

INDÚSTRIA CULTURAL E EDUCAÇÃO: DISCUTINDO DESAFIOS E POSSIBILIDADES NA EDUCAÇÃO BÁSICA

Roselaine Ripa

(CEAD/UDESC roselaine.ripa@udesc.br)

Resumo: O objetivo desse trabalho é apresentar os resultados da ação de extensão “A indústria cultural invade a escola brasileira: construindo ações na Educação Básica”, que integrou o Programa de Extensão “Diálogos entre Indústria Cultural e Educação: desafios e possibilidades na Educação Básica – Etapas I e II (Edital Paex 2015 e 2016), desenvolvido no Centro de Educação a Distância (CEAD), da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC). O programa é fundamentado na necessidade existente de trazer para o universo escolar a reflexão ausente sobre os meios de comunicação social e suas mensagens, identificando possibilidades de seu uso na Educação Básica para despertar consciências críticas. Atualmente, vivemos em uma sociedade que, apesar de propagar os avanços tecnológicos conquistados, revela-se “administrada”, ou seja, revela em suas entranhas a fetichização da técnica, a reificação das consciências e o poder da indústria cultural. Essa é uma reflexão ausente nos momentos de formação docente e, por isso, a ação de extensão teve o propósito de contribuir, por meio de oficinas e mini-cursos, com profissionais da educação de dois municípios do estado de Santa Catarina, momentos de discussão sobre como a indústria cultural invade a escola. Foi possível realizarmos uma aproximação dos conceitos que fundamentam o projeto (indústria cultural e semiformação), bem como analisarmos possibilidades de práticas pedagógicas que possibilitassem um posicionamento crítico dos estudantes diante das mensagens propagadas pelos meios de comunicação social. Com base nas avaliações realizadas pelos envolvidos na ação e registros dos participantes sobre as rodas de conversas, atividades em grupo e produções estéticas realizadas, observou-se que a maioria dos profissionais da educação destaca que é necessário reagir e resistir “aos espetáculos” que a indústria cultural nos impõe e permitir reflexões críticas sobre essa temática, independentemente do conteúdo e/ou disciplina, durante o processo de ensino-aprendizagem na Educação Básica.

Palavras-chave: Indústria Cultural, Tecnologia, Educação Básica, Formação Docente, Extensão.

*Onde terei jogado fora
meu gosto e capacidade de escolher,
minhas idiossincrasias tão pessoais,
tão minhas que no rosto se espelhavam,
e cada gesto, cada olhar,
cada vinco da roupa
resumia uma estética?
Hoje sou costurado, sou tecido,
sou gravado de forma universal,
saio da estamperia, não de casa,
da vitrina me tiram, recolocam,
objeto pulsante mas objeto
que se oferece como signo de outros
objetos estáticos, tarifados.
Por me ostentar assim,
tão orgulhoso de ser não eu,
mas artigo industrial,
peço que meu nome retifiquem.
Já não me convém o título de homem
Meu nome novo é Coisa,
Eu sou a Coisa, coisamente.
Carlos Drummond de Andrade*

1 INTRODUÇÃO

Carlos Drummond de Andrade, no poema *Eu etiqueta*, nos ajuda a pensar no papel que tem sido atribuído ao ser humano na sociedade atual: “homem-anúncio itinerante e escravo das mensagens das marcas anunciadas”. O eu, transformado em etiqueta, esconde e tende a aniquilar a identidade e a capacidade do homem de fazer escolhas, a ponto de ser denominado “Coisa”, como denunciado na epígrafe: “Já não me convém o título de homem. Meu nome novo é Coisa, Eu sou a Coisa, coisamente”. A exigência de ceder aos apelos das marcas globais torna-se a sua demissão como ser pensante, criativo e capaz de gerenciar imagens e percepções. Para o poeta, isso é a decadente transformação do eu em coisa (RIPA, 2015).

A discussão sobre relação entre indústria cultural e educação ainda precisa se efetivar na escola e na formação docente. Muitas vezes a abordagem fica restrita às possibilidades de usar as mídias para ensinar melhor determinado conteúdo em detrimento de uma discussão sobre as influências da indústria cultural na vida dos indivíduos.

Por isso, efetivar uma discussão envolvendo mídia e educação na escola, segundo Belloni (2012), torna-se indispensável para a efetivação da cidadania, dos direitos à educação de qualidade e à comunicação para crianças e adolescentes. Tais questões estão expressas desde a Convenção da ONU sobre os direitos da Criança e do Adolescente (1989) e, no caso desse trabalho, estão relacionadas às ações de extensão realizadas desde 2015, intitulada “A indústria cultural invade a escola brasileira: construindo ações na Educação Básica”, que integrou o Programa de Extensão “Diálogos entre Indústria Cultural e Educação: desafios e possibilidades na Educação Básica – Etapas I e II” (Editais Paex 2015 e 2016), desenvolvido no Centro de Educação a Distância (CEAD), da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC).

Nos tópicos a seguir, apresentaremos os resultados dessas ações realizadas com os profissionais da educação de dois municípios do Estado de Santa Catarina, com o objetivo de efetivar diálogos e construir reflexões críticas sobre as mensagens propagadas pela indústria cultural, incentivando o posicionamento crítico e a ressignificação da cultura, propósitos do programa de extensão universitária em questão.

2 JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS

Na sociedade atual, o poder da indústria cultural faz-se presente em todos os lugares, influenciando a percepção, os sentidos humanos e a capacidade dos indivíduos de estranhar e resistir, para serem submetidos às imposições do processo da semicultura. Os pensadores da Teoria Crítica destacam que a indústria cultural marca decisivamente a cultura contemporânea, promovendo as condições psicológicas e materiais da debilitação do ser humano. Indústria cultural é a expressão cunhada por Theodor W. Adorno e Max Horkheimer (1996), na obra *Dialética do Esclarecimento*, filósofos da chamada Escola de Frankfurt. Segundo Adorno (1975), a expressão indústria cultural substituiria cultura de massa, pois esta satisfaz aos interesses dos detentores dos meios de comunicação, que divulgam a cultura como se esta fosse algo que surgiria espontaneamente das massas. Já a indústria cultural não pode ser considerada apenas indústria, pois reproduz as imposições da lógica da padronização e da racionalidade técnica e conserva, através da máscara ideológica, formas individuais de produtos. Ao mesmo tempo não é apenas cultura, pois não configura os produtos simbólicos de acordo com suas leis, mas em harmonia com as leis de mercado (ADORNO, 1975).

Podemos destacar que vivemos em uma sociedade em que predomina a ausência de reflexão diante das manifestações da indústria cultural. A articulação dos diversos meios de comunicação social, que recebem a sua força da totalidade do sistema, contribui para que o indivíduo abandone as tentativas de se apropriarem da cultura de forma viva, pois considera que os supostos conhecimentos divulgados já são suficientes para lhe tornar informado e capaz de discutir os problemas sociais.

Os sistemas de comunicação social são utilizados como vitrine para os produtos da indústria cultural, influenciando os hábitos, opiniões e consumos dos indivíduos. O entendimento de que a mídia possui um poder de influência e interferência nas vidas alheias está cada vez mais difundido e aceito. Porém, este mesmo discurso não se apresenta como capaz de conduzir a uma atitude crítica diante das mensagens da mídia. Tudo indica que continua havendo uma dificuldade em identificar de maneira consistente os pontos positivos e negativos que permeiam os meios de comunicação social. Eles tendem a lançar moda e gírias, a criar atos de consumo, a moldar a opinião pública, a influenciar o gosto musical e a disseminar valores e crenças. Estes aspectos reforçam a importância

da existência de estratégias de educação para a mídia no processo de formação de telespectadores e cidadãos mais conscientes e preparados diante dos desafios da vida contemporânea.

Os alunos chegam à sala de aula impregnados de mensagens midiáticas, transmitidas pela televisão e cada vez mais pela internet. Porém, tal fato parece estar sendo ignorado pelos professores, que acreditam apenas nos conteúdos planejados e destinados a sua disciplina. Muitos professores introduzem a televisão, o vídeo e a Internet na sala de aula apenas como um recurso para atingir seus objetivos pedagógicos, esquecendo-se, contudo, de trabalhar sobre os meios e suas mensagens. Maar (1995) destaca que a verdadeira escola do Brasil atual tende a continuar sendo os meios de comunicação social, pois são eles que têm assumido a função de formação (ou de-formação) nacional.

(...) Assim, a “indústria educa(na)cional” se realiza prioritariamente pelos meios de comunicação de massa - TV, Rádio etc. - que associam a sua grande penetração à condição sistêmica, impessoal da comunicação. Esta é a verdadeira “escola” do Brasil atual - enquanto “função de formação nacional” - e sua capacidade “formadora” - melhor: “de-formadora” - se reflete no comportamento “popular” do eleitorado, na organização social, nas reivindicações sindicais, etc. (MAAR, 1995, p.192)

Não se trata de atribuir aos meios de comunicação social um papel perverso capaz de manipular e “de-formar” uma nação. O importante é perceber que a indústria cultural invade também a escola e, diante disso, reagir “aos espetáculos” que estes meios nos impõem, ou seja, é necessário despertar na comunidade escolar a necessidade de formar alunos que estejam dispostos a questionar as mensagens que estão sendo transmitidas. As crianças e os adolescentes, por meio das propagandas, vinculadas por diferentes meios, veem-se compelidos a adquirir o produto que está em evidência. Com isso, o consumismo exacerbado consegue atingir seus objetivos: vender logos que são adquiridos como acessórios culturais e filosóficos de estilo de vida, que levam o consumidor a acreditar que “de publicidade ambulante” consiga se metamorfosear em sujeito.

3. O DESENVOLVIMENTO DAS ATIVIDADES NA ESCOLA

A metodologia para a ação de extensão foi norteadada pelos princípios da pesquisa ação, fundamentada em Thiollent (2009), que caracteriza-se como método intervencionista com a finalidade de provocar mudanças no cenário real, em busca de solução para o problema em questão

conforme os objetivos propostos. A etapa do diagnóstico e análise da situação e necessidade dos atores torna-se fundamental e adequada para as atividades extensionistas. Portanto, para este momento, foram realizadas discussões com os participantes da escola de educação básica estadual do município de Florianópolis sobre os conceitos que envolvem a indústria cultural, tecnologia, mídia e educação. Com base nesta fase exploratória, foram organizados momentos de discussão, estudos e avaliação com os profissionais da escola para fomentar a reflexão crítica sobre a mídia e encontrar formas alternativas de desenvolver o projeto de ação intervencionista.

Os encontros aconteceram no segundo semestre de 2015 na biblioteca da própria escola após o término das aulas. As atividades fizeram parte do cronograma de formação continuada organizado pela escola a partir do projeto político pedagógico. Mesmo assim, além de duas integrantes da equipe gestora, apenas 06 professores participaram dos encontros, sendo 04 dos anos iniciais e 02 dos anos finais do ensino fundamental. Ao mesmo tempo, é importante ressaltar que a participação desses profissionais nas discussões e propostas foi efetiva, contribuindo para que a ação atingisse seus objetivos.

No primeiro momento foram realizadas discussões iniciais sobre os conceitos que envolvem a educação para mídia. Para isso, exibimos partes do documentário “Criança a alma do negócio” (2007), dirigido pela cineasta Estela Renner e produzido por Marcos Nisti, para que os participantes pudessem socializar seus conhecimentos, percepções e experiências na realidade onde atuam. Aproveitamos esse momento para apresentar os conceitos de indústria cultural e semiformação e sua relação com a educação. Conseguimos a partir dessa discussão traçar um diagnóstico da realidade local e das necessidades dos participantes. De forma participativa e coletiva, optamos por focar nos próximos encontros a leitura de propagandas de forma crítica para que pudessem também contribuir com o desenvolvimento da leitura de mundo dos estudantes.

Nesse momento, reconhecemos tal como os estudos anteriores demonstraram (RIPA, 2005), que os indivíduos acreditam que os meios de comunicação social possuem um conteúdo desinteressado e democrático, capazes de gerar conhecimento amplo e deixá-los integrados ao mundo globalizado. Porém, desconhecem que o veículo utilizado para a divulgação também se insere no âmbito do esquema abrangente da indústria cultural, levando adiante a tendência em capturar a consciência do público por todos os lados.

Assim como mal podemos dar um passo fora do período de trabalho sem tropeçar em uma manifestação da indústria cultural, os seus veículos se articulam de tal forma que não há espaço entre elas para que qualquer reflexão possa tomar ar e perceber que o seu mundo não é o mundo (ADORNO, 1975, p. 346-347).

Vivemos em uma sociedade em que predomina a ausência de reflexão diante das manifestações da indústria cultural. A articulação dos diversos meios de comunicação social, que recebem a sua força da totalidade do sistema, contribui para que os indivíduos abandonem as tentativas de se apropriarem da verdadeira cultura de forma viva, pois consideram que os supostos conhecimentos divulgados já são suficientes para lhe tornar informado e capaz de discutir os problemas sociais.

A sedução diante das diversas manifestações da indústria cultural pode ser percebida em indivíduos de todas as idades. Porém, as crianças e os jovens, que permanecem grande parte do seu dia assistindo os acontecimentos do mundo através dos veículos que a indústria cultural utiliza no processo de difusão da semicultura, despertam os interesses dos detentores destes veículos, que elaboram seu conteúdo para atingir especialmente esta faixa etária.

Em todo o caso, pode-se encarar um meio de comunicação que atinge incontados milhões e que frequentemente supera qualquer outro interesse, sobretudo no caso de jovens e crianças, como uma espécie de voz do espírito objetivo, ainda que este não mais resulte espontaneamente do jogo de forças da sociedade mas seja planejado em moldes industriais (ADORNO, 1975, p. 351).

Para contribuir com as necessidades ressaltadas pelos participantes, selecionamos 5 (cinco) propagandas televisivas destinadas ao público infantil para que pudéssemos discutir e reconhecer as estratégias e mensagens veiculadas. Durante a primeira exibição os participantes puderam destacar as percepções iniciais e após as socializações de exemplos, conceitos e experiências foram realizadas intervenções para que outros elementos fossem problematizados: a composição das linguagens, as estratégias utilizadas para induzir a necessidade do consumo dos produtos e as possibilidades de realizar as leituras das mensagens com os alunos nas diversas disciplinas.

Dando continuidade às discussões, foi proposto a análise do plano de aula intitulado “Entendendo uma propaganda”, publicado no Portal dos Professores, que é mantido pelo Ministério da Educação. O plano destaca dois objetivos: compreender as características de uma propaganda e desenvolver um olhar crítico em relação aos textos que compõem as propagandas. A partir desses objetivos os participantes puderam analisar a proposta das rodas de conversa, do roteiro de discussão da propaganda do chocolate “Baton” e da criação de anúncios que convençam que um

determinado produto é de péssima qualidade e de propagandas que convençam o consumidor de que o produto é de ótima qualidade.

De acordo com os participantes essas atividades contribuíram para que pudessem se posicionar mais criticamente sobre as mensagens midiáticas e ajudaram a reconhecer a necessidade de ampliar as abordagens sobre a relação entre a indústria cultural e educação nas suas práticas pedagógicas, sendo que as próximas ações pretendem que os próprios participantes elaborem propostas para serem discutidas e desenvolvidas com sua turma de alunos.

Na etapa II do projeto, que aconteceu em 2016, essas atividades foram propostas para profissionais de outro município do estado de Santa Catarina. Estiveram presentes aproximadamente 40 professores da rede municipal, com atuação nos anos iniciais do Ensino Fundamental, em atividades que fizeram parte dos momentos de formação continuada daquele sistema de ensino.

Nesse momento, houve a inclusão de mais duas ações. A primeira foi uma leitura coletiva, seguida de uma roda de conversa sobre o Conto “Cinderela Nunca mais”, de autoria de Juliana Gonçalves (2012), que atualiza o conto de fadas a partir da discussão do consumo. A segunda foi a elaboração de produções estéticas, por meio de imagens de revistas, sobre possibilidades de resistir às propagandas destinadas ao público infantil.

Sobre a temática, os participantes destacaram:

“As questões foram relevantes, uma vez que tratam da realidade nas escolas, dentro de casa e nas nossas vidas em geral.” (Participante 1)

“Gostei do tema abordado, achei de grande valia pois fizemos uma reflexão em grupo, falamos dos meios de comunicação e como muitas vezes induzem ao consumismo, e também como é importante saber usar os meios (de tecnologias que temos), a Internet e celulares em sala de aula, como uma ferramenta e aliada ao nosso trabalho.” (Participante 2)

Reconhecemos por meio desses relatos e demais dados das avaliações aplicadas ao final da ação que os participantes reconhecem que o tema deve ser discutido junto à comunidade escolar, ampliando a reflexão e possibilidades de práticas pedagógicas.

Sobre a metodologia proposta, os participantes destacaram:

“As atividades propostas foram muito bem planejadas e adequadas à temática proposta.” (Participante 3)

“As práticas e as dinâmicas foram fundamentais e colaboraram de forma significativa para nós como educadores, diante de vários pontos de vista que faz com que refletimos em algumas ações na escola.” (Participante 4)

Sobre as discussões realizadas, observamos os seguintes relatos:

“A discussão foi válida, faz pensar e repensar nosso papel enquanto profissionais e pais. Mais ainda, rever o papel de cidadãos atuantes nesta sociedade.” (Participante 5)

Sobre os pontos a melhorar na execução da ação, identificamos:

“Sei que não existe receita pronta, mas gostaria que houvesse mais exemplos de como se trabalhar esse assunto em sala de aula.” (Participante 6)

“Só acho na minha opinião que deveriam relatar um pouco mais os prós e contras sobre o assunto.” (Participante 7)

Nos relatos observamos a fala dos participantes de como as ações vivenciadas durante os encontros contribuíram para que o tema fosse discutido. Ao mesmo tempo, indicaram que seria importante mais posicionamento e exemplos de possibilidades de como levar essa discussão para os alunos na Educação Básica, algo que será considerado e melhor problematizado pelos coordenadores nas próximas propostas.

Para finalizar, destacamos um depoimento recebido pelos participantes nas observações finais do formulário de avaliação:

“Foi bastante interessante a visão demonstrada pelos professores. Bastante relevante para abordarmos com nossos alunos sobre a questão do consumismo. Nos faz refletir sobre nosso próprio consumo, se está adequado ao futuro que queremos para nosso país.” (Participante 8)

Considerando os relatos anteriores, percebemos que é possível promover discussões acerca das relações entre indústria cultural e educação. Como afirma Adorno (1996), a formação cultural ainda não desapareceu, sendo necessário buscar vestígios da dimensão formativa no contexto da semiformação. Apesar de se revelar uma tarefa difícil de ser cumprida na sociedade construída pela indústria cultural, as relações sociais vigentes precisam ser transformadas, pois cotidianamente negam a formação cultural verdadeira aos indivíduos que estão inseridos num mundo injusto,

desigual e bárbaro. O colapso da formação cultural pode ser percebido em qualquer parte, apesar de apresentar-se camuflado em muitas situações.

Para Adorno (1995), a formação cultural sozinha não conseguiria garantir a transformação da sociedade, mas poderia representar um momento essencial para o processo de conscientização da necessidade de transformação das situações vigentes. Apesar das imposições de bens culturais ajustados, a semicultura não conseguiu eliminar completamente os elementos que poderiam contribuir para que a formação cultural seja resgatada, tais como: a autonomia, a liberdade, a autodeterminação e a racionalidade. Com isso, os indivíduos poderiam perceber a necessidade de resistir e criar meios para a transformação da sociedade vigente. Talvez, resistindo, sejamos capazes de identificar e questionar a invasão que a indústria cultural realizada também na escola e provocar nos profissionais da educação uma discussão mais efetiva sobre o tema.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Trazer para a formação docente a discussão ausente sobre a relação entre indústria cultural e educação é um desafio. Nesse sentido, a escola enquanto instituição que tem o dever de contribuir para o desenvolvimento da autorreflexão crítica dos indivíduos, para a autonomia e para a emancipação, possui papel fundamental. A sociedade administrada impõe um processo educativo que possui como objetivo formar indivíduos integrados a ela. A necessidade de trilhar os caminhos de uma educação emancipatória contribuiria para a formação de indivíduos autônomos, capazes de buscar a sua identidade, resgatar a sua subjetividade, o seu eu

As ações de extensão, articuladas ao ensino e à pesquisa, ao envolver profissionais da Educação Básica na discussão dessa temática têm potencial para promover reflexões críticas sobre as mensagens propagadas pela indústria cultural e possibilitar a efetivação de alternativas de apropriações culturais comunicativas, num contexto em constante transformação. Uma atitude urgente para a construção da cidadania.

4. REFERÊNCIAS

ADORNO, T.W. Televisão, consciência e indústria cultural. In: CONH, G. (Org.). **Comunicação e Indústria Cultural**: leituras de análise dos meios de comunicação na sociedade contemporânea e das manifestações da opinião pública, propaganda e cultura de massa nessa sociedade. São Paulo: Editora Nacional, 1975. p. 346-347.

ADORNO, T. W, HORKHEIMER, M. **A dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1996.

ADORNO, T.W. **Educação e Emancipação**. Trad. Wolfgang Leo Maar. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.

ADORNO, T. W. **Teoria da Semicultura**. Tradução Newton Ramos-de-Oliveira com col. de Bruno Pucci e Cláudia de Moura Abreu. In: Educação e Sociedade. Campinas: Papirus. Ano XVII, no.56, dez.1996, pp. 388-412.

BELLONI, M. L. **Mídia-Educação**: a mediação escolar indispensável para a cidadania. In: __ O que é mídia-educação. 3ª ed. Campinas, SP: Autores Associados, 2012.

CRIANÇA, a alma do negócio. Produção: Estela Renner e Marcos Nisti. São Paulo: Maria Farinha Produções, 2007. 90 min. Color. Port.

GONÇALVEZ, Juliana. **Cinderela Nunca Mais**. São Paulo: Vozes, 2012.

MAAR, W. L. À Guisa de Introdução: Adorno e a Experiência Formativa. In: ADORNO, T.W. **Educação e Emancipação**. Tradução de Wolfgang Leo Maar. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.

PORTAL DO PROFESSOR. Entendendo uma Propaganda. Disponível em: <http://portaldoprofessor.mec.gov.br/fichaTecnicaAula.html?aula=13505> Acesso em 18 nov. 2015.

RIPA, Roselaine. **Indústria Cultural e Educação**: qual é a minha marca? Dissertação de Mestrado. São Carlos, São Paulo: UFSCar, 2005.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da Pesquisa-ação**. 17a. ed. São Paulo: Cortez Editora, 2009.