

## Indústria Cultural, tecnologia midiática e educação: desafios à formação crítica

*Cultural Industry, media technology and education: challenges  
to critical formation*

*Industria cultural, tecnología de medios y educación: desafíos a  
la formación crítica*

Marta Regina Furlan de Oliveira  
Universidade Estadual de Londrina  
marta.furlan@yahoo.com.br  
<https://orcid.org/0000-0003-2146-2557>

Adriana Regina de Jesus Santos  
Universidade Estadual de Londrina  
adriatecnologia@yahoo.com.br  
<https://orcid.org/0000-0002-9346-5311>

Rogério da Costa  
Secretaria Estadual de Educação do Paraná  
ipbrogerio@yahoo.com.br  
<https://orcid.org/0000-0001-9812-9264>

### RESUMO

Objetiva-se refletir acerca da tecnologia midiática no contexto da Indústria Cultural e suas implicações para a educação e o processo formativo crítico dos sujeitos envolvidos. O estudo é fruto de discussões dos grupos de pesquisa da linha de Formação de Professores do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Estadual de Londrina. Destarte, a tecnologia midiática (televisão, *smartphone*, entre outros) propaga ideologias e informações associadas à produção de mercadoria e consumo, necessitando, assim, de uma formação crítica imanente. Para tanto, como metodologia, utilizou-se a abordagem qualitativa e estudos bibliográficos, tendo como princípio o método crítico-reflexivo alicerçado na Teoria-Crítica — autores como Marcuse (1975), Adorno e Horkheimer (1985) e leituras que dialogam com essa base teórica. Como resultado, constatamos a necessidade de (re)pensar o cenário midiático atual e seus impactos no processo formativo dos sujeitos escolares, em prol de uma nova configuração além da mercadoria e da instrumentalização da razão.

**Palavras-chave:** Indústria Cultural. Tecnologia. Mídia. Educação. Teoria Crítica.

### ABSTRACT

*This text aims to reflect about technology and media in the context of the Cultural Industry and its implications for education and the critical formative process of the subjects involved. It's the result of discussions developed in research groups related to the line of Professors*

*Education at the State University of Londrina, in the state of Paraná. Media technology (television, smartphone, among others) propagates ideologies and information associated with the production of goods and consumption; thus needing immanent critical training. The methodology used was a bibliographic study in the light of the Critical Theory in Marcuse (1975), Adorno and Horkheimer (1985) and readings with authors who dialogue with this theoretical basis. As a result, it's necessary to (re)think the current media scenario and its impacts on the formative process, specifically, of school subjects, in favor of a new configuration of the look beyond the merchandise and the instrumentalization of reason.*

**Keywords:** Cultural Industry. Technology. Media. Education. Critical Theory.

## RESUMEN

*El objetivo del texto es reflexionar sobre la tecnología y los medios de comunicación en el contexto de la Industria Cultural y sus implicaciones para la educación y el proceso formativo crítico de los sujetos involucrados. Es el resultado de discusiones en grupos de investigación de la línea de Formación Docente en la Universidad Estatal de Londrina, en el estado de Paraná. La tecnología de medios (televisión, teléfono inteligente, entre otros) propaga ideologías e información asociadas con la producción de bienes y consumo; por lo tanto necesita entrenamiento crítico inmanente. La metodología utilizada fue un estudio bibliográfico a la luz de la teoría crítica de Marcuse (1975), Adorno y Horkheimer (1985) y lecturas con los autores que dialogan con esta base teórica. Como resultado, es necesario (re)pensar el escenario mediático actual y sus impactos en el proceso formativo, específicamente, de las asignaturas escolares, a favor de una nueva configuración distanciada de la mercancía y la instrumentalización de la razón.*

**Palabras clave:** Industria cultural. Tecnología. Medios de comunicación. Educación. Teoría Crítica.

## Introdução

Ao tratar da sociedade contemporânea no contexto da Indústria Cultural, deparamo-nos com uma significativa trajetória das práticas culturais articuladas pelas tecnologias midiáticas de informação e comunicação. Práticas que, evidentemente, produzem, não somente novas rotinas, mas que também configuram novas modalidades de compreensão e de representação dos seus significados entre os sujeitos envolvidos. Assim, desde a presença do rádio e televisão até o *smartphone*, há o envolvimento dos indivíduos com os meios tecnológicos e midiáticos da sociedade.

Essa relação entre a técnica e os indivíduos sociais, de certa forma, tem exigido cada vez mais espaço nas práticas cotidianas (de forma macro e micro), transformando, não somente as relações sociais, mas também o processo formativo dos sujeitos. Essas ferramentas midiáticas (rádio, cinema, televisão, imprensa, satélite de comunicações,

meios eletrônicos e telemáticos de comunicação, *smartphone* etc.) promovem a difusão da informação, que constitui um meio intermediário de expressão capaz de transmitir mensagens, ideologias, valores e comportamentos e potencializa o processo informativo e formativo dos sujeitos envolvidos.

Essas ferramentas tecnológicas estão se tornando muito mais do que somente um espaço de socialização, mas, principalmente, o ponto chave para o desenvolvimento de estratégias de aprendizagem e formação humana. Assim, mediante os processos de apropriação dos significados socioculturais, evidencia-se a presença da tecnologia midiática na vida dos indivíduos. No entanto, ela ainda necessita ser contemplada pelas instâncias de compreensão e análises pedagógicas pertinentes.

Diante disso, a problemática envolvente é: como tem sido constituída a relação entre tecnologia e cultura midiática na sociedade regida pela Indústria Cultural e quais as implicações para o contexto formativo e escolar? Com a questão lançada, o texto tem como objetivo principal refletir acerca da tecnologia e mídia no âmbito da Indústria Cultural e suas implicações para a educação e o processo formativo crítico dos sujeitos envolvidos.

É notória a presença das tecnologias midiáticas no cotidiano das pessoas, de tal maneira que, a todo momento, os indivíduos são expostos a diversos produtos e conteúdos que divertem, seduzem e oferecem inúmeras oportunidades de acesso à informação, interação e troca de conhecimentos e experiências. Sendo, pois, envolvidos pelo poder e pela praticidade das mídias eletrônicas fascinantes e inesgotáveis no campo tecnológico, os indivíduos, cada vez mais, buscam sua inserção nesse contexto atual.

Como metodologia, utilizou-se a abordagem qualitativa e estudos bibliográficos, tendo como princípio o método crítico-reflexivo alicerçado na Teoria-Crítica, com autores como Marcuse (1975), Adorno e Horkheimer (1985) e leituras secundárias de autores como Türcke (2010), Kellner (2001), Sodré (1987), que fazem confluências com essa base teórica. Assim, mesmo que com publicações em épocas anteriores a este século, são atuais em suas discussões e apontamentos sobre a tecnologia midiática e educação.

No primeiro momento deste ensaio, será realizada uma reflexão sobre a Indústria Cultural, tecnologia midiática e a nova linguagem da informação e comunicação representada pelo uso do computador, da internet, da televisão, do *smartphone*, da seção seriada, das histórias em quadrinhos, do cinema, dos ambientes virtuais e hipermídia, das redes sociais temáticas e de tantos outros meios e formatos tecnológicos conectados à internet. No segundo momento, a reflexão será feita pelo processo de compreensão crítica

das implicações dessa cultura tecnológica e midiática no processo formativo, principalmente no que se refere ao contexto escolar.

A tarefa dos profissionais educacionais consiste em intervir para compreender em profundidade essas relações e desenvolver alternativas pedagógicas práticas na relação entre tecnologia e educação, em prol da construção do conhecimento e a autonomia do pensamento. Para tanto, há a necessidade, pela escola, da promoção da crítica imanente viabilizada pelo trabalho intencional docente em sintonia com o processo de compreensão das potencialidades e implicações do uso dos recursos tecnológicos e midiáticos em seu saber-fazer pedagógico.

Desse modo, na relação entre professor e alunos, é desafiador o trabalho com a tecnologia midiática pelo viés do processo educativo crítico e emancipatório como antítese ao processo de barbárie estabelecido por meio das relações “tecnificadas”.

## Tecnologia e Mídia: reflexões no cenário da Indústria Cultural

Ao tratar do assunto da tecnologia e cultura midiática no contexto social vigente, é perceptível sua importância e contribuição no que se refere ao processo de aceleração e integração das informações em grande escala. Os sujeitos, desse modo, convivem com um conjunto de conhecimentos e informações a serviço da produção e dos avanços da ciência e da técnica. Estes são, muitas vezes, propagados pela cultura tecnológica e mídia. Nesta perspectiva, os olhares e ações são voltados para certas “ilusões” de vida, de formação, de pensamento e de socialização que se entrecruzam com os elementos mercadológicos e consumistas advindos da Indústria Cultural.

No plano ideológico, em que tudo isto ocorre, trata-se de uma dissolução do social pela exacerbação do individual, bem como a materialização em evidência dos limites da própria cultura humanitária. Desde o rádio até os instrumentos tecnológicos mais modernos — como *smartphones*, microcomputadores de bolso, entre outros —, presenciamos um notável paradoxo: “por um lado ocorre uma exacerbação visual do eu sem precedentes na história. Simultaneamente, o fato desta exacerbação ser tornada pública em tempo real implica a destruição da privacidade” (BERNARDO, 2014, p. 73).

A realização prática deste paradoxo é um dos maiores triunfos ideológicos do capitalismo tardio, que enceta uma época de incontestada dominação via processo de manipulação e sedução da Indústria Cultural. Para Adorno e Horkheimer (1985), esta

indústria promove o sujeito autômato, moldado e condicionado pelo sistema. O indivíduo é condicionado a enxergar somente as características comuns nas várias situações que lhe apresentam.

Assim, Bernardo (2014, p. 73) afirma:

Enquanto a ideologia econômica do mercado e a ideologia política da cidadania proclamam o livre-arbítrio, o quadro de determinações do modo de produção, através da sua **materialização tecnológica**, condiciona as pessoas a fazerem exatamente aquilo de que o Mercado e a política necessitam — ao mesmo tempo destruírem o social pela conservação no individual e diluírem as fronteiras do indivíduo pela supressão da privacidade. (Grifo nosso).

Com a visão condicionada, há a apresentação, pela Indústria Cultural, de uma totalidade falsa, e a formação cultural do indivíduo é fragilizada, residindo em seu caráter antirreflexivo o praticismo e a manutenção dos conceitos e normas sociais. Ou seja,

[...] A cultura tornou-se ideológica não só como supra-sumo das manifestações subjetivamente acalentadas do espírito objetivo, mas na mais ampla escala, também como esfera da vida privada [...] A vida se converte em ideologia da reificação e, a rigor, em **máscara mortuária** [...] Quanto mais totalitarista for a sociedade, tanto mais reificado estará também o espírito e tanto mais paradoxal será o seu intento de escapar por si mesmo à reificação. (ADORNO, 1949 apud COHN, 1994, p. 86-91).

Diante disso, não há como negar que a tecnologia faz parte de nossas vidas. Entretanto, o que nos angustia e provoca a pensar é como essas informações estão sendo veiculadas e processadas pelos sujeitos envolvidos, principalmente pelos sujeitos desde a mais tenra idade.

Kellner (2001) afirma que a tecnologia midiática impõe, de forma ideológica, à sociedade uma determinada cultura que, por sua vez, é um instrumento de controle ideológico que assegura e fortalece as concepções capitalistas ditadas pelo sistema. Por meio de um processo massificante, a tecnologia e a mídia ditam como deve ser desenvolvida a ação no mundo social e cultural, submetendo os indivíduos a um fluxo de imagens e sons dentro de suas próprias casas, o que resulta na dominação de suas vidas e de seus pensamentos e valores.

Para Sodré (1987, p. 11), essas imagens apresentam, no “real”, um conjunto de valores e representações que a classe dominante considera importante e quer manter por

meio do imaginário social. “A forma televisiva (veículos tecnológicos e midiáticos) é o índice da consolidação dessa cultura adequada à sociedade civil de hoje”. Nesse sentido, há o empoderamento da cultura midiática veiculada pela televisão e outros dispositivos móveis conectados à internet. Isto provoca nos indivíduos a busca incansável do ter em detrimento do ser. Nessa busca, a fetichização das coisas e da mercadoria é enaltecida, quando há o empobrecimento das relações humanas em detrimento do desejo individual consumista.

Türcke (2010) esclarece a respeito desses modernos confeccionadores de notícias ao afirmar que precisam frequentemente decidir em questão de minutos (ou mesmo segundos) quais notícias querem veicular. Não há tempo para se preocuparem com questões morais e educacionais de sua atividade noticiosa. O que realmente têm como objetivo é a pressão concorrencial pertencente ao capitalismo.

Os comportamentos, ideias e ações vão sendo moldados em sintonia com as manipulações midiáticas e tecnológicas, no sentido de provocar desde a infância a formatação de uma consciência adaptada e coisificada pela lógica de mercado e consumo. Assim, nesse mundo marcado pela adaptação das pessoas aos clichês da Indústria Cultural e da cultura midiática, seus valores e concepções de vida são alterados, implicando na busca de satisfações humanas imediatas (desejos realizados pelo consumo, pela utilidade). Ou seja, o supérfluo vira necessário e vice-versa (MARCUSE, 1975).

Na sociedade da mercadoria, a informação e a mídia se fortalecem juntas ao produto. Suas propagandas atingem maior raio de divulgação da ideologia para o consumo, expansão comercial e familiarização com suas marcas e produtos, provocando os desejos de consumo, bem como a cultura de inúmeras sociedades (STRAUBHAAR, 2004). É perceptível também o “determinismo cultural”, em que os significados são estabelecidos pelas comunicações midiáticas, condicionando e determinando a vida do indivíduo pela padronização da informação, assim como seus pensamentos e suas atitudes.

O avanço da dominação técnica representada pela mídia televisiva transformou-se, segundo Horkheimer e Adorno (1991), num poderoso instrumento utilizado pela Indústria Cultural, a fim de conter o desenvolvimento da consciência das massas. Sabe-se, conforme as palavras dos autores, que a citada indústria “impede a formação de indivíduos autônomos, independentes, incapazes de julgar e de decidir conscientemente” (HORKHEIMER; ADORNO, 1991, p. XIX).

Vive-se, portanto, no auge do consumo, em que a sociedade é movida pelo lucro e pela mercadoria. Esse processo é amparado pela Indústria Cultural, que tem por função condicionar o consumo e impulsionar os modismos. Sua potência, esclarece Adorno (1995), está na articulação dos “veículos”, de modo que limite a reflexão e a consciência da sociedade, colocando em evidência não as pessoas, mas sim os produtos que se devem usar, os comportamentos que se devem ter e, principalmente, o que se deve consumir e como fazê-lo.

A atual conformação social e econômica dá margem à convicção de estarmos vivendo em tempos melhores. A ordem capitalista insiste, como parâmetro de sustentação, no talento educado. A promessa de felicidade é acalentada constantemente. Melhor dizendo, renovam-se em cada indivíduo novos objetos destinados a promover comodidade e conforto. A difusão de produtos e recursos eletroeletrônicos é deveras espantosa. Os meios de comunicação de massa reforçam que o trânsito nesse reino encantado depende da vontade e do empenho de cada um. Reacende-se o otimismo acerca de um futuro de progresso infinito e, por conseguinte, de bem-estar.

Nesse sentido, a tecnologia midiática (*smartphone*, microcomputadores de bolso, entre outros) torna-se o “principal instrumento da Indústria Cultural” devido à rapidez com que se divulga uma tendência de moda, manipula a massa, ocupando lugar de destaque, não só no nosso meio, mas em todo mundo capitalista. (ADORNO, 1995). De fato, os veículos audiovisuais se articulam de tal maneira que não há espaço para o pensamento crítico e reflexivo dos sujeitos, repercutindo o processo de adaptação e propagação de ideologias voltadas ao mercado e ao consumo. “Quer dizer, é no conjunto de todos os seus procedimentos (cinema, televisão, rádio, revistas ilustradas e histórias em quadrinhos), na sua harmonia, que se forma o clima da Indústria Cultural” (ADORNO, 1995, p. 239).

Essa realidade consumista e midiática atinge também o espaço educacional quando este se torna adaptável aos moldes dessa indústria de cultura. Essa adaptação é percebida pelos mecanismos de fetichização da técnica em prol da formação humana, da padronização dos sujeitos e da própria manifestação “pedagógica” do saber utilitarista.

Conforme apontamentos de Adorno e Horkheimer (1985), as tecnologias midiáticas têm dominado e infantilizado os alunos e professores que, muitas vezes, são seduzidos irracionalmente para esses fetiches técnicos. No caso dos alunos, apresentam certa dificuldade em se envolver e se apropriar da cultura escolar, pois seus pensamentos e emoções se convertem submissamente aos desejos da técnica com, por exemplo, o uso

do celular, *notebook*, televisão, *smartphone*, microcomputadores de bolso, etc., implicando, dessa maneira, dos mesmos olharem o cotidiano escolar e as pessoas que lá habitam. Ela é o caráter compulsivo da sociedade alienada em si mesma (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 114).

De fato, podemos afirmar que a tecnologia midiática é sedutora, porque emite os códigos da realização dos desejos e dos sonhos. Essa mesma sensação é vivenciada em espaços educacionais, por exemplo, quando a tecnologia, pelo uso da televisão, celular, computador, redes sociais etc., é imersa no espaço de sala de aula, como forma de distração, entretenimento, espetáculo e outro tipo de sensação. Os benefícios que poderíamos abstrair deste aparato técnico, infelizmente, ficam apenas nos discursos pedagógicos. Caso a mediação não aconteça no cotidiano escolar, o espaço formativo torna-se mais um alvo para a disseminação da cultura de massa, do consumo e da propagação do “ter em detrimento do ser”.

Diante disso, é possível perceber, no cenário da Indústria Cultural, a proliferação da cultura midiática em todos os setores da vida social: na cultura, na política, na religião, na economia, na educação etc., disseminando seus valores e seus ideais de mercadoria e de consumo. No caso da tecnologia midiática — objeto do nosso estudo —, ela tem influenciado de maneira significativa na vida das pessoas e contribuído, seja de forma benéfica, seja de forma maléfica, para a constituição de valores, conceitos, ideias, comportamentos, entre outros.

Adorno (1995) afirma que, no caso da televisão, por exemplo, ela assume a função (de)formativa. A tevê, nesse sentido, contribui para a divulgação de ideologias, bem como direciona, de maneira equivocada, a consciência dos espectadores para olhares do que realmente a mídia quer influenciar, com a propagação da instrumentalização da razão, do conformismo e da adaptação dos indivíduos.

Türcke (2010) traz a discussão sobre a Indústria Cultural enquanto o estágio do desenvolvimento social no qual os bens culturais não mais apenas circulam como mercadorias produzidas em massa. Nesse prisma, percebemos a presença da cultura midiática intrinsecamente relacionada a uma sociedade do consumo e da mercadoria que se volta ao atendimento às demandas de mercado, produção e consumo, propagando esse novo tempo social e mercadológico.

Nesse sentido, a mídia e as demais tecnologias de informação e comunicação funcionam como intermediárias entre a agência de propaganda que quer vender o seu

produto e investe em audiência pelo telespectador. Assim, a tecnologia midiática pode ser vista como uma “possível” aliada da Indústria Cultural, contribuindo na divulgação de ideologias e na conformação do indivíduo em relação ao produto ou mercadoria.

Não é de se estranhar esse processo de conformação frente à tecnologia quando nos deparamos com situações cotidianas de pessoas que, depois de um dia “duro” de trabalho e estresse, ao chegar a suas residências, deparam-se com a “máquina” do entretenimento — no caso a televisão e as redes sociais —, que se encarrega de dar o brilho e distrair o telespectador, com programações lúdicas, de lazer, diversão e consumo. Se esse sujeito não tiver um olhar crítico e emancipado, pode-se permitir cair nas malhas da manipulação e da instrumentalidade do conhecimento.

Esse processo de conformação, segundo Adorno (1995), não é algo aparentemente negativo ou ruim ao indivíduo, pois, pela lógica do consumo e da mercadoria, essa situação torna-se prazerosa e traz satisfação individual, principalmente pelo contexto em que o consumo se torna ingenuamente uma possível “entrada” para a “tal” felicidade.

Essa mesma situação se repete nos espaços formativos educacionais, quando a televisão e as demais tecnologias de informação e comunicação “entram em cena” como recurso meramente instrumental para divulgar o prazer, a distração e a sensação de lazer em que se mistura lazer-vida. Esse processo é percebido desde a primeira infância, quando as crianças são submetidas às ditas “horas pedagógicas com a televisão”, que nada mais são do que “horas de distração com a televisão”, não permitindo, desse modo, a construção do pensamento crítico e elaborado sobre o que vê e ouve.

Há, desse modo, a presença da falsa realidade que desvia olhares, seja de crianças, seja de adultos, para questões menos importantes, uma vez que o que é essencial aos olhos da Indústria Cultural é a alegria transformada em mercadoria via consumo, provocando um novo sujeito — agora consumidor incessante.

A respeito desse impacto da cultura midiática, Türcke (2010) afirma que a propaganda se tornou o padrão de comunicação de efeito mais forte, tomando para si os paradigmas da sedução — ela põe em ação um imperativo: “olhe para cá”, que serve a outro, “compre-me” — e se difunde de tal modo no tecido social que se transforma na “ação comunicativa por excelência”. Todas as instâncias da sociedade devem se comportar como propaganda para “fazer sensação”, principalmente jornalismo, política e entretenimento. Quando a lógica da reprodução e da apreensão de qualquer “instante fixado” pela fotografia e cinema penetra o cotidiano com revistas e televisão, o sujeito se

acostuma de tal forma com uma corrente de estímulos cotidianos que vai paulatinamente perdendo a sensibilidade para o que não se anuncia, para o que não prende o olhar.

Nesse prisma, TÜRCKE (2010, p. 13) afirma:

Desde o momento em que reféns são entrevistados ao vivo, enquanto seus sequestradores apontam um revólver para a sua cabeça, ou desde quando as lágrimas, os gritos e balbucios de feridos de morte ou em estado de choque começaram a penetrar livres as salas de estar, não se entrevistam, é verdade, cadáveres, mas sim pessoas fadadas a morrer e à beira da morte. Apresentar a morte para um público curioso, mostrando as faces nas quais ela se reflete, e fazendo audíveis as vozes que diante dela tremem, representa um dos excessos mais repugnantes da reportagem moderna. O problema é que não se trata aqui de deslizamentos, mas de pontos culminantes. A própria associação altamente tecnologizada das mídias leva a isso.

No que se refere à função formativa, há que se considerar, conforme apontamentos adornianos, que esse meio de comunicação tem um enorme potencial de informações e esclarecimentos. Desse modo, cabe ao sistema educacional orientar os alunos desde a tenra idade para a experiência do pensar, a fim de que, diante dessas questões, possam juntos, professores e alunos, analisar os efeitos das ações midiáticas com clareza e criticidade. Sabemos que não é uma tarefa simples; pelo contrário, confirma-se como um emaranhado complexo em que o ato educativo, mais do que transmissão de bens culturais e científicos, é um ato eminentemente político e social.

Sendo assim, pensamos que os espaços formativos têm a responsabilidade política e pedagógica de fazer a mediação entre a informação midiática televisiva e o conhecimento no sentido de proporcionar a formação emancipatória do sujeito.

## **Tecnologia Midiática e Educação Escolar: em busca da formação crítica**

Quando se pensa na escola e no processo midiático desenvolvido em seu interior, podemos analisar que se tem o compromisso de realizar o estranhamento à luz da sociedade marcada pelo consumo e produção, percebendo então que a produção cultural perdeu o seu sentido enquanto conhecimento e manifestação crítica do pensar, restringindo-se meramente ao processo utilitarista e comercial. Nessa perda, a produção da cultura passou a promover um saber voltado aos interesses e valores da Indústria

Cultural, expropriando do ser humano a sua capacidade emancipatória de pensar, uma vez que “é do interesse da Indústria Cultural que as massas permaneçam amorfas e acríticas, que não se emancipem” (ADORNO, 1995, p. 238).

Assim, os conceitos universais como criticidade, criatividade, liberdade, solidariedade e outros são alterados por individualismo, alienação, conformação, adaptação, sedução e competitividade, provocando nas pessoas o processo de anestesiamento intelectual, com passividade diante do que vê, ouve e fala. Sobre esse assunto, Loureiro (2003, p. 59) nos traz algumas afirmações que são importantes:

Em vez da formação de indivíduos autônomos, capazes de atuar de forma crítica e emancipada na sociedade, a produção e reprodução dos bens simbólicos pela indústria cultural, a rigor, são corresponsáveis pelo processo de formação de individualidades anestesiadas.

Para tanto, as instituições formativas de ensino precisam atentar-se a esta questão de formação humana, garantindo aos educandos a apropriação dos conceitos universais que constituem a base da formação moral, intelectual, social e cultural do homem. Este fato se dá, principalmente, quando debruçamos nossos olhares para o cenário contemporâneo e nos deparamos com o conceito de autonomia e liberdade. Ele tem sido reduzido à superficialidade da concepção de subjetividade individual, na qual, no discurso da afirmação, percebe-se a negação da própria identidade. O sistema midiático e seus dispositivos móveis conectados à internet se tornam marcantes no contexto social e educacional, constituindo-se em um dos principais meios de difusão de símbolos e sentidos, os quais determinam relações de poder, bem como de inclusão e exclusão. Anúncios publicitários, por exemplo, são eficazes quando atingem consumidores que se identificam com as mensagens divulgadas. Isso significa que tais representações simbólicas estão diretamente relacionadas aos fatores sociais, econômicos e políticos, e que provocam mudança de conceitos e comportamentos no âmbito escolar.

É imprescindível considerar que o sistema midiático elabora e difunde visões de mundo, sentidos e explicações para a vida, educação e prática das pessoas, influenciando cada vez mais o cotidiano, linguagem e crenças. Dessa maneira, a formação da cultura e do conhecimento está intrinsecamente relacionada aos agentes midiáticos.

A mídia, na medida em que exerce influência sobre o universo simbólico das pessoas, é um instrumento com o poder de ensinar e

educar o povo, mas também de deseducá-lo. Sem dúvida, houve aperfeiçoamento e sofisticação dos meios de comunicação e informação, mas as gerações da era midiática convivem com ambientes maquilados pelos discursos vazios e destituídos de conhecimento. Com o objetivo de garantir a aceitação do público, os meios de comunicação de massa, tanto a mídia impressa quanto a mídia eletrônica, preocupam-se em oferecer notícias sedutoras, atrativas e espetaculares (TERUYA, 2006, p. 47).

Neste sentido, pode-se afirmar que a tecnologia midiática é um instrumento de poder e exerce influência na vida das pessoas como, por exemplo, no cotidiano, na escola, nas formas de agir, pensar e ser. Não se pode deixar de lado que as mensagens e produtos veiculados pela mídia possuem características básicas, visto que o sistema midiático possui forças que são decisivas na sociedade capitalista: o lucro e a propagação da mercadoria. Assim, pode-se considerar a mídia como um produto que precisa ser vendido e consumido para gerar capital.

Em estudos recentes, Teruya (2006, p. 52) afirma que podemos considerar, na sociedade e na escola, a existência da teoria do espetáculo, que analisa “o mundo das mercadorias, o campo da economia e o domínio do mercado espetacular”. Sendo assim, as mensagens prontas e acabadas veiculadas no mercado midiático resultam na manipulação, homogeneizando o pensamento das pessoas. Diante disso, o compromisso político e pedagógico dos espaços educacionais é o de provocar, pela experiência do pensar, momentos de reflexão, análise e autocrítica sobre o que recebemos, seja pela mídia televisiva, seja por qualquer outro canal de comunicação e redes sociais. A sala de aula pode se tornar um espaço de diálogo e análise reflexiva em relação às mensagens ideológicas propagadas pelas tecnologias de informação e comunicação por meio de uma proposta teórico-metodológica fundamentada em uma perspectiva crítica de educação. Essa possibilidade pode ser trabalhada em conformidade com os conteúdos científicos propostos nas matrizes curriculares escolares, por meio das disciplinas: Educação Física, História, Português, Artes, Matemática, Geografia, Biologia, Física Química, Filosofia e Ciências Sociais. Contemplam-se, dessa maneira, as linguagens: Ciências Humanas, Ciências da Natureza, Linguagem e Matemática.

Portanto, amparados pela teoria crítica do conhecimento, professores e alunos precisam analisar e refletir os aspectos apresentados pela Indústria Cultural, descortinando as ideologias que provocam a moldagem e a padronização do pensamento diante do consumo. Apesar de o espetáculo englobar as grandes mídias, promovendo

programas, propagandas, shows etc. para atrair multidões, manipulando, assim, informações, editando imagens, fazendo com que as coisas e fatos pareçam naturais e indiscutíveis, o pensamento crítico na escola deve ser de resistência a essa cultura do consumo, tornando a escola um espaço de conhecimento, de educação crítica, de reflexão, de criatividade e de capacidade de tomar decisões que favoreçam o ser, e não o ter.

Nesse sentido, Franco (2008), em um de seus artigos, ao se referir à cultura midiática, afirma que Adorno não nega que a mídia seja fruto da Indústria Cultural, uma vez que o conteúdo propagado procura relacionar o espectador a uma dimensão de entretenimento e repouso, ao passo que a possibilidade de crítica reflexiva é obscurecida ou rechaçada a um intelectualismo enfadonho.

Diante disso, não se pensa em negar a tecnologia midiática nos espaços formativos escolares. Entretanto, deve-se buscar formas emancipatórias para se trabalhar esse conteúdo que faz parte do cenário atual de crianças, jovens e adultos. Para tanto, o olhar de estranhamento deve ser feito desde a organização curricular escolar, no sentido de chegar à sala de aula com provocações e novos direcionamentos para além do território demarcado pelo uso televisivo enquanto instrumento técnico e utilitarista do ensino.

Para tanto, há a necessidade de se pensar em novas alternativas teórico-metodológicas para trabalhar a tecnologia midiática no contexto escolar — e no contexto da sala de aula, propriamente dito — no sentido de desenvolvermos, pelo processo do ensino, a tomada de consciência dos conteúdos que são veiculados por essa ferramenta tecnológica, objetivando o seu uso enquanto processo de informação, conhecimento e formação crítica, tanto dos estudantes quanto de seus professores. Para isso, Becker e Adorno, no texto “Televisão e Formação”, apresentam quatro passos que poderiam orientar-nos para o trabalho pedagógico acerca das diversas tecnologias de informação e comunicação no contexto escolar.

O primeiro passo seria pela escolha de programas pautados em conteúdos historicamente construídos e que estejam de acordo com as possibilidades objetivas de seu tempo. Nesse sentido, esses conteúdos poderiam expressar os dilemas contemporâneos presentes na sociedade, tais como a lógica do consumo, as ideologias, o processo semiformativo do indivíduo à luz da razão instrumental e as diversidades culturais. Porém, é necessário que estes assuntos estejam atrelados aos conteúdos cientificamente elaborados e presentes na matriz curricular das escolas.

O segundo passo consiste no desenvolvimento da experiência do pensar crítico de professores e alunos, no sentido de descortinar os conteúdos ideológicos que, em sua maioria, estão irrefletidos pelos indivíduos.

Ao terceiro passo caberia provocar o sujeito por meio do processo de ensino e aprendizagem a questionar a presunção das propagandas em sua investida comercial ao associar seus produtos ao cotidiano dos indivíduos, bem como às suas carências básicas, no sentido de compreender o processo vinculado às necessidades vitais em detrimento da superficialidade diante do consumo.

O quarto e último passo seria a orientação para que o sujeito não se esqueça de que a televisão é oriunda dos mecanismos da produção e mercantilização da Indústria Cultural e, por sua natureza, os meios de comunicação procuram transmitir seus conteúdos administrados como dados imediatos, criando uma aparência de verdade, de real e, conseqüentemente, uma falsa ideia de neutralidade.

Desse modo, Adorno afirma que a tecnologia precisa ser compreendida tendo como parâmetro de análise o seu “caráter político”, pois, por meio dela, é possível refletir acerca das ideologias predominantes no contexto atual. Sendo assim, a escola precisa ressignificar sua função pedagógica, no sentido de se distanciar cada vez mais de um ensino marcado pela memorização e repetição servil do conhecimento. Isso implica em uma reelaboração do currículo escolar, tendo em vista que este é um território que necessita ser contestado, pois é por meio dele que se constituem os saberes escolares presentes na formação do sujeito aluno.

Como proposta de mudança, entendemos a necessidade de a escola romper com a instrumentalização do ensino que se materializa por meio de tarefas que não são essenciais para a formação do aluno, como, por exemplo, voltar-se às datas comemorativas como definidoras do Projeto Político Pedagógico, pautadas apenas no rito do comércio e do espetáculo. Esse fato leva à homogeneização do conhecimento, principalmente quando é naturalizado via cultura midiática; e o que deveria ser feito enquanto função social da escola acaba não acontecendo.

Diante disso, o papel da escola é desafiador neste cenário, ou seja, não podemos afastar a cultura midiática e as demais tecnologias de informação e comunicação da sala de aula, mas sim trazê-las para o cotidiano educacional por meio dos saberes escolares. Deve-se provocar, desta maneira, a resistência que, segundo Adorno (1995), é um processo de desbarbarização do conhecimento, em que o sujeito, pela sua capacidade autônoma de

pensar, terá a possibilidade de se adaptar ou transformar a realidade social via experiência do pensar.

## Considerações Finais

Ao tratar dos impactos midiáticos e tecnológicos, tanto no contexto social quanto educativo, inferimos que a cultura contemporânea se potencializa enquanto veículo ideológico e de mercado.

Nesse prisma, a educação torna-se sujeita aos ditames técnicos e midiáticos, servindo-se enquanto *locus* de reprodução social e econômica. Parafraseando as afirmativas de Marcuse (1975), a tecnologia, como modo de produção do capital e como totalidade dos instrumentos, consiste em uma forma de organizar, perpetuar ou modificar as relações sociais, uma manifestação do pensamento e dos padrões de comportamento dominantes: um instrumento de controle e dominação. Sua ampliação na sociedade contemporânea tem provocado eficiência técnica do trabalho e das relações sociais e tem estabelecido o poder sobre os seres humanos. Com isso, o indivíduo tornou-se dependente da técnica.

Para Marcuse (1975, p. 13), os meios de comunicação de massa — como a mídia televisiva, *smartphones*, computadores, redes sociais e outros dispositivos móveis, por exemplo — não apresentam dificuldade em se fazer aceitar interesses particulares como sendo de todos os homens sensatos, pois “as necessidades políticas da sociedade se tornam necessidades e aspirações individuais, sua satisfação promove os negócios e a comunidade, e o conjunto parece constituir a própria personificação da razão”.

No caso, as técnicas sociais, entrelaçadas ao sistema midiático, produzem padronizações, fórmulas, esquemas, formatações e expectativas que retroagem e influenciam as manifestações culturais, gerando um processo de mútua influência. Além disso, a mídia gera e difunde uma cultura que, se não lhe é própria, pelo menos lhe é adequada, reorganizando a percepção do espaço e do tempo e difundindo poderosamente no imaginário e na prática social das pessoas seus próprios ritmos, especialidades, formas de interação social, noções de identidade e de pertencimento. Além disso, por intermédio da técnica, a mídia influencia muito mais pela sedução do que pela argumentação, alterando, contudo, a própria percepção que os sujeitos têm da realidade. (MOREIRA, 2003). Destarte, surge o projeto educacional de uma formação que resista a esta possível

barbárie. Essa resistência está na formação de um pensamento emancipatório, não se permitindo ser contagiado passivamente pelos fetiches e seduções da Indústria Cultural.

Fabiano (2001, p. 6) reforça essa dimensão ao citar o exemplo da televisão:

Por esse canal de mensagem tão sedutor, milhões de retinas são bombardeadas o tempo todo com uma estética comprometida ideologicamente, cuja função, consoante aos princípios da indústria cultural, é desconectar a relação de consciência entre o sujeito e a historicidade pela qual ele se constrói.

É importante considerar que, mesmo na égide da Indústria Cultural, que cria no indivíduo necessidades supérfluas pelo consumo, a educação deve comprometer-se com a falta do conhecimento crítico e elaborado dos seus educandos, promovendo uma ação consciente sobre o uso da mídia televisiva, uma vez que pode contribuir, tanto para a deformação (quando há a ausência de criticidade), quanto para a formação (presença da criticidade) dos sujeitos envolvidos no processo social e educativo.

Conforme as contribuições de diversos autores que tratam desse assunto — tais como Teruya (2006), Türcke (2010), Marcuse (1975), Adorno e Horkheimer (1985), entre outros —, a mídia televisiva, como veículo de comunicação, informação e conhecimento, precisa ser melhor ressignificada no campo formativo escolar, no sentido de que estas formas tecnológicas de ensino trazem desafios que não podem ser menosprezados pela escola enquanto *locus* do saber historicamente construído. Quando trabalhados de forma crítica e consciente, os meios de comunicação (a mídia televisiva, no caso) podem contribuir no processo de formação dos alunos, no que se refere à criticidade, autonomia de pensamento, elaboração de ideias emancipatórias, análises e confrontações críticas.

Desse modo, no processo educacional, os alunos precisam ser mediados na elaboração de análises críticas sobre os conteúdos dos produtos culturais midiáticos, tensionados e questionados no confronto com a realidade. A televisão pode se tornar mais um instrumento educativo de grande relevância no processo do conhecimento, se trabalhada de forma crítica e coerente em sintonia com os saberes escolares.

Não há como negar que a comunicação das mídias torna-se a ação propiciadora do vínculo social, ou seja, insere o indivíduo na sociedade, incluindo-o na conversação social. No entanto, chamamos a atenção para o fato de que não basta estudar os meios em si, mas como as pessoas interagem com eles, como processam o pensamento e como os conhecimentos são evidenciados à luz dessa relação.

Os resultados dependerão do tipo de interação, significação e apropriação que os receptores farão dos conteúdos, conforme as múltiplas mediações possíveis. Por conseguinte, há a necessidade de uma formação docente embasada em uma perspectiva crítica do conhecimento que potencialize a transposição da informação para o conhecimento científico e emancipatório, a fim de que as formas tecnológicas de educar sejam para além dos números e quantidades e, se permite comprometer-se com a ética e com a qualidade do conhecimento em prol da formação humana.

Assim sendo, os aparatos de comunicação e informação podem ser apropriados no campo educacional enquanto ferramentas didáticas. Entretanto, não se pode deixar iludir quanto aos modismos pedagógicos que estão tão presentes na escola, ou seja, pensar que somente por meio da mídia tecnológica formaremos sujeitos emancipados. Ela deve ser entendida como um instrumento que poderá ser utilizado no cotidiano da sala de aula, pois o elemento principal nesta discussão não é apenas a presença de recursos ou ferramentas pedagógicas, mas sim a mediação e a forma como o professor trabalhará esses materiais no processo de ensino e aprendizagem, tendo como finalidade principal a transmissão de conhecimentos cientificamente contextualizados.

O envolvimento do professor e alunos com a experiência do pensar reflexivo potencializa a implementação de uma ação consciente acerca da tecnologia midiática que vemos, ouvimos e sentimos no nosso cotidiano escolar e social. Destarte, os profissionais da educação precisam estar amparados por fundamentos teóricos e metodológicos voltados à crítica imanente que, de forma dialética, se sensibiliza com as “dores” do mundo por meio do esclarecimento/emancipação diante da racionalidade instrumental e técnica.

## Referências

ADORNO, Theodor Wiesengrund. **Educação e Emancipação**. Trad. Wolfgang L. Maar. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

BERNARDO, João. A complexa arquitectura da futilidade. In: TAVARES, Rosilene Horta & GOMES, Suzana dos Santos (Orgs.). **Sociedade, Educação e Redes**. Araraquara: Junqueira&Marin, 2014.

COHN, Gabriel (org). **Theodor W. Adorno**. 2. Ed. São Paulo: Ática, 1994.

FABIANO, Luiz Hermenegildo. **Indústria Cultural, primeiro socorro conceitual**. Maringá, 2001, p. 1-8. (Texto disponibilizado para a disciplina de Arte, História e Educação Contemporânea do Programa de Mestrado em Educação pela Universidade Estadual de Maringá).

FRANCO, Renato. A Televisão Segundo Adorno: o planejamento industrial do “espírito objetivo”. In: DURÃO, Fábio Akcelrud; ZUIN, Antônio; VAZ, Alexandre Fernandez (org.). **A indústria cultural hoje**. São Paulo: Boitempo, 2008.p. 111-122.

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor. **Textos escolhidos**. Traduções Zeljko Loparié et al. 5. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1991 (Coleção Os Pensadores).

LOUREIRO, Eduardo Debacco. **Processo de planejamento de mídia na cidade de Santo Ângelo – RS**. 2003. Dissertação (Mestrado em Administração) – Escola de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2003.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia**. Tradução de Ivone Castilho Benedetti. Bauru: EDUSC, 2001.

MARCUSE, Herbert. **Eros e civilização: uma interpretação filosófica do pensamento de Freud**. Rio de Janeiro: Zahar, 1975.

MOREIRA, Alberto da Silva. Cultura Midiática e educação infantil. **Educação e Sociedade**, Campinas: CEDES, v. 24, n. 85, p. 1203-1235, dez. 2003.

SODRÉ, Muniz. **Televisão e psicanálise**. São Paulo: Ática, 1987.

STRAUBHAAR, Joseph D. **Comunicação, Mídia e Tecnologia**. Niterói: Thomson, 2004.

TERUYA, Tereza Kazuko. **Trabalho e educação na era midiática: um estudo sobre o mundo do trabalho na era da mídia e seus reflexos na educação**. Maringá: Eduem, 2006.

TÜRCKE, Christoph. **Sociedade excitada: filosofia da sensação**. Campinas: Unicamp, 2010.

**Submetido em 04/07/2016**

**Aprovado em 11/04/2020**

Licença *Creative Commons* – Atribuição Não Comercial 4.0 Internacional (CC BY-NC 4.0)