

## DIÁLOGOS ENTRE INDÚSTRIA CULTURAL E EDUCAÇÃO: DESAFIOS E POSSIBILIDADES NA EDUCAÇÃO BÁSICA

### Área temática: Educação

Coordenadora da Ação: Roselaine Ripa<sup>1</sup>

Autores: Alisson Fernandes<sup>2</sup>, Beatriz P. Vieira<sup>3</sup>

**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 integra o Programa de Extensão “Diálogos entre Indústria Cultural e Educação: desafios e possibilidades na Educação Básica – Etapa II (Edital Paex 2016). O programa é fundamentado na necessidade existente de trazer para o universo escolar a reflexão ausente sobre os meios de comunicação social, utilizando-os como instrumento para despertar consciências críticas. A sociedade atual, que se gaba dos avanços tecnológicos conquistados e da democratização do saber proporcionada à humanidade, revela em suas entranhas a fetichização da técnica e a reificação das consciências. Nesse sentido, podemos afirmar que vivemos em uma sociedade em que predomina a ausência de reflexão diante das manifestações da indústria cultural. Os alunos chegam à escola impregnados de mensagens midiáticas, porém, tal fato parece continuar sendo ignorado pelos professores, que acreditam apenas nos conteúdos planejados e destinados a sua disciplina. Muitos professores apresentam os recursos tecnológico para atingir seus objetivos pedagógicos, esquecendo-se, contudo, de trabalhar sobre os meios e suas mensagens. Sendo assim, o mini-curso tem o propósito de contribuir para que os participantes reconheçam que a indústria cultural invade também a escola e, diante disso, possam realizar as atividades e reconhecer a necessidade de reagir “aos espetáculos” que a indústria cultural nos impõe: discutir conceitos, bem como possibilidades de práticas pedagógicas que provoquem um posicionamento crítico dos estudantes diante das mensagens propagadas pela indústria cultural. Foram utilizadas documentários, rodas de conversa, análise de sequência didática e produções estéticas dos participantes que mobilizaram a discussão da temática.

**Palavras-chave:** Indústria Cultural; Educação Básica; Formação Docente.

1 Doutora em Educação, CEAD, UDESC, [roselaine.ripa@udesc.br](mailto:roselaine.ripa@udesc.br)

2 CEAD, UDESC.



APOIO:

Integração  
que gera energia  
e desenvolvimento



Fórum de Pró-Reitores  
de Extensão  
das Universidades Públicas  
Brasileiras

CO-ORGANIZAÇÃO:



REALIZAÇÃO:



## 1 INTRODUÇÃO

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 na Convenção da ONU sobre os direitos da Criança e do Adolescente (1989) e estão relacionadas às propostas realizadas durante as ações do Programa de Extensão “Perspectivas das Metodologias da EAD para a construção da cidadania em diálogos entre cultura, mídia e infância no contexto atual”, financiado pelo edital PAEX/2015 – UDESC.

Nos tópicos a seguir iremos apresentar os resultados parciais da ação “Educação para a mídia através de diálogos para a construção da cidadania no Ensino Fundamental mediado por metodologias da EAD”, vinculada ao Programa de Extensão “Perspectivas das Metodologias da EAD para a construção da cidadania em diálogos entre cultura, mídia e infância no contexto atual”. 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, a ação foi realizada em uma escola estadual de Educação Básica do município de Florianópolis durante o segundo semestre de 2015.



APOIO:

Integração  
que gera energia  
e desenvolvimentoITAIPU  
BINACIONALFórum de Pró-Reitores  
de Extensão  
das Universidades Públicas  
Brasileiras

CO-ORGANIZAÇÃO:

UNIOESTE  
Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Pr. Roca de Toledo - POBZINSTITUTO  
FEDERAL  
Paraná

REALIZAÇÃO:

UNILA | PROEX  
UNIVERSIDADE  
LUIZ DE CASSA  
D'AVILA  
UNIVERSIDADE  
ESTADUAL  
DE MARINGÁ

## 2 DESENVOLVIMENTO

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, 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



APOIO:



CO-ORGANIZAÇÃO:



REALIZAÇÃO:



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)



APOIO:

Integração  
que gera energia  
e desenvolvimentoFórum de Pró-Reitores  
de Extensão  
das Universidades Públicas  
Brasileiras

CO-ORGANIZAÇÃO:



REALIZAÇÃO:



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 a mensagem que está sendo transmitida por condutores nem sempre bem intencionados.

### 3. O DESENVOLVIMENTO DAS ATIVIDADES NA ESCOLA

A metodologia para a ação de extensão foi norteada 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.



APOIO:

Integração  
que gera energia  
e desenvolvimento

CO-ORGANIZAÇÃO:



REALIZAÇÃO:



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



APOIO:

Integração  
que gera energia  
e desenvolvimentoITAIPU  
BINACIONALFórum de Pró-Reitores  
de Extensão  
das Universidades Públicas  
Brasileiras

CO-ORGANIZAÇÃO:

unioeste  
Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Ponto Grossense - UNIOESTEINSTITUTO  
FEDERAL  
Paraná

REALIZAÇÃO:

UNILA | PROEX  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
PROEX

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



APOIO:

Integração  
que gera energia  
e desenvolvimentoFórum de Pró-Reitores  
das Universidades Públicas  
Brasileiras

CO-ORGANIZAÇÃO:



REALIZAÇÃO:





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.

### 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.

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.



APOIO:

Integração  
que gera energia  
e desenvolvimentoFórum de Pró-Reitores  
das Universidades Públicas  
Brasileiras

CO-ORGANIZAÇÃO:



REALIZAÇÃO:





#### 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.

COSTA, B.C.G. Indústria Cultural: análise crítica e suas possibilidades de revelar ou ocultar a realidade. In: PUCCI, Bruno (Org.). Teoria Crítica e Educação: a questão da formação cultural na Escola de Frankfurt. Petrópolis: Vozes; São Carlos: EDUFSCAR, 1994.

CRIANÇA, a alma do negócio. Produção: Estela Renner e Marcos Nisti. São

Paulo: Maria Farinha Produções, 2007. 90 min. Color. Port.



APOIO:

Integração  
que gera energia  
e desenvolvimento



CO-ORGANIZAÇÃO:



REALIZAÇÃO:



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.



APOIO:

Integração  
que gera energia  
e desenvolvimentoFórum de Pró-Reitores  
das Universidades Públicas  
Brasileiras

CO-ORGANIZAÇÃO:

UNIOESTE  
Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Fundada em 1962INSTITUTO  
FEDERAL  
Paraná

REALIZAÇÃO:

UNILA | PROEX  
UNIVERSIDADE  
NACIONAL  
de Londrina