje é observarmos o distanciamento entre a educação tradicional, aquela aprendida nas escolas, e aquela apreendida no dia-a-dia desta era tecnológica. Há que se pensar sobre a questão da inserção da educação nos complexos processos de comunicação da

[7] Esta noção aparece articulada à idéia de'percepção' em Ponty, Maurice Merleau, *Fenomenologia da Percepção* , Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 1971. Na obra de Ponty, percepção compreende a articulação como um fato psíquico em diálogo com a experiência do sujeito e que parte do que o autor supõe ser um pensamento total ou pensamento orgânico.
[8] Casasús, José, *Teoria da imagem*, Rio de Janeiro: Salvat Editora, 1979.
[9] "Zapear" significa "viajar" por todos os canais televisivos de uma maneira rápida, quase instantânea, utilizando para isso o controle remoto.

sociedade atual. Como adaptar a estrutura escolar hermética tradicional à nova realidade, a este "saber mosaico" que circula na sociedade? (Marcondes Filho, 1994:20)

> É óbvio que nesse processo a televisão não opera por seu próprio poder, mas que catalisa e radicaliza movimentos que estavam na sociedade previamente, como as novas condições de vida e trabalho que estão minando a estrutura patriarcal da família (...) (Martin-Barbero)

A televisão ainda é vista em alguns espaços escolares formais como a antítese da produção de conhecimento, sendo tratada apenas como espaço de diversão e espetáculo.

Mas ao ser acusada pela escola de todos os males e vícios que cercam a juventude, a televisão revela justamente o que os novos regimes da imagem catalisam de mudança na sociedade: desde o deslocamento das fronteiras entre razão e imaginação, entre saber e informação, natureza e artifício, arte e ciência, a conexão das novas condições de saber com as novas formas de sentir e as novas figuras da sociedade. Ou seja, a televisão promove a emergência de uma nova subjetividade e de um novo projeto de saber que questiona o caráter monolítico e transmissível do conhecimento, que revaloriza as práticas e as experiências, que busca um saber mosaico.(Martín-Barbero)

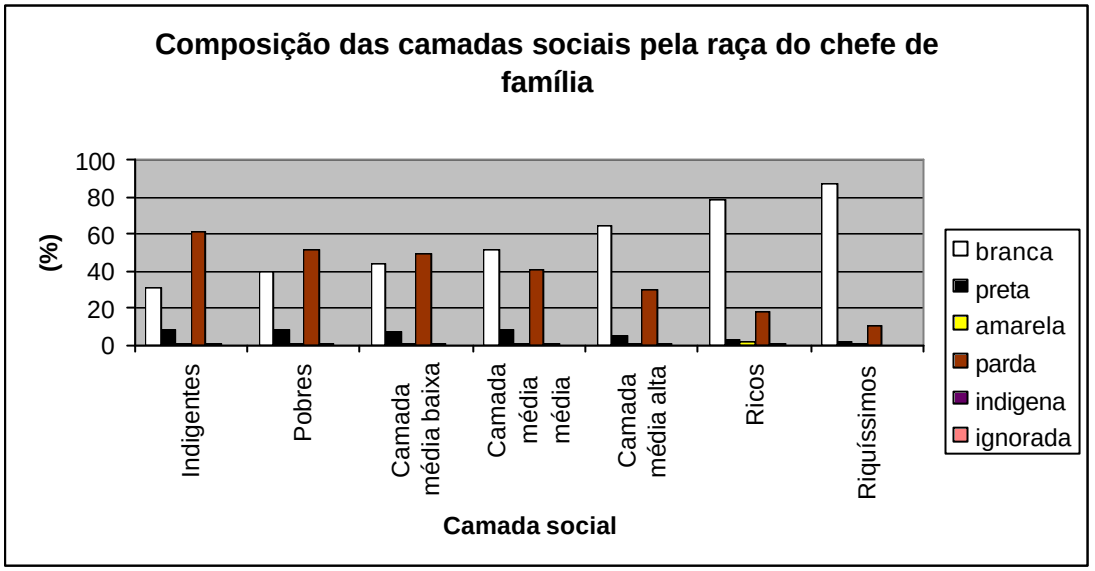
A imagem e as novas tecnologias podem e devem ser usadas no campo da educação como um eficiente dispositivo de produção de conhecimento, servindo ora como campo mediador de toda a fluidez informativa, ora como provedor de conhecimento. Se a escola é o local onde o aluno deve ter contato com novas formas de conhecimento, então é fundamental que ela explore de maneira criativa e crítica os meios massivos e as tecnologias informáticas.

O projeto *A Cor da Cultura* pretende ser uma ferramenta para o professor em sala de aula. São cinco blocos de programação que atingem diferentes faixas de público: desde o infantil, com *Livros Animados*; o *Ação*, um jornalístico que mostra experiências positivas de organizações e grupos sociais que trabalham com jovens negros; o *Mojubá*, que, a partir da temática religiosa de matriz africana, aborda diferentes aspectos culturais e históricos da população afro-descendente; o *Heróis de Todo Mundo*, série de programas em que se apresentam biografias de personalidades negras que foram destaque em diversas áreas de atuação; e o *Nota 10*, programa que mostra experiências

educativas bem-sucedidas na utilização e no trabalho em sala de aula com materiais didáticos que trabalhem a questão do negro.

Nestes programas todos temos um grande protagonista: o negro. E porquê?

Vivemos num país desigual, com um grande abismo entre os mais ricos e os pobres. Os pobres, em sua maioria, são negros ou pardos – negros e pardos representam 45% da população total, mas 63% dos pobres e 70% dos indigentes. Vejam os dados abaixo:



Na educação este abismo é ainda mais flagrante: segundo estudo do IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica e Aplicada), a partir dos dados do IBGE, uma diferença marca as estatísticas sobre adultos com mais de 25 anos que não haviam completado o ensino fundamental: 57,4% eram brancos e 75,3%, negros.

O mercado de trabalho confirma uma exclusão que começa na escola. As diferenças de nível de escolaridade entre negros e brancos são um sintoma de desigualdade, perpetuando-a, num efeito bola de neve. O negro é excluído da escola e, como se isso não fosse suficiente, é punido por não ter tido acesso a ela na hora de procurar em emprego.

EDUCAÇÃO E TELEVISÃO

Entendemos que a televisão, em especial programas como os feitos para *A Cor da Cultura*, podem ajudam a configurar identidades. Ao se ver na tela, não em situação de risco, mas na escola, ou trabalhando, ele reconstrói a sua imagem, ele a re-significa. Numa sociedade dominada pelo branco, em que esteticamente a pela alva e os cabelos lisos reinam absolutos, ver-se na tela num papel protagonista, pode fazer toda a diferença na sua vida, especialmente se falamos de crianças.

Paulo Freire nos ensina que a visão do educador deve ser, necessariamente, contaminada pela imagem do educando, ou seja, "ensinar exige reconhecimento e a assunção da identidade cultural".(Freire, 1996:41) Essa perspectiva está presente no projeto *A Cor da Cultura*, o reconhecimento do *Outro*, respeitando, incorporando e valorizando as experiências do *Outro*.

Este reconhecimento do *Outro* parte de um reconhecimento institucional e real do direito de cada um de combinar estratégias com o mundo vivido. É o respeito às diferenças, ao espaço e à cultura do Outro. Mas a escola nem sempre é capaz de perceber isso. Uma das causas é, sem dúvida, reflexo do abismo que se formou no ensino escolar. A antiga cultura escolar correspondia à concepção da escola como agência de socialização e familiarização dos alunos com valores universais, sem respeitar suas diferenças sociais e culturais. Essa estrutura tem de ser rompida.

Segundo Tavares, baseando-se na obra de Walter Benjamin, a história é uma composição de imagens.

> Idéia essa que identifica as imagens como expressões de processos vivenciados e historicamente constituídos, que se projetam nas experiências implícitas e explícitas realizadas pelos sujeitos. Vê-se, aqui, portanto, como resultante desse argumento, a efetiva influência da mídia eletrônica sobre as identidades (raciais, sexuais, geracionais e étnicas) como um desafio extremo de responsabilidade social. Mesmo quando se considera identidade como um fenômeno móvel e não-fixo, pode existir uma poderosa influência na sua formação, devido à interpelação da mídia na cultura identitária e à força simbólica por ela constituída.
>
> Revela-se, pois, que o aspecto invasivo da mídia visual, mesmo em situações específicas, acaba sendo tirânico, como no caso da guerra-santa deflagrada pelas igrejas evangélicas contra as religiões e teologias afro-brasileiras. Problema que deve ser considerado como crucial, pois o volume de informações processadas neste oceano visual pode, sem dúvida, acarretar situações de uma profunda prática de irresponsabilidades. Se essas não forem submetidas a um controle ético-político, aquelas informações serão capazes de desenvolver territórios e mesmo

> mapas cognitivos, absolutamente distorcidos, estereotipados e desrespeitosos em relação ao projeto cultural que se pretende reerguer.

O Canal Futura realiza um trabalho, denominado Mobilização Comunitária, em que são experenciadas as possibilidades que os programas televisivos apresentam. Esse trabalho é baseado na metodologia de Mobilização Social, desenvolvida por Bernardo Toro.

Segundo Toro, uma ação de mobilização deve falar para os re-editores, que seriam as pessoas que têm um público próprio (seriam os formadores de opinião) ou um conjunto de pessoas que possuem credibilidade e legitimidade para propor e modificar ações e mensagens. Pode ser um político ou um padre, um líder comunitário, que porventura possuam seguidores que aceitem suas idéias e propostas de ação. (Toro, 2001:14)

> El secreto (la clave) para lograr una movilización exitosa es poder identificar el conjunto de "re-editores" que pueden movilizar y comprometer a las personas que se requieren para lograr los propósitos establecidos. Una reforma social ocurre cuando se logra afectar la vida cotidiana de la sociedad. (2001:15)

Concordando com Toro, quando ele afirma que "a comunicação é a capacidade que tem a sociedade de fazer circular os sentidos dessa ou de outras sociedades" (1996b:70), consideramos a mobilização justamente o processo de fazer circular sentidos não hegemônicos, sentidos que geralmente são silenciados pelos discursos dominantes. A televisão sozinha não é capaz de dar conta desses processos sozinha; ao contrário, ela favorece a particularização, o individualismo. A ação mobilizadora reestabelece os vínculos, fortalece a **rede** através de ações conjuntas.

Quando falamos em rede nos referimos a elas como espaços sociais – e como tais, são arenas dos embates sociais e de lutas políticas; são espaços de articulação de campos e eixos de poder. Que circulam, se movimentam, negociam, recuam e atacam conforme os processos políticos e sociais determinam.

Ao trabalhar uma temática tão complexa, cheia de áreas de confronto, o projeto A Cor da Cultura busca consolidar estas redes; é um projeto construído por várias mãos.

CONCLUINDO...

> A palavra foi também pensada como desocultação. A palavra que dá a ver. Há olhares que são cegos sem a palavra. Nomeadamente o olhar crítico. Melhor dito: a palavra como "esclarecimento" do olhar sem a qual este se condena à cegueira crítica. A cegueira é uma espécie de grande silêncio do sentido, uma ocultação que a palavra nunca inteiramente pode compensar. (Cardoso Cunha, 2001)

A Cor da Cultura tem por objetivo – pretensioso, diga-se de passagem – dar voz a quem não tem. Tornar visíveis aqueles que não são vistos. Tornar explícito, mesmo que isso não soe agradável, que nós estamos aqui.

A Cor da Cultura é o contrário do silenciamento, que é que se faz no Brasil há centenas de anos. Entenda-se, "o silêncio não é a ausência de palavras. Impor silêncio não é calar o interlocutor, mas impedi-lo de sustentar outro discurso."(Orlandi, 1997:105) O que vemos no Brasil é quase o total impedimento de mostrar o diferente, de mostrar o outro lado, o que não é usual – isso não quer dizer que ele não exista ou seja raro, difícil de encontrar, ao contrário, o que não é mostrado, o outro, é a maioria, está em todo lugar, mas em silêncio.

Esse é um verdadeiro processo de censura, aqui entendida "não em nível de informação, mas de circulação e de elaboração histórica dos sentidos assim como sobre o processo de identificação do sujeito em sua relação com os sentidos". (Orlandi, 1997:110) Ou seja, nossa identidade é forjada a partir de pressupostos falsos, incompletos, que, mais tarde, constituem o cerne do preconceito.

Segundo Sodré (1999:245) podemos nominar quatro fatores do que ele chama de racismo mediático: a negação, em que a mídia tenta negar a existência do racismo; o recalcamento, que esconde ou minimiza o papel do negro na história brasileira; a estigmatização, em que se desqualifica o negro por causa de seus traços, cor da pele, cabelos, etc; e a indiferença profissional, em que a grande mídia, focada no lucro, não se detém sobre causas públicas ou políticas, além do fato de que poucos profissionais negros estarem empregados na mídia brasileira.

Sabemos que a identidade é sempre construída com relação ao outro; não existe, portanto uma identidade negra, construída naturalmente; essa identidade aparece a partir da discriminação cultural operada por indivíduos e grupos de cor clara.(1999:255)

Parece-nos evidente que as oportunidades de um indivíduo dependem não só de seu pertencimento social, mas também do gênero e da cor/raça; logo, a Educação precisa pensar como trabalhar estas questões, como incluir em seus projetos educativos a noção de diferença.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ARAÚJO, Inesita, BRANDÃO, Ana Paula, RIBEIRO, Janine. **Redes discursivas em movimento**. RJ. Texto apresentado na COMPÓS 2002.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. RJ: Bertrand do Brasil, 1999.

CARDOSO E CUNHA, Tito. **O silêncio na Comunicação**. In < http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=cunha-tito-cardoso-silencio.html>

FERRÉS, Joan. **Televisão e educação**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. 3 ed. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia**. RJ: Paz e Terra, 2005.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão: a vida pelo vídeo**. São Paulo: Moderna, 1988.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Nuevos regímenes de visualidad y des-centramientos culturales**. Texto apresentado em conferência ECO/UFRJ. s.d.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

MUNANGA, Kabengele. **Superando o racismo na escola**. Brasília, 2005.

ORLANDI, Eni P. **As formas do silêncio**. Campinas: Pontes, 2000.

PINTO, Milton J. **Comunicação e Discurso**. São Paulo: Hacker Editores, 1999.

SODRÉ, Muniz. **Claros e Escuros: identidade, povo e mídia no Brasil**. 2ª ed. Petrópolis: Vozes, 2000.