

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: EDUCAÇÃO**

**NARRATIVAS MIDIÁTICAS, IDENTIDADE E FORMAÇÃO:
LEITURAS INCONVENIENTES E A CONVENIÊNCIA DA
REFLEXÃO**

FRANCIELE ALVES DA SILVA

**MARINGÁ
2012**

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: EDUCAÇÃO**

**NARRATIVAS MIDIÁTICAS, IDENTIDADE E FORMAÇÃO:
LEITURAS INCONVENIENTES E A CONVENIÊNCIA DA
REFLEXÃO**

Dissertação apresentada por FRANCIELE ALVES DA SILVA, ao Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Estadual de Maringá, como um dos requisitos para a obtenção do título de Mestre em Educação.
Área de Concentração: EDUCAÇÃO.

Orientador(a):
Prof^(a). Dr(a).: Luiz Hermenegildo Fabiano

MARINGÁ
2012

FRANCIELE ALVES DA SILVA

**NARRATIVAS MIDIÁTICAS, IDENTIDADE E FORMAÇÃO:
LEITURAS INCONVENIENTES E A CONVENIÊNCIA DA REFLEXÃO**

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Luiz Hermenegildo Fabiano (Orientador) – UEM

Prof. Dr. Bruno Pucci UNIMEP - Piracicaba

Prof. Dr. Wânia Rezende Silva – UEM

Data de aprovação
19 de março de 2012

Dedico este trabalho à minha mãe, Regina, luz dos meus dias e das noites insones; ao meu pai, Jaime, pelo incentivo constante em sua simplicidade de vida; e, por fim, à minha irmã Fabiana, pelas mãos dadas até o fim, num companheirismo incansável.

AGRADECIMENTOS

A Luiz Hermenegildo Fabiano, orientador, que me ajudou a trilhar os caminhos da pesquisa com um olhar instigante, curioso e inconformado para com a realidade que nos cerca. A orientação foi em si um ato contínuo de formação profissional e humana. Registro minha profunda admiração por ele, não apenas como professor, mas como amigo que, partilhando um pouco da sua experiência intelectual, possibilitou um processo de autoconhecimento na minha trajetória.

À Prof. Dr. Ângela Mara de Barros Lara pela enorme contribuição no processo de qualificação.

À Prof.^a Dr.^a Wânia Rezende Silva pelas imprescindíveis contribuições na banca de qualificação que possibilitaram a consolidação da reflexão proposta, sobretudo, nos pontos referentes à articulação entre cultura, consumo e antropologia e pelas considerações finais feitas na banca de defesa da dissertação.

Ao Prof.^o Dr.^o Bruno Pucci da UNIMEP por aceitar compor a banca de defesa da dissertação e, principalmente, pelo respeito e carinho com que avaliou meu trabalho, apontando orientações fundamentais para o aprofundamento e continuidade da pesquisa .

Aos professores do Programa de Pós-graduação em Educação da UEM que contribuíram com minha formação no mestrado.

Aos professores do curso de graduação em Ciência Sociais da UEM, em especial à Prof.^aDr.^a Zuleika de Paula Bueno pelas reflexões suscitadas, sobretudo, nas aulas da disciplina de Sociologia da Arte, e à Prof. Dr.^a Ana Lúcia Rodrigues, coordenadora do Observatório da Metrópoles-UEM.

À CAPES pelos os dois anos de bolsa que possibilitaram a dedicação integral ao desenvolvimento da pesquisa.

Ao Prof. Dr.^o Rudá Ricci pelas reflexões em nossas conversas sobre educação e política, e também pelo respeito e carinho com que muitas vezes me orientou sobre a importância em dedicar-se com responsabilidade à pesquisa, à atuação profissional e ao crescimento pessoal.

Aos amigos que me incentivaram constantemente com sua amizade sincera e carinho, não será possível citar todos, por isso agradeço, especialmente, ao Everton Henrique Faria e à Fernanda Valotta companheiros desde o primeiro ano da graduação em Ciências Sociais.

Ao Marcos, meu primo-irmão pela lucidez dos conselhos e apoio nas horas difíceis, e pelas alegrias revigorantes, que nos são permitidas, sobretudo, por aqueles cujo amor por nós é o que nunca vai mudar.

À Estela Maris Chagas Lopes pelo cuidado e carinho com que me ensinou a respeitar e re-acreditar em mim mesma.

Por fim, à minha eterna “Felícia”, Giovanna (prima) e ao meu “Pequeno príncipe”, João Lucas (primo), que, com inocência pueril, sem saber me mostraram que as novas gerações merecem nosso comprometimento com a educação e a formação.

“O futuro não é um lugar onde estamos indo, mas um lugar que estamos criando. O caminho para ele não é encontrado, mas construído e o ato de fazê-lo muda tanto o realizador quanto o destino. Se queremos um mundo de paz e justiça temos que pôr decididamente a inteligência a serviço do amor.”

Antoine de Saint-Exupéry (O pequeno príncipe)

“A experiência direta é o subterfúgio, ou o esconderijo, daqueles que são desprovidos de imaginação. Os homens de ação são os escravos dos homens de entendimento. As coisas não valem senão na interpretação delas. Uns, pois, criam coisas para que os outros, transmutando-as em significação, as tornem vidas. Narrar é criar, pois viver é apenas ser vivido.”

Fernando Pessoa - heterônimo Bernardo Soares (Livro do desassossego)

SILVA, Franciele Alves da. **NARRATIVAS MIDIÁTICAS, IDENTIDADE E FORMAÇÃO: LEITURAS INCONVENIENTES E A CONVENIÊNCIA DA REFLEXÃO**. nº de folhas (ex. 127 f.). Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Estadual de Maringá. Orientador: Luiz Hermenegildo Fabiano. Maringá, 2012.

RESUMO

O recorte proposto por este estudo analisa aspectos fundamentais sobre as narrativas contemporâneas, considerando que estas trazem referenciais para a constituição de identidades. Enquanto instrumentos de formação social, estas narrativas são compreendidas numa conjuntura tecnológica cuja lógica do capitalismo tardio tem provocado profundas alterações nas diversos setores da sociedade. Os pressupostos teórico-metodológicos da Teoria Crítica, desenvolvida pelos pensadores frankfurtianos, especialmente nos ensaios críticos de Max Horkheimer e Theodor Adorno referentes ao conceito de indústria cultural, semicultura (*Halbbildung*) e esclarecimento (*Aufklärung*); e de Walter Benjamin sobre os conceitos de experiência (*Erfahrung*) e vivência (*Erlebnis*) sustentam esse veio de análise. A compreensão dessas categorias analíticas demonstrou as possibilidades de reflexão sobre os discursos que têm se enraizado nos mecanismos de constituição de identidades e as possibilidades de desvelar os níveis de regressão social ocultos nessas narrativas. Tal abordagem incide sobre a racionalidade técnica dominante no contexto da sociedade industrial e suas implicações formativas na constituição da consciência social. Num momento histórico em que a mídia tem assumido também um papel formativo na sociedade, é fundamental e urgente uma discussão crítica sobre a interferência da indústria cultural nos processos educativos. O enfoque da análise proposta viabiliza uma instrumentação teórica que capacita a reflexão como forma de intervenção nas convenções ideológicas que naturalizam o modelo da organização social vigente. Educar nesse ambiente de crise cultural é demonstrar os elementos regressivos que a viabilizam e que estão contidos nas narrativas midiáticas. Isso é resgatar o sujeito que foi transformado em objeto e lhe proporcionar investimentos culturais que possibilitem a superação de processos. A reflexão, nesse sentido, torna-se prática educativa enquanto ação crítica do comprometimento formativo e cultural da sociedade contemporânea.

Palavras-chave: Formação cultural; Indústria cultural, Teoria crítica, Identidade; Narrativa.

SILVA, Franciele Alves da.. **MEDIA NARRATIVE, IDENTITY AND FORMATION: INCONVENIENT READINGS AND THE CONVENIENCE OF REFLECTION.** 127 f. Dissertation (Master in Education) – State University of Maringá. Supervisor: Luiz Hermenegildo Fabiano. Maringá, 2012.

ABSTRACT

This study examines fundamental aspects of contemporary narratives, considering that these narratives bring references to the constitution of identities. As instruments of social formation, these narratives are understood in a context where the technological logic of late capitalism has caused profound changes in many sectors of society. The theoretical and methodological principles of Critical theory, developed by Frankfurt School thinkers, especially in the critical texts of Max Horkheimer and Theodor Adorno concerning the concept of cultural industry, *Halbbildung* and Illuminism (*Aufklärung*) and Walter Benjamin on the concepts of *Erfahrung* and *Erlebnis* support this line of analysis. The understanding of the analytical categories demonstrated the possibilities of thinking about the discourses that have taken root in the mechanisms of formation of identities and the possibilities of revealing the levels of social regression hidden in these narratives. Such approach focuses on technical dominant rationality in the context of industrial society and its implications on the social consciousness constitution. In this historical moment, in which the media has also assumed a formative role in society, it is essential and urgent to discuss the influence of cultural industry in the educational processes. The focus of the proposed analysis provides a theoretical instrumentation that enables the reflection to interfere in the conventions that naturalize the ideological model of the existing social organization. To educate in this atmosphere of cultural crisis is to demonstrate the regressive elements that enable and that are contained in media narratives. This is to rescue the subject who was transformed into an object and provide him with cultural investments that allow the overcoming of processes. The reflection in this sense becomes an educational practice as a critical action on the formative and cultural commitment of contemporary society.

Keywords: Cultural formation; Cultural industry; Critical theory; Identity; Narrative

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	11
2	CULTURA E (DE)FORMAÇÃO SOCIALIZADA: REFLEXÕES SOBRE A CONTEMPORANEIDADE.....	18
2.1	Incursões sobre o conceito de cultura.....	18
2.2	Contornos da sociedade industrial: aspectos histórico-sociais.....	24
2.3	Razão instrumental e esclarecimento.....	34
2.4	Contemporaneidade e formação: as vicissitudes da indústria cultural	44
3	EXPERÊNCIA E VIVÊNCIA: NEXOS ENTRE NARRATIVAS MIDIÁTICAS E IDENTIDADES.....	55
3.1	Experiência e vivência: reflexões sobre a prática social ou a perspectiva benjaminiana.....	55
3.2	Semiformação socializada: o indivíduo e as intermitências da contemporaneidade.....	64
3.3	Construção de identidades: ser para consumir, ter para ser.....	73
4	NARRATIVAS MIDIÁTICAS E EXPERIÊNCIA FORMATIVA.....	80
4.1	O totemismo contemporâneo e representação social.....	80
4.2	Seduções midiáticas e implicações ideológicas na experiência formativa....	96
4.3	Formação e emancipação: fissuras necessárias à educação contemporânea.....	97
5	CONCLUSÃO	138
	REFERÊNCIAS	144

1 INTRODUÇÃO

Este texto compreende os resultados da pesquisa realizada em nível de mestrado, cujo objetivo central consiste em apresentar algumas reflexões sobre as narrativas contemporâneas, demonstrando o modo como estas interferem na formação do indivíduo ao comprometer a constituição de sua identidade. Entende-se, primeiramente, que as narrativas estão ligadas às formas pelas quais uma sociedade “conta” a si e a seus membros, produzindo e reproduzindo hábitos, valores, costumes. Ou seja, as narrativas estão ligadas à questão da produção cultural e à transmissão das experiências coletivas. Nesse sentido, estas são compreendidas como instrumentos de formação social por expressarem e atuarem no processo de elaboração da cultura, produzindo meios para transmiti-la aos membros do seu grupo, sob a forma de conhecimentos, experiências, tradições etc.

Estas narrativas, por sua vez, são compreendidas numa conjuntura tecnológica cuja lógica tem provocado profundas alterações nas diversas instâncias sociais. Este enfoque toma como ponto de partida as profundas transformações que ocorreram na sociedade ocidental desde a consolidação do sistema capitalista. Tais transformações desenvolveram diferentes modos de construir, apreender e transmitir a cultura, porém a peculiaridade desse sistema social é a intermediação da técnica nas relações sociais. Nesse sentido, uma das características mais marcantes da sociedade contemporânea é a influencia do amplo e contínuo desenvolvimento tecnológico nas diversas esferas sociais, inclusive na cultura.

As narrativas que este estudo enfoca, portanto, referem-se às que são produzidas no contexto da sociedade contemporânea; contexto este estritamente marcado pelo processo de mercantilização cultural, cuja estruturação perpetua o imediatismo e o consumo. Esta perspectiva leva em conta aspectos fundamentais sobre a lógica do desenvolvimento industrial, onde se destacam os impasses entre indústria cultural e autonomia social.

Desse modo, o capítulo um propõe o entendimento das condições históricas que consolidaram o sistema de produção capitalista para se verificar

a permanência dos mecanismos de produção e reprodução dessa ordem social até os dias de hoje. Compreender os fenômenos sociais dentro de um movimento histórico dinâmico desnaturaliza sua consolidação como algo dado e possibilita uma reflexão sobre a realidade para além do que está aparentemente instituído.

As leituras sobre a contextualização histórica do período de intensificação da produção em massa fundamentam-se em alguns textos clássicos de Karl Marx, Eric J. Hobsbawn, Marshall Berman, Edward P. Thompson. Este aporte reflexivo intenciona subsidiar o entendimento sobre como a cultura se converteu em elemento da própria racionalidade técnica no capitalismo, bem como as conseqüências dessa mudança nas relações sociais. O aprofundamento da questão acerca do comprometimento do imaginário social frente à razão instrumental é articulado, por sua vez, a partir das contribuições dos teóricos frankfurtianos Theodor W. Adorno, Max Horkheimer, Herbert Marcuse e Walter Benjamin. Constata-se, nessa perspectiva, como o aparato tecnológico ganha centralidade na intermediação das relações sociais e como se dá o processo de conversão da cultura em mercadoria.

A efetivação da lógica social de conversão dos bens culturais em produtos de consumo é compreendida a partir do conceito analítico de indústria cultural, formulado por Theodor Adorno e Max Horkheimer. O conceito de indústria cultural foi formulado com o objetivo de analisar a questão da cultura de massas, afastando-se das construções que tratavam esta como um fenômeno espontâneo. A indústria cultural, conforme Theodor Adorno e Max Horkheimer, se constitui como produto da sociedade industrial, ao passo que, ao mesmo tempo, expressa a própria ordem social, contribuindo com a manutenção e propagação de seus valores, símbolos e padrões dominantes.

Em seguida, o capítulo dois desdobra análise acerca das implicações da massificação da cultura no imaginário social, que se iniciaram a partir da reflexão sobre os conceitos de indústria cultural e esclarecimento (*Aufklärung*), aprofundando as reflexões a partir do conceito de semicultura (*Halbbildung*), elaborado por Theodor Adorno. A compreensão desse pressuposto teórico demonstra a importância da reflexão sobre as narrativas midiáticas e a

necessidade de buscar, a partir do entendimento dos mecanismos de empobrecimento da identidade, possibilidades formativas que incidam sobre as relações cotidianas. Esse movimento de reflexão sobre e a partir da *práxis* tem como horizonte a promoção da autonomia social proposta pelo Iluminismo (*Aufklärung*).

Portanto, o eixo reflexivo (que articula o trabalho como um todo) se dá a partir da corrente teórica frankfurtiana¹ cuja proposta central consiste na formulação de uma teoria crítica acerca da racionalidade da sociedade burguesa. Nesse viés, a Teoria Crítica subsidia o entendimento da sociedade como esfera marcada por um amplo e contínuo desenvolvimento tecnológico. Reaparece, nesse contexto, o problema da submissão ao aparato técnico, que não deriva do desenvolvimento *da técnica* em si, mas dos interesses que norteiam as relações sociais que se estabelecem *pela técnica*. Forças produtivas e relações de produção formam uma identidade, demonstrando uma unificação tecnológica e organizatória que passa a atuar também na produção cultural.

Em vista disso, destacam-se para as finalidades dessa pesquisa as reflexões elaboradas a respeito das narrativas construídas no contexto midiático; contexto este marcado por formas imediatistas de relações e de assimilação de conteúdos. Corrobora-se sob essa perspectiva com as constatações de Adorno (1985) quando este enfatiza que o problema da indústria cultural não está na sua capacidade em produzir diversão e entretenimento e sim no compromisso ideológico dos conteúdos que restringem o prazer a fins comerciais. Os bens da indústria cultural subsumidos pela lógica mercantil perpetuam uma relação de cooptação das necessidades, pois estas são incessantemente estimuladas, mas não realizadas. O circuito de consumo é alimentado sempre por “novos” produtos, fórmulas, receitas que se prometem adequadas e eficazes para cada desejo, cada grupo, cada situação.

¹ A Escola de Frankfurt, diz respeito a um grupo de intelectuais que compunham o Instituto de Pesquisa Social em Frankfurt, fundado em 1911 por Carl Grünberg. A proposta central destes intelectuais era formular uma teoria crítica acerca da racionalidade da sociedade burguesa, enfatizando a questão da cultura e da ideologia, com apoio em análises políticas e econômicas. Entre os pensadores pode-se destacar Walter Benjamin, Theodor Wiesengrund Adorno, Max Horkheimer, Herbert Marcuse. (ADORNO, 1999, p. 5).

Refletir sobre os discursos midiáticos da atualidade e sua relação com a construção de práticas sociais se insere na proposta de Walter Benjamin (1994) de que é preciso constituir uma experiência unificadora, em oposição às práticas padronizadas e desagregadoras que perpassam a vida do indivíduo em seus diversos níveis como: no trabalho, na escola, no lazer, na família. Assim, no capítulo dois apresentam-se as contribuições dos estudos teóricos benjaminianos (1994) sobre o enfraquecimento da *experiência* no mundo capitalista; crítica para a qual apresenta a necessidade de reconstrução da experiência. Ou seja, aponta-se a necessidade de viabilizar processos de formação que se oponham ao pragmatismo e à racionalidade instrumental dessa ordem social. Opor-se à essa ordem desagregadora é buscar possibilidades de formação a partir do entendimento de como os mecanismos de manipulação contidos nas narrativas se integram à subjetividade e formam ou conformam a identidade.

Nesse sentido, os conceitos de experiência (*Erfahrung*) e vivência (*Erlebnis*) de Walter Benjamin oferecem proposições teóricas para se refletir sobre as narrativas inscritas na contemporaneidade. Essa necessidade se projeta ao considerarem-se as condições que se apresentam na sociedade capitalista moderna para a realização da experiência: o ritmo frenético e fragmentado do processo de produção imprimi-se às relações cotidianas, exigindo-se respostas cada vez mais rápidas. Cultivam-se nesse contexto relações fluídas e instantâneas, nas quais o aparato tecnológico atua como benfeitor e algoz, pois aproxima os grupos humanos no tempo e no espaço, mas prejudica a assimilação de uma experiência compartilhada.

Desenha-se assim a ambiguidade da categoria tecnologia, que reflete de um lado os avanços e possibilidades de desenvolvimento que ainda estão por vir, e por outro, a não realização das promessas do Iluminismo (*Aufklärung*) em seus princípios de emancipação humana. Este caráter ambíguo se relaciona à contradição inerente ao processo de produção capitalista, que se constrói e reconstrói sobre os escombros que sua própria dinâmica produz. O ritmo de trabalho industrial transmuta-se em ritmo de vida, comprometendo a transmissão da experiência enquanto fortalecimento da interioridade do

indivíduo e de suas relações comunitárias.

Para a compreensão dessa narrativa que se configura no ritmo do tempo deslocado e entrecortado do trabalho no capitalismo moderno faz-se necessário considerar os elementos temporais e espaciais que cada época imprime aos seus processos de formação. Característica fundamental da contemporaneidade, o consumo canaliza hábitos e rotinas em constante rotação; articuladas ao ciclo de consumo impõem-se uma constante insatisfação que requer alternativas ou soluções que se concretizam no plano do imediatismo. Este contexto que acaba por não solidificar as realizações individuais, o sociólogo polonês Zygmunt Bauman denomina de *vida líquida*. Segundo Bauman (2005a) em seu livro homônimo, a *vida líquida* traz o problema de uma identidade moderna que se estrutura na vivência do presente. A vivência é relegada à exigência de estar em constante mudança porque a constituição da identidade depende de sua inserção e manutenção em uma lógica “moderna”. A formação do sujeito se configura em estruturas bases pautadas no pragmatismo e imediatismo que corroboram com a assimilação de uma identidade conformada à racionalidade técnica. Essa racionalidade termina por ocultar os interesses de dominação social que essa identidade reforça e legitima.

Bauman aponta para a subsunção do indivíduo a essa volatilidade consumista. Ele exige uma individualidade que se forja no imperativo de ser diferente, mas de uma diferença que só pode ser construída na identificação com o idêntico. A individualidade, assim, é construída e mantida sob formas de consumo, sejam essas formas materiais ou simbólicas.

O consumo emerge como fator agregador das relações sociais e como elemento balizador da identidade. Cabe destacar que o consumo aqui não é entendido simplesmente como fator de alienação ou manipulação dos indivíduos. Este condiz antes de tudo com um conjunto de práticas e de trocas que, mediadas por objetos, possuem e constroem significados sociais. Empresta-se, assim, a abordagem antropológica de entendimento do consumo como uma prática social. Compreender o processo no qual os bens de consumo são incorporados deve levar em conta também os sentidos

elaborados nessa relação entre sujeitos e objetos no contexto da sociedade industrial.

Desse modo, entende-se que o consumo se constitui na dinâmica econômica, de produção e reprodução material, porém os sentidos que esta prática adquire está relacionada com a cultura. Assim, os sentidos culturais e econômicos imbricam-se nas práticas de consumo. Nesse sistema de trocas e circulação de objetos, ideias, valores e pessoas se constroem significados sociais que, conseqüentemente, atuam na formação do indivíduo e incidem sobre suas práticas sociais.

Tendo em vista as questões apresentadas, a proposta de reflexão converge, no capítulo três, para a compreensão das narrativas como instrumentos de formação, que articulam hábitos e valores em constante mudança, mas ao mesmo tempo portadores de substratos da dominação social. Assim, a mercantilização cultural é compreendida como uma construção histórica, da qual somos constituidores e constituídos. Desconstruir os discursos das narrativas vigentes é uma possibilidade para se compreender formas de participação e inserção social nesse contexto de consumo.

O eixo central deste capítulo reside na discussão acerca da formação cultural na sociedade contemporânea subsidiada pelos conteúdos ideológicos contidos nas narrativas midiáticas. Desvela-se que o principal problema da transformação da cultura em mercadoria não está somente na estruturação das relações pela lógica do consumo e sim na dissolução da capacidade de reflexão do indivíduo sobre si e sobre sua realidade. A partir das formulações dos teóricos estudados, atesta-se a permanência de meios formativos reprodutores de uma educação que privilegia os processos mecanicistas, em detrimento de uma formação reflexiva e crítica.

As contribuições teóricas de Theodor Adorno sobre os mecanismos da razão instrumental que comprometem a formação do imaginário social são retomados por demonstrarem a importância de se refletir sobre possibilidades pedagógicas para desenvolver uma educação emancipadora. A partir das formulações do pensador frankfurtiano, entende-se que uma educação para a emancipação deve contribuir efetivamente com o desenvolvimento humano, de

modo que os avanços tecnológicos possam ser compartilhados pela coletividade e não serem instrumentos de exclusão.

2 CULTURA E (DE)FORMAÇÃO SOCIALIZADA: REFLEXÕES SOBRE A CONTEMPORANEIDADE

2.1 Incursões sobre o conceito de cultura

A busca pela compreensão de si e do outro, bem como das relações com o mundo circundante, é uma preocupação humana que se verifica em diferentes sociedades e épocas ao longo da história. Dos mitos gregos às doutrinas religiosas; dos ritos africanos às premissas científicas; do colonizador ao colonizado; do Ocidente ao Oriente, os indivíduos elaboram explicações para a realidade, criam e reproduzem formas de agir, de relacionarem-se e de organizarem-se. O que distingue a espécie humana dos demais animais é essa capacidade de elaborar conhecimento, de produzir materialmente sua existência, de modificar/transformar seu meio e de criar sentido para as ações que realiza. Entre as singularidades que definem e distinguem os agrupamentos humanos está, sobretudo, a possibilidade de comunicação. A capacidade comunicativa permite que os indivíduos transmitam aos demais suas experiências, gerando um processo de acumulação.

Nesse sentido, pode-se dizer que a criação do mundo humano se dá pela cultura e dessa fazem parte as ideias, conceitos, valores, símbolos, hábitos, atitudes, habilidades e os sentidos, para se realizá-las, que os indivíduos elaboram. Porém, não existe uma definição única para cultura, ela se compõe de ampla diversidade, pois há diferentes povos, nações, sociedades e grupos humanos. Assim, de acordo com José Luis dos Santos (2006, p.9), em seu livro *O que é cultura?*, “cada realidade cultural tem sua lógica interna, a qual devemos procurar conhecer para que façam sentido as suas práticas, costumes, concepções e as transformações pelas quais estas passam”.

A cultura pode ser relacionada com formação escolar, educação, estudo, outras vezes com tradições, festas, ritos, lendas, crenças de um povo. Cultura também pode ser o indicativo de manifestações culturais como música, pintura,

danças, teatro, escultura, mas também os tipos de vestimentas, comidas, idiomas, gírias e dialetos. Os meios de comunicação de massa como rádio, televisão, internet, cinema não estão fora das identificações de cultura. Nesta lista de concepções, poderiam ser acrescentadas muitas outras denominações, todavia, em conformidade com a perspectiva de Santos (2006), é possível destacar duas: uma que se refere a aspectos da realidade social e outra que trata mais especificamente dos conhecimentos, ideias e crenças de um povo.

Na primeira concepção a cultura se preocupa com tudo que se refere à “existência social de um povo ou nação, ou então de grupos no interior de uma sociedade” (Santos, 2006, p. 24). O que se procura nessa concepção é caracterizar os agrupamentos, bem como suas formas de organização da vida social e material. A segunda perspectiva de cultura considera que esta diz respeito aos conhecimentos, ideias e crenças que são produzidos na sociedade e os modos como existem na vida social e como se perpetuam.

Para se compreender os sentidos de uma determinada realidade social para seus membros é importante, afirma Santos, relacionar a variedade de procedimentos culturais com os contextos em que estes são produzidos. Os hábitos alimentares e de higiene, os tipos de vestimenta, as relações de parentesco e formas de famílias, os modos de habitar e formas de poder e hierarquização, os tipos de trabalho e seus produtos, fazem sentido para os agrupamentos humanos que os vivenciam e se relacionam com as condições materiais em que estão inseridos.

Nota-se que o conceito de cultura é algo complexo, ao passo que diz respeito aos processos de simbolização, os quais ajudam a compreender as formas pelas quais as sociedades perpetuam suas estruturas. No processamento das informações, na transmissão, acúmulo e transformação das experiências, a cultura perpassa vários aspectos da vida social e dá sentido à existência individual. Este entendimento do conceito de cultura como uma polissemia de significados se inscreve na perspectiva da Antropologia, mais especificamente, no campo da Antropologia Interpretativa. Nesse sentido, toma-se como referência o conceito de cultura elaborado pelo antropólogo norte-americano Clifford Geertz no livro *A interpretação das culturas* (1978),

segundo o qual a cultura se constitui em uma teia de significados que os homens produzem. Estas teias dizem respeito aos sistemas de signos e significados criados pelos grupos sociais, por meio dos quais se dá a manutenção e reprodução das estruturas sociais ligadas à produção de símbolos.

O conceito de cultura que eu defendo, [...] é essencialmente semiótico. Acreditando, como Max Weber, que o homem é um animal amarrado a teias de significados que ele mesmo teceu, assumo a cultura como sendo essas teias e sua análise, portanto, não como uma ciência experimental em busca de leis, mas como uma ciência interpretativa, à procura do significado (GEERTZ, 1978, p. 15)

Nessa perspectiva, Geertz (1978) defende como tarefa da antropologia a elaboração de uma interpretação densa a respeito dos significados dos comportamentos humanos. Esta interpretação é que permite distinguir, como exemplifica Geertz (1978, p.22-23), um tique nervoso de uma piscadela. A cultura, portanto, é “lida” como um discurso social e dentro de um contexto, cujo significado, por ser produzido coletivamente, é público. O ponto primordial para se falar sobre cultura é ter em vista que esta não é estanque; a cultura é dinâmica e como tal ajuda a compreender os processos de transformação da sociedade.

Em suma, o que se deseja enfatizar é que cultura não é natural; ela é produzida na dinâmica social, o que significa que os seres humanos a produzem histórica e coletivamente em sociedade. Como apontado inicialmente, há em toda a história da humanidade, desde a Antiguidade, a elaboração de explicações para o entendimento da cultura. De acordo com Gilles Lipovetsky e Jean Serroy (2011, p.11-13), é possível distinguir três grandes eras que relacionam a cultura ao todo social. O primeiro momento pode ser localizado nas sociedades ditas “primitivas” e denominado de tradicional, no qual a cultura ainda não é uma esfera autônoma e sim estabelecida de modo mais totalizante, englobando as relações políticas, religiosas, mágicas, parentais etc. A cultura é o que ordena o mundo e rege as dimensões com o cosmos, com a economia, com a religião e com a natureza.

A reprodução das formas culturais nesse momento “primitivo” se dá pela transmissão de geração em geração, com forte princípio integrador dos laços sociais.

O segundo momento localiza a cultura na modernidade e, para fins desse trabalho, é este período de desenvolvimento desse conceito que interessa compreender mais detidamente. A modernidade é o período que se busca romper com o domínio da Igreja, com as tradições e superstições místicas e religiosas. O conceito de cultura se edifica em meio ao advento da razão e da ciência, bem como do desenvolvimento tecnológico.

John Thompson (1995), na obra *Ideologia e cultura moderna*, observa que a partir do século XVI entre os países de idioma europeu o sentido original de cultura, que remete ao cultivo ou cuidado de algo ou alguma coisa, ultrapassa o uso relacionado à esfera agrícola e estende-se a questão do cultivo da mente. Todavia, a utilização do termo, enquanto processo geral ou produto desse processo, torna-se comum entre fins do século XVIII. No início do século XIX, cultura passa a ser usada como sinônimo ou em contraste à palavra “civilização”:

Derivada da palavra latina *civilis*, referindo-se a ou pertencendo aos cidadãos, o termo “civilização” foi, inicialmente, usado na Inglaterra e na França no fim do século XVIII para descrever um processo progressivo de desenvolvimento humano, um movimento em direção ao refinamento e à ordem, por oposição à barbárie e à selvageria. Por trás deste sentido emergente estava o espírito o Iluminismo europeu e a sua confiante crença no caráter progressista da Era Moderna. Na França e na Inglaterra, os usos da palavra “cultura” e “civilização” se sobrepuseram: ambas foram, progressivamente, sendo usadas para descrever um processo geral de desenvolvimento humano, de tornar-se “culto” ou “civilizado”. Na língua alemã, entretanto, estas palavras eram, freqüentemente, contrastadas, de tal forma que *Zivilisation* adquiriu uma conotação negativa e *Kultur*, uma positiva. A palavra “Zivilisation” foi associada com polidez e refinamento das maneiras, enquanto “Kultur” era usada mais para se referir a produtos intelectuais, artísticos e espirituais nos quais se expressavam a individualidade e a criatividade das pessoas (THOMPSON, 1995, p. 167-168).

Diferente de alguns intelectuais franceses desse período que foram

acolhidos à corte na França, ou seja, participavam das classes superiores, na Alemanha a chamada *intelligentsia* é excluída da vida na corte; a realização e afirmação desse grupo se desenvolvem no campo científico, artístico, acadêmico e filosófico. Por outro lado, a corte e os expoentes da burguesia buscavam afirmar seu status pelo refinamento de suas maneiras e imitando os franceses, tomando inclusive o Francês como idioma oficial da classe. O contraste entre os termos germânicos “Zivilisation” e “Kultur” revela, como aponta Thompson, padrões de estratificação social.

Parafraseando Thompson (1995, p.169), pode-se dizer que se articulam nessas histórias tanto a crença nos ideais iluministas, quanto o cultivo e melhoramento das faculdades humanas em termos físicos e intelectuais. É em meio a essas concepções e usos que se identifica o que Thompson define como o sentido clássico de cultura, segundo o qual, esta diz respeito ao processo de desenvolvimento das faculdades humanas, embasado por realizações do âmbito acadêmico e artístico e pelos valores progressistas.

A modernidade afirma, portanto, uma cultura de caráter universalista, que se opõe às amarras e particularismos do antigo sistema de organização social, o feudalismo. Frente ao advento do capitalismo, afirmam Lipovetsky e Serroy (2011, p.12), à cultura se coloca o objetivo de ser instrumento de emancipação dos homens. O que move esse ideal é, sobretudo, a crença no potencial emancipatório da técnica e da ciência para o aperfeiçoamento e melhoria da vida humana. Fruto dessa fase histórica, a cultura na contemporaneidade se apresenta no horizonte da globalização, da tecnociência e da era das mídias digitais. A utopia de supervalorização do futuro deu lugar, segundo Lipovetsky e Serroy (2011, p.13), “ao superinvestimento no presente e a curto prazo”, que consome os princípios fundadores da modernidade e fortalece as lógicas do individualismo e do consumismo.

Eis-nos em uma cultura pós-revolucionária e ao mesmo tempo hipercapitalista. Em toda parte, o imaginário da competição, a cultura de mercado é que triunfam e se difundem, redefinindo os domínios da vida social. [...] Na idade moderna, as transformações mais importantes da esfera cultural forma impulsionadas pela dinâmica da ideologia individualista, com

suas exigências de liberdade e igualdade; na era da hipermodernidade, a economia e seu poder multiplicado é que se impõe como instância principal da produção cultural (LIPOVETSKY & SERROY, 2011, p. 14).

Lipovetsky & Serroy (2011), ao reportarem às características que a cultura apresenta na atualidade, demonstram como esta canalizou a essência do espírito capitalista de produção/consumo e exacerbação do individualismo. Por sua dimensão globalizante, os autores tomam a cultura como uma constelação planetária ou como uma cultura-mundo, na qual se universaliza o aspecto mercantil imperante nessa sociedade. A cultura que agora se desenha na esfera das mídias, do consumismo, do ciberespaço, da tecnociência, da moda, entre outros, traz no bojo uma infinidade de problemas, tanto de escala global (aquecimento global, desastres ambientais, conflitos políticos e religiosos, crises econômicas), quanto existenciais (problemas de identidade, distúrbios de personalidade, depressão).

Os indivíduos têm à disposição uma imensa quantidade de referências, imagens e modelos para construir sua existência. O indivíduo como cidadão cede espaço para o consumidor e é nessa esfera do consumo que os processos de produção simbólica se inserem, fundem-se o capitalismo de consumo e a cultura individualista. Todavia, a gama de informações e opções de bens culturais disponíveis não contribuiu, em essência, para prover uma melhor compreensão do mundo.

Nesse sentido, destaca-se a importância de compreender os processos simbólicos por conta de sua inserção na dinâmica de produção e reprodução material. É preciso considerar que a relação dos produtos culturais de massa com o processo de produção não restringe a dimensão cultural que estes produzem à esfera econômica. Compreender os aspectos simbólicos e ideológicos, que se estruturam no interior dos meios formativos, se relaciona tanto com o entendimento de como estes balizam a identidade do indivíduo, quanto com a possibilidade da produção de conhecimento como fator de mudança social.

Esses “modos de transmissão de valores” contribuem para a reprodução

das estruturas que legitimam a existência da sociedade, no caso, a sociedade moderna ou burguesa. Nesse contexto, alocam-se, por exemplo, os meios de comunicação de massa que se estruturam numa conjuntura de interesses, valores, hábitos, conflitos etc, que balizam as relações sociais. Os meios de comunicação de massa se inserem nesse campo por fazerem parte da própria configuração da modernidade. Assim, verificar como essa sociedade se constitui torna-se relevante para compreender as relações entre cultura e meios de comunicação de massa, o que levará, mais adiante, ao desenvolvimento da proposta de reflexão sobre as narrativas midiáticas.

2.2 Contornos da sociedade industrial: aspectos histórico-sociais

O amplo e contínuo desenvolvimento tecnológico da sociedade ocidental pode ser considerado como marca fundamental da atualidade, cuja influência se delineia nas diferentes esferas sociais, inclusive, na cultura. Os diversos modos de se elaborar, apreender e transmitir a cultura também são perpassados pela lógica tecnológica de constante inovação. Reaparece, nesse contexto, o problema da submissão ao aparato técnico, que não deriva do desenvolvimento da “técnica” em si, mas dos interesses que norteiam as relações sociais que se estabelecem “pela técnica”.

As relações sociais circunscrevem-se no interior de uma conjuntura tecnológica cuja estruturação veicula uma racionalidade instrumental na sociedade. Tal racionalidade se consolidou no bojo do sistema capitalista, no sentido de que este mais do que um “modo de produção material”, tornou-se “um modo de organização social”. Conforme Theodor W. Adorno (1986), no ensaio *Capitalismo tardio ou sociedade industrial?*, esta configuração da sociedade demonstra uma unificação tecnológica e organizatória que não atua apenas na produção material, mas também na produção cultural:

[...] Por toda parte e para além de todas as fronteiras dos

sistemas políticos, o trabalho industrial tornou-se o modelo de sociedade. Evolui para uma totalidade, porque modos de procedimento que se assemelham ao modo industrial necessariamente se expandem, por exigência econômica, também para setores da produção material, para a administração, para a esfera da distribuição e para aquela que se denomina cultura. Por outro lado, a sociedade é capitalismo em suas *relações* de produção. Os homens seguem sendo o que, segundo a análise de Marx, eles eram por volta da metade do século XIX: apêndices da maquinaria, e não mais apenas literalmente os trabalhadores, que têm de se conformar às características das máquinas a que servem, mas, além deles, muito mais, metaforicamente: obrigados até mesmo em suas mais íntimas emoções a se submeterem ao mecanismo social como portadores de papéis, tendo de se modelar sem reservas de acordo com ele (ADORNO, 1986, p.68).

Theodor W. Adorno aponta que, de acordo com o desenvolvimento das forças produtivas, a atual sociedade pode ser considerada industrial, haja vista que o desenvolvimento das forças produtivas tornou o trabalho industrial um modelo de sociedade. Por outro lado, a contemporaneidade se constitui como expressão do que se pode chamar de capitalismo tardio, devido às relações sociais que se estabelecem nas diversas instâncias da sociedade e nas quais cada indivíduo tem um papel/função determinados. As relações sociais estabelecidas sob esse prisma tecnológico marcam a fragmentação das funções para além do âmbito do trabalho. As necessidades tornam-se um meio para justificar a reprodução do sistema econômico e não a finalidade a que se destine seu funcionamento.

A indagação inicial apontada no título do ensaio de Adorno transforma-se, portanto, numa caracterização da sociedade contemporânea com contradições que são inerentes ao capitalismo. O desenvolvimento do sistema de produção capitalista desencadeou relações cada vez mais complexas e heterogêneas. Portanto, para se compreender os dilemas da modernidade, se faz pertinente uma reflexão sobre o modo como se dão os processos formativos que inserem os indivíduos no contexto da sociedade industrial. As bases que estruturaram essa configuração encontram-se nos primórdios de consolidação do sistema capitalista como forma de organização social.

Expressões comuns na atualidade como “avanços tecnológicos”,

“progressos científicos”, “era da informação e da eficiência”, impelem à crença de que, em certa medida, o projeto do Iluminismo de consolidação de uma sociedade moderna baseada, sobretudo, na liberdade e autonomia do indivíduo, tem alcançado seus objetivos. Logo, a compreensão da expansão desse sistema pelo mundo, bem como seus mecanismos de sustentação na atual sociedade, passa pela análise das circunstâncias históricas que o geraram.

Conforme o historiador Eric Hobsbawn (1979), em *A era das revoluções*, a modernidade foi resultado das mudanças históricas que vieram ocorrendo desde o século XVI. Uma das principais mudanças que se pode apontar é a substituição gradativa do saber contemplativo pelo saber empírico. Inicia-se nesse período uma tentativa de se explicar o mundo para além das concepções místicas e religiosas, marcando o período das grandes navegações, de novas descobertas e invenções, como a bússola. No século XVII, com o surgimento das ciências naturais, a razão e o empirismo são tidos como base para a compreensão do mundo físico e social. Os ideais ascendentes do iluminismo de progresso, de racionalidade, riqueza e controle da natureza pelos homens se consolidariam através do desenvolvimento técnico e científico.

Um individualismo secular, racionalista e progressista dominava o pensamento “iluminado”. Libertar o indivíduo das algemas que o agrilhoavam era o seu principal objetivo; do tradicionalismo ignorante da Idade Média, que ainda lançava sua sombra pelo mundo, da superstição das igrejas [...], da irracionalidade que dividia os homens em uma hierarquia de patentes mais baixas e mais altas de acordo com o nascimento ou algum outro critério irrelevante. A liberdade, a igualdade e, em seguida, a fraternidade de todos os homens eram seus slogans. [...] A apaixonada crença no progresso que professava o típico pensador do iluminismo refletia os aumentos visíveis no conhecimento e na técnica, na riqueza, no bem-estar e na civilização que podia ver em toda a sua volta e que, com certa justiça, atribuía ao avanço crescente de suas idéias (HOBSBAWN, 1979, p. 37).

Diante da nova configuração social florescente, Hobsbawn (1979, p. 38) sugere que o termo *Iluminismo* não seja tratado simplesmente como uma

ideologia da classe média, mas como uma proposta revolucionária por propor a abolição da ordem política e social daquele período. Desse modo, com a ascensão da burguesia como classe dominante e de seus ideais, modificaram-se não apenas o modo de produção material, mas, conjuntamente, os laços sociais. As forças econômicas, sociais, políticas e intelectuais foram subsidiadas pelas mudanças ocasionadas pela chamada dupla revolução: Industrial e Francesa.

A Revolução Industrial, portanto, aparece como um importante impulso ao desenvolvimento do capitalismo. Segundo Karl Marx (1985, p.262), no texto *A assim chamada acumulação primitiva*, o primeiro aspecto que caracteriza a ascensão dessa acumulação do capital é a separação entre produtor e meio de produção. Ou seja, têm-se de um lado os detentores de dinheiro, dos meios de produção e de subsistência e do outro os trabalhadores livres que vendem sua força de trabalho.

Esses trabalhadores livres, não mais subjugados à condição de servo ou escravo, provenientes do contingente populacional “liberado” do campo na Revolução Agrária ocorrida ao longo dos séculos XIV e XV, constituíram-se em mão-de-obra para as indústrias. As terras agrícolas expropriadas e acopladas aos latifúndios foram transformadas, por exemplo, em pastagens de ovelhas para suprir as demandas das manufaturas. Outro episódio que deu novo impulso às expropriações agrárias foi a reforma da igreja no século XVI, na qual a Igreja Católica teve grande parte de seus bens confiscados. Assim, os camponeses pobres que viviam em bases fundiárias católicas, garantidas pelos dízimos, foram desapropriados de seu meio de subsistência. Somando a isso se tem a introdução do pagamento de impostos por parte dos pobres, o que consolidou ainda mais as condições de miséria.

A nova lógica de produção em ascensão sustenta o discurso de que os homens foram libertos dos laços servis. Porém, segundo Marx (1985), o homem “livre” se insere numa relação de dependência e servidão novamente, porque passa a depender da venda de sua força de trabalho para sobreviver. No entanto, nas cidades as manufaturas, por exemplo, não conseguiram absorver toda a demanda de trabalhadores provenientes da zona rural. Estes,

por sua vez, não se enquadraram de imediato às novas condições de produção e ao modo de vida urbano:

Os expulsos pela dissolução dos séquitos feudais e pela intermitente e violenta expropriação da base fundiária, esse proletariado livre como os pássaros não podia ser absorvido pela manufatura nascente com a mesma velocidade com que foi posta no mundo. Por outro lado, os que foram bruscamente arrancados de seu modo costumeiro de vida não conseguiam enquadrar-se de maneira igualmente súbita na disciplina da nova condição. Eles se converteram em massas de esmoleiros, assaltantes, vagabundos, em parte por predisposição e na maioria dos casos por força das circunstâncias. Daí ter surgido em toda a Europa ocidental, no final do século XVI, uma legislação sanguinária contra a vagabundagem. Os ancestrais da atual classe trabalhadora foram imediatamente punidos pela transformação, que lhes foi imposta, em vagabundos e *paupers*. A legislação os tratava como criminosos “voluntários” e supunha que dependia de sua boa vontade seguir trabalhando nas antigas condições, que já não existiam (MARX, 1985, p.275).

O “homem livre”, portanto, inserido na lógica de produção capitalista não dispõe de opções para gerir sua sobrevivência e ainda sofre punições por sua condição de miséria. As massas, além de terem que se adaptar às jornadas fabris de intensa exploração, não possuíam respaldo político, pois, mesmo a política governamental mostrava-se comprometida com os interesses industriais. Marx (1985) relata que este contexto gerou grande desemprego, contribuiu com o aumento da violência e com a precarização das condições de vida.

Em meio ao discurso de defesa dos ideais iluministas, a burguesia alcançou um intenso acúmulo de capital, principalmente no setor industrial, contrastando com a crescente miséria do proletariado explorado. As condições que impulsionaram o pioneirismo inglês na Revolução Industrial foram o grande acúmulo de dinheiro e o monopólio do mercado mundial, por deter a produção exclusiva de certas mercadorias. A Inglaterra nessa época se destaca, também, pela exportação de um produto de consumo em massa: o algodão, cuja indústria foi a primeira a ser mecanizada e sua expansão consistiu na base da revolução.

Os efeitos da Revolução Industrial começaram a ser sentidos no restante da Europa, sobretudo, a partir da década de 1840; período em que já se verifica a constituição da classe proletária. Entretanto, o intenso acúmulo de capital, gerado pelos lucros da industrialização, contrastava com a exploração, miséria e fome do povo. Nas palavras de Eric Hobsbawm (1979, p. 63), verifica-se que: “virtualmente livres de impostos, as classes médias continuaram, portanto, a acumular em meio a um populacho faminto, cuja fome era o reverso daquela acumulação.” Os descontentamentos da classe operária, com a crescente desigualdade social, somavam-se aos da pequena burguesia que não possuía subsídios para se expandir.

A consolidação da classe operária, nesse período, é marcada por intensos conflitos nas relações entre patrões e empregados. Edward Thompson (1987) aponta três fatores principais que contribuíram para a formação de uma organização trabalhista, sendo estes: o aumento da população, os aspectos tecnológicos da Revolução Industrial e as influências políticas da Revolução Francesa. Os dois últimos pontos são os considerados de maior relevância, pois “tanto o contexto político quanto a máquina a vapor tiveram a maior influência sobre a formação da consciência e das instituições da classe operária” (THOMPSON, 1987, p. 21). Frente à crescente formação de sindicatos e movimentos trabalhistas que se opunham às repressões políticas e à exploração econômica, a aristocracia e os industriais se unem em defesa de seus interesses: a manutenção do poder do Estado e a geração de lucro. Os decretos, que proibiam e tornavam ilegais as associações trabalhistas, atendiam a ambos os propósitos.

A opressão política e a exploração econômica levam os trabalhadores a se organizarem para exigirem seus direitos. Observa Thompson (p. 22) que a exigência de melhores salários não era a preocupação exclusiva dos trabalhadores. Na pauta de reivindicações encontravam-se, por exemplo, a redução da jornada de trabalho, a segurança do emprego e oposição ao trabalho infantil. Embora houvesse vários segmentos operários, estes se identificavam pelos interesses comuns, constituindo uma consciência de classe. À construção dessa identidade acrescenta-se, parafraseando

Thompson (p.17), o crescimento de formas de organização política e industrial como sindicatos, sociedades de auxílio, produção e distribuição de periódicos, movimentos religiosos e educativos entre outros. Logo, se de um lado a revolução francesa e o legado iluminista criaram uma ética individualista e meritocrática, por outro, despertaram a consciência e atividade política entre as massas diante das precárias condições de vida a que estavam submetidas.

A ética liberal, portanto, trouxe marcas peculiares à formação da sociedade contemporânea. No campo da educação, conforme as proposições de Hobsbawn, as hierarquias de parentesco, título e nomes da nobreza dão lugar ao mérito e competição individual, atribuídos por exames de qualificação. Esse recurso liberal de prestação de exames, por exemplo, na seleção para cargos públicos, apesar de não ser considerado democrático nem igualitário, exclui a promoção pelo favoritismo, típico hábito aristocrático e monárquico. Todavia, sob a premissa de uma sociedade aberta à lógica da livre competição, como no comércio, a instrução ao talento gerou em si um ensino burocratizado (HOBSBAWN, 1979).

A ideia de “cidadão” e de “civilizado” também compõem a construção do homem moderno. Para além dos valores de igualdade, democracia, direitos civis e liberdade, difundidos na sociedade liberal, cabe pontuar que a cidadania se constrói intrinsecamente ligada à ideia de propriedade privada. Não possuir uma propriedade ou não ter a habilidade para se tornar um proprietário fazia do indivíduo um homem incompleto e, por consequência, um cidadão incompleto. Esse homem, cuja competência, inteligência, afinco para o trabalho, disposição e energia, tornavam-se questionáveis por não galgar os degraus da livre sociedade burguesa, estava condenado a ser súdito – o que no sentido moderno equivalia a sujeitar-se ao trabalho nas indústrias, a ser um operário.

O mundo da classe média estava livremente aberto a todos. Portanto, os que não conseguiam cruzar seus umbrais demonstravam uma falta de inteligência pessoal, de força moral ou de energia que, automaticamente, os condenava, ou na melhor das hipóteses, uma herança racial ou histórica que deveria invalidá-los eternamente, como seja tivessem feito uso, para sempre, de suas oportunidades. O período que culminou por volta da metade do século foi, portanto, uma época de

insensibilidade sem igual, não só porque a pobreza que rodeava a respeitabilidade da classe média era tão chocante que o homem rico preferia não vê-la, deixando que seus horrores provocassem impacto apenas sobre os visitantes estrangeiros (como é o caso hoje em dia das favelas da Índia), mas também porque os pobres, como os bárbaros do exterior, eram tratados como se não fossem seres humanos (HOBBSAWN, p. 142, 1979).

Erigido sob os princípios liberais, o cidadão (burguês e civilizado) alimentava um sentimento de superioridade frente aos bárbaros, que incluía também os trabalhadores de seu país. À essa massa de trabalhadores destinava-se a imposição de uma disciplina que os modelasse para o trabalho fabril que, conforme já discutido anteriormente, era amparada pelo Estado. No que se refere às ações de expansão do capitalismo para o além-mar, na busca por novas fontes de matéria-prima e mercado, a justificativa dos exploradores se pautava no discurso quase salvacionista de promoção da civilidade e do progresso às populações “atrasadas”.

As expedições de exploração se expandem, sobretudo, a partir da década de 1840, tanto para outras margens do oceano, quanto para além das fronteiras terrestres. Os meios de comunicação (jornais, telégrafo, folhetins), por sua vez, têm um importante papel na ampla divulgação dos progressos e sucesso das viagens. Hobsbawn (1982), em *A era do capital*, pontua que o avanço das comunicações provocou uma desigualdade de desenvolvimento entre as regiões que detinham maior ou menor acesso às novas tecnologias. Isto não significa que as regiões de escasso domínio tecnológico tenham ficado fora da internacionalização da cultura. Pelo contrário, as relações de produção e consumo foram unificando as regiões do mundo: a crescente produção em massa de mercadorias impulsionou a disputa por matéria-prima e busca por novos mercados consumidores (HOBBSAWN, 1982, p. 65).

Todavia, para a compreensão da consolidação do capitalismo como modelo de sociedade que se perpetua até os dias de hoje, é preciso transpor a esfera econômica e vislumbrar os aspectos culturais que se estruturaram nesse processo de padronização. Na perspectiva de Hobsbawn, os europeus e seus descendentes disseminavam modelos do mundo desenvolvido para serem

copiados pelas “sociedades atrasadas”. Sob este prisma, muitas nações ocidentais “nasceram” baseadas em uma democracia com instituições, economia e credos estruturados no capitalismo e ideais liberais.

Um modo de produção e de organização social que unificou (em diferentes aspectos e níveis) diversas sociedades, o capitalismo entrelaça as nações em uma rede de relações que as tornam dependentes entre si. As crises refletem que o capitalismo se perpetua por contínuas construções e desconstruções de seu sistema de produção, mantendo-se pelo incessante acirramento das desigualdades econômicas e sociais.

A respeito desse caráter ambíguo do capitalismo, Marshall Berman (1986) discute, na obra *Tudo que é sólido desmancha no ar*, como as análises de Marx no *Manifesto do partido comunista* poderiam auxiliar na compreensão da relação “entre cultura, economia e sociedade burguesas” (BERMAN, 1986, p. 89). Segundo Berman (1986), a constante geração de lucro do capitalismo exige uma incessante renovação de seus meios de produção. As pessoas, por sua vez, devem desenvolver, constantemente, habilidades que supram as necessidades do mercado. A exploração das capacidades humanas não leva em conta as peculiaridades e talentos pessoais, estes devem apenas se adequar à manutenção do sistema.

Logo, se por um lado, o desenvolvimento tecnológico e científico gerou conhecimentos e métodos que aperfeiçoaram os modos de vida e tornaram mais eficiente e racionalizado o processo produtivo, por outro, o homem se tornou um instrumento da técnica. O capitalismo se apresenta como agente transformador à medida que modifica condutas, valores e práticas sociais; porém o problema é o caráter descartável que as relações adquirem. A liberdade de buscar a plena realização individual e satisfação das necessidades mostra uma face da ética moderna que estimula não só a exploração do outro, mas de si mesmo.

Esse processo encerra o indivíduo dentro de uma conjuntura de estranhamento, em primeira instância, de suas funções e do produto de seu trabalho, o que incide sobre sua própria condição social. Para Marx (s.d), no ensaio *A Consciência Revolucionária da História*, a condição a que o indivíduo

é submetido em sua atividade laboral produz uma alienação em relação ao mundo e não apenas ao trabalho. As formas de entender ou não as relações sociais à sua volta e de interagir socialmente em determinados momentos da realidade, ficam comprometidas ideologicamente. Ou seja, as ideologias dominantes auxiliam na manutenção das relações sociais de forma alienada, ao fazerem crer que o modo de produção material estabelecido é algo natural. Sendo assim, parafraseando Karl Marx (1979), isso se constitui em uma força que independe do querer e do agir dos homens, e que, na verdade, dirige este querer e agir:

É justamente desta contradição entre o interesse particular e o interesse coletivo que o interesse coletivo toma, na qualidade de *Estado*, uma forma autônoma, separada dos reais interesses particulares e gerais e, ao mesmo tempo, na qualidade de uma coletividade ilusória, mas sempre sobre a base real dos laços existentes em cada conglomerado familiar e tribal – tais como, laços de sangue, linguagem, divisão do trabalho em maior escala e outros interesses – e, sobretudo, [...] baseada nas classes, já condicionados pela divisão do trabalho, que se isolam em cada um destes conglomerados humanos e entre as quais há uma que domina todas as outras. (MARX, 1979, p. 48).

Perpetua-se a segmentação social, na qual cada indivíduo, encerrado em idéias que julga serem o cerne e a justificativa de sua autonomia, se submete às idéias dominantes de um sistema que os explora para a manutenção de seu lucro e poder. Essa alienação culminou em implicações que ultrapassam o âmbito econômico e tecnológico, tendo em vista que a lógica do desenvolvimento industrial abarcou, também, a padronização dos bens culturais. Nesse sentido, a cultura, que se constrói na dinâmica de socialização do homem, ou seja, nas interações e no processo formativo, tem estado comprometida com a lógica industrial de produção e consumo.

Portanto, uma análise das relações entre os indivíduos e a elaboração de sentidos para suas vivências, passam também pelo entendimento dos processos formativos e de como estes se configuram na contemporaneidade. Desse modo, a importância das questões formativas na análise das relações sociais se insere na própria criação do mundo humano, ou seja, da cultura, a

qual é elaborada partir da interação dos homens entre si e com o mundo. Se na fase do capitalismo tardio a cultura adquire também aspectos mercantis, é preciso compreender como esta se manifesta objetivamente nessa conjuntura, em que o estranhamento do indivíduo em relação a suas funções e ao produto de seu trabalho, se presentifica na experiência formativa.

2.3 Razão instrumental e esclarecimento

As contribuições teórico-metodológicas de Theodor Adorno e Max Horkheimer subsidiam o entendimento do contexto anterior que procurou situar a configuração da lógica social de transformação dos bens culturais em produtos de consumo, ou seja, o que os autores denominaram de razão instrumental. Esta proposta de compreensão da constituição da sociedade industrial está vinculada à corrente denominada Escola de Frankfurt, cuja orientação teórica se funda nas heranças marxistas. A proposta central da corrente frankfurtiana diz respeito à formulação de uma teoria crítica acerca da racionalidade da sociedade burguesa, enfatizando a questão da cultura e da ideologia.

Sob esse prisma teórico, a compreensão do conceito de cultura, convertido em razão instrumental, passa pelo entendimento dos conteúdos ideológicos que são disseminados socialmente, de modo que se articulam à experiência cotidiana. A Teoria Crítica, em suma, propõe uma análise da racionalidade técnica dominante no contexto da sociedade industrial e as implicações ideológicas da produção cultural na formação da consciência social. (ADORNO, 1985).

A obra *Dialética do Esclarecimento*, escrita a quatro mãos por Theodor Adorno e Max Horkheimer e publicada em 1947, é considerada um clássico nos estudos acerca da sociedade do século XX, apresentando uma reflexão profícua sobre os meandros do conceito de razão na civilização ocidental. A razão, enquanto condição para o esclarecimento, toma na modernidade os

contornos do próprio mito que deseja extirpar do pensamento. Ao se referirem ao conceito *Aufklärung*, traduzido como esclarecimento, os autores enfatizam não apenas a concepção de emancipação e reflexão crítica que remete ao movimento iluminista. Segundo Guido Antônio Almeida², o termo esclarecimento (*Aufklärung*) diz respeito ao processo de “desencantamento do mundo”, ou seja, da racionalização da sociedade que se liberta dos mitos e dos imperativos da natureza. Em Adorno e Horkheimer, o termo contempla essa perspectiva, mas, vai além, ao aprofundar uma crítica sobre os elementos regressivos que estão contidos nas formas históricas concretas que estruturam e mantêm a sociedade burguesa.

A *Dialética do Esclarecimento*, segundo os teóricos frankfurtianos, traz uma reflexão sobre o pensamento esclarecedor que, efetivado em ideias e instituições, toma, no movimento da sociedade burguesa e na realidade concreta, formas destrutivas do próprio progresso que promove. A produtividade econômica que possibilitou, em diferentes níveis, a elevação do padrão de vida material são acompanhados, por outro lado, da decadência social. As condições criadas pelo progresso, com desenvolvimento técnico e científico, para a construção de um mundo mais justo, não se efetivam. O indivíduo fica imerso num movimento contraditório, pois é anulado frente aos poderes econômicos e, ao mesmo tempo, coopera para elevar o domínio e poder da sociedade sobre a natureza (ADORNO E HORKHEIMER, 1985, p. 11-14).

O ensaio *Conceito de Esclarecimento* (1985), que abre a obra referenciada anteriormente, tem como objetivo central clarificar esse entrelaçamento entre racionalidade e realidade social que converte o esclarecimento em mitologia. O texto de Adorno e Horkheimer (1985), nesse sentido, aponta caminhos para uma reflexão sobre o engodo das promessas da razão iluminista na modernidade e propõe a construção de um conceito positivo de esclarecimento que se desvincule das noções dominantes que o cegam. A proposta humanística do esclarecimento (*Aufklärung*) de gerar emancipação

² ADORNO, Theodor W. & HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Trad. Guido Antônio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

social se esvai na conversão da razão em sinônimo de desenvolvimento técnico para instrumentalização do sistema econômico.

Daí incide a crítica dos filósofos sobre as promessas da razão iluminista que, no sentido kantiano de esclarecimento (*Aufklärung*), teria por objetivo orientar as ações do homem na sociedade, de modo a contribuir com a ampliação e continuidade dos conhecimentos. Assim, na tese do esclarecimento (*Aufklärung*), a razão iluminista propunha-se a emancipar o indivíduo, ou seja, fazê-lo sair da dependência do outro e ter a capacidade de questionar criticamente a sua realidade. Compreendendo as contradições na sociedade, os indivíduos poderiam colaborar mais efetivamente com seu progresso, ao passo que tomassem consciência da própria natureza social do homem, de sua inserção no todo.

Se o objetivo do esclarecimento (*Aufklärung*), segundo Adorno e Horkheimer (1985), consistia em emancipar o homem para exercer o domínio sobre a natureza, sua finalidade seria, portanto, a de substituir os mitos, pelo conhecimento racional. O conhecimento mitológico é considerado como o saber que se funda em explicações difusas, fantásticas, sobrenaturais ou religiosas, em suma, sem comprovação científica. O mito, conforme elucida o antropólogo Everardo Rocha (1995), pode ser entendido como uma das formas das sociedades expressarem valores, inquietações, sentido para a existência, para o cosmos e para as relações sociais; o mito se localiza no cotidiano, na dinâmica da vida. O desenvolvimento do pensamento científico, por sua vez, se coloca como expressão da verdade, como esclarecimento (*Aufklärung*) e como tal, responsável pela difusão dos conhecimentos acumulados e sistematizados logicamente. Em oposição ao mito, a ciência não produziria um conhecimento transitório, passível de múltiplas interpretações; a ciência não “fala” por alegorias, não oculta significados, não se explica pelo sobrenatural; seu cerne é a objetividade.

A relação do mito com as formas de narrar serão discutidas adiante, o que importa considerar no momento é a aproximação do mito da ideia de verdade e razão que constituiu a modernidade. O saber técnico e a racionalidade, como meios para aperfeiçoar o processo de trabalho,

extravasaram o âmbito de produção e estenderam-se para as diversas esferas das relações sociais. Ao instrumentalizar a reprodução de uma ordem social desagregadora, de contradições inerentes, que se sustentam em formas materiais e ideológicas, pelos princípios de progresso, emancipação, liberdade, não se tem senão uma nova roupagem para o mito? É nesse sentido que Adorno e Horkheimer enfatizam a conversão do pensamento esclarecedor em mitologia, ou seja, de que na racionalidade que sustenta a manutenção da sociedade capitalista, sob a lógica de progresso, está oculta a irracionalidade das injustiças sociais que este sistema gera.

O esclarecimento (*Aufklärung*), que quer escapar ao mito, se converte na sua própria negação: a razão, que outrora questionou os grilhões do sistema feudal, toma a forma de guardiã de uma ordem social repetitiva e padronizadora que se quer provar natural. Conforme Adorno e Horkheimer (1985), a multiplicação do poder do homem pelo advento da razão o aliena e distancia de uma reflexão sobre seu próprio cotidiano. Na naturalização desse processo de produção, o indivíduo é subsumido à uma lógica organizacional, que captura as possibilidades do sujeito questionar sua realidade para além das relações imediatas. Essa lógica coopera com a formação de um imaginário social comprometido pela racionalidade técnica:

Não são apenas as qualidades dissolvidas no pensamento, mas os homens são forçados à real conformidade. O preço dessa vantagem, que é a indiferença do mercado pela origem das pessoas que nele vêm trocar suas mercadorias, é pago por elas mesmas ao deixarem que suas possibilidades inatas sejam modeladas pela produção das mercadorias que se podem comprar no mercado. Os homens receberam o seu eu como algo pertencente a cada um, diferente de todos os outros, para que ele possa com tanto maior segurança se tornar igual (ADORNO, 1985, p. 24).

O advento da indústria e o da produção em série possibilitou o acesso a mercadorias que eram restritas a uma pequena parcela da população. O capitalismo, nesse sentido, se mostra democrático, haja vista que alimenta um circuito de produção de mercadorias que procura abranger os diversos e diferentes públicos e, com isso, o surgimento de um novo fator de inclusão ou

elemento agregador na sociedade: o consumo. O amparo do mercado coloca o indivíduo como distinto, ao qual cabe uma função ou papel específico nessa estrutura social. Neste sistema de produção, o indivíduo não é mais discriminado por sua origem, todavia, as suas qualidades só se constituem como relevantes se puderem servir às necessidades do mercado. A lógica da singularidade se subverte em racionalidade instrumental e os indivíduos tornam-se indistintos aos outros, pois esta lógica se difunde no interior de um processo de produção e reprodução material repetitivo e massificante.

O filme *Tempos Modernos* de Charles Chaplin retrata de forma exemplar as condições a que são submetidos os indivíduos no mundo moderno e industrializado, destacando, sobretudo, as imposições da mecanização da mão-de-obra e as desigualdades sociais. Produzido na década de 1930, nos EUA, o filme ambienta o período da depressão econômica na sociedade norte-americana na pós-crise de 1929, que ocasionou altos índices de desemprego. Chaplin demonstra, através de seu personagem Carlitos, muitos aspectos do trabalhador da primeira metade do século XX, que imerso numa rotina de rígida divisão de tarefas, acaba perdendo a noção da configuração do produto que produz. O trabalho torna-se algo abstrato e o estranhamento que germina no ambiente de trabalho estende-se ao cotidiano, configurando uma realidade desajustada.

O tom às vezes exagerado, como a tentativa de utilizar uma máquina alimentadora, para “poupar” ou “otimizar” o tempo das refeições, a qual quase eletrocuta o personagem ou ainda quando Chaplin é “engolido” pelas engrenagens da máquina, exemplifica de forma brilhante a submissão ao aparato técnico que Adorno e Horkheimer (1985) apontam no ensaio *Conceito de Esclarecimento*. Adorno e Horkheimer constatarem que no processo da divisão do trabalho desvelam-se ações automáticas no indivíduo, que, imerso em operações padronizadas e repetitivas, atua como um aparato da máquina. A rotina produtiva, à qual o indivíduo condiciona suas atividades em torno do trabalho, limita-o a um ritmo de vida repetitivo. É nesse sentido que as ações do indivíduo, em seus diversos níveis, passam a apreender uma realidade fragmentada e desconexa da dominação a que estão submetidos.

O ritmo frenético e ininterrupto com que os personagens da fábrica, em *Tempos Modernos*, apertam os parafusos na esteira de produção, identifica o controle e aperfeiçoamento produtivo – características peculiares das relações de produção capitalista que se ampliam a um estágio global de constante expansão e renovação no século XX. Este estágio de acelerada industrialização, desenvolvimento técnico e científico potencializa a coerção social que se exerce em forma de condutas racionais, ocultando a submissão dos indivíduos à produção material. “O pensar reifica-se num processo automático e autônomo, emulando a máquina que ele próprio produz para que ela possa finalmente substituí-lo” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, p.33).

Os embotamentos da consciência, causados pelo condicionamento a uma atividade repetitiva, configuram um estranhamento no indivíduo que não se ajusta à realidade. *Carlitos*, protagonista do filme supracitado, não consegue ficar muito tempo num mesmo emprego, tendo durante o filme várias ocupações que vão desde operário industrial, passando por vigia de loja de departamento e auxiliar de manutenção de máquinas até garçom e *showman* em um bar noturno. Por um lado, a diversidade de empregos disponíveis leva a crer que o indivíduo tem inúmeras oportunidades abertas na sociedade capitalista com a ampliação do mercado de trabalho. Porém, as agruras e confusões representadas pelo personagem sinalizam o sentimento de inadequação que o indivíduo vivencia numa sociedade que acirra as desigualdades sociais, ao mesmo tempo, em que aperfeiçoa (mas não concretiza) as condições de supressão das misérias.

A naturalização dos instrumentos e relações de dominação, que se interpõem à coletividade, fundem-se à racionalidade objetiva: aos indivíduos estão prescritas as posturas, normas, comportamentos condizentes com a realidade. A autoconservação é o timbre da contemporaneidade, que se alicerça sob a insígnia da liberdade individual, marchando rumo ao progresso. A transmutação do esclarecimento em mitologia, segundo Adorno e Horkheimer, está na submissão da razão ao formalismo lógico que se prende ao imediatismo e perde-se das conexões históricas, sociais e humanas. Conforme os autores, a dominação na sociedade industrial não se restringe à

alienação com relação ao produto do trabalho, esta se estende à coisificação do espírito que gera um estranhamento também nas relações entre os indivíduos e destes consigo mesmo (ADORNO & HORKHMEIMER, 1985, p. 35).

O animismo havia dotado a coisa de uma alma, o industrialismo coisifica as almas. O aparelho econômico, antes mesmo do planejamento total, já provê espontaneamente as mercadorias dos valores que decidem sobre o comportamento dos homens. [...] As inúmeras agências da produção em massa e da cultura por ela criada servem para inculcar no indivíduo os comportamentos normalizados como naturais, decentes e racionais. De agora em diante, ele só se determina como coisa, como elemento estatístico, como *success or failure*. Seu padrão é a autoconservação, a assemelhação bem ou malsucedida à objetividade da sua função e aos modelos colocados para ela (ADORNO & HORKHMEIMER, 1985, p. 35).

Numa sociedade em que o modelo de produção material ultrapassou, em muito, a esfera de trabalho e configurou a organização social sob os parâmetros mercadológicos, as relações entre os indivíduos também não escapam a essa perspectiva. O sucesso (*success*) ou fracasso (*failure*), a que se referem Adorno e Horkheimer, tem vinculação com o movimento do progresso no capitalismo, em meio ao qual, o trabalho social é mediatizado pelo individualismo burguês. Nesse sentido, é de responsabilidade exclusiva do indivíduo trilhar os caminhos para o êxito ou para o malogro. Ambos os resultados que se possa obter satisfazem a lógica de perpetuação mercantil das relações sociais, cooperando com a naturalização e reprodução da economia burguesa.

A autoconservação do indivíduo, enquanto princípio de sobrevivência concretizado pela atividade laboral, toma uma forma contraditória na sociedade capitalista: “quanto mais o processo de autoconservação é assegurado pela divisão do trabalho, tanto mais ele força a auto-alienação dos indivíduos, que têm de se formar no corpo e na alma segundo a aparelhagem técnica” (1985, p.36). A subjetividade se entrelaça ao processo técnico e a razão, enquanto

capacidade de perceber, apreender e refletir sobre a realidade, resigna-se a instrumentalizar a produção material. Assim, na perspectiva dos filósofos frankfurtianos, a razão engendra-se na apreensão pelo cálculo formal; a autoconservação, por sua vez, impera seu caráter coercitivo, ratificando a coisificação do homem.

Livre dos multívios da consciência mítica, a razão irradia na economia mercantil como sucedâneo do mito do qual deseja evadir-se; a razão calculadora é a mola propulsora do progresso e o alimento da nova barbárie que entrelaça trabalho e dominação. A dinâmica do trabalho burguês que verte o esclarecimento à mitologia é desenvolvida de forma exemplar por Adorno e Horkheimer por meio da reflexão dos versos da *Odisséia*³ de Homero. Através de um olhar alegórico sobre a epopéia, os autores apontam as articulações entre dominação e progresso, tendo como referência o episódio das Sereias⁴.

Nessa passagem da narrativa, Ulisses⁵ ordena aos seus servos que tapem os ouvidos com cera para não ouvirem o canto das sereias e para que remem com toda força. Os servos seguem mar afora em ritmo compassado, sem olhar para os lados, sem se falarem; da mesma forma os trabalhadores na era moderna são regidos pela cadência que move as relações na fábrica, na

³ Sendo a continuação de outra obra consagrada de Homero, a *Ilíada*; a *Odisséia* é também um poema épico que conta as aventuras do herói grego Ulisses na volta para sua pátria.

⁴ Refere-se ao episódio (chamado de Canto) XII da *Odisséia* em que Ulisses e seus marinheiros passam pela região onde habitam sereias e para não serem tragados por elas, colocam ceras nos ouvidos, enquanto Ulisses, amarrado ao mastro, apela apenas para a razão e o autocontrole a fim de resistir ao canto das sereias:

“Uma rodela de cera cortei com meu bronze afiado, em pedacinhos, (...) Sem exceção, depois disso, tapei os ouvidos dos sócios; As mãos e os pés, por sua vez, me amarram na célere nave, em torno ao mastro, de pé, com possantes calabres seguro. Sentam-se logo, batendo com o remo nas ondas grisalhas. Mas ao chegar à distância somente de grito da praia, com toda a força a remar, não passou nosso barco ligeiro despercebido às Sereias, de perto, que entoam sonoras: ‘Vem para perto, famoso Odisseu, dos Aquivos orgulho, traz para cá teu navio que possas o canto escutar-nos. (...) Dessa maneira cantavam, belíssima. Mui desejoso de as escutar, fiz sinal com os olhos aos sócios que as cordas me relaxassem; mas eles remaram bem mais ardorosos (HOMERO. *Ilíada e Odisséia*. Trad. Carlos Alberto Nunes. Rio de Janeiro: Ediouro, 2000, XII, 173-194)

⁵ Odisseu ou Ulisses (como era conhecido na mitologia romana) é o personagem principal da *Odisséia* escrita por Homero, considerado um herói grego, por suas estratégias, inclusive no livro anterior *Ilíada*, em sugere a construção de um cavalo de madeira que abrigou os gregos para entrar em Tróia. Como se diz na proposição, é a história do “herói de mil estratégias que tanto vagueou, depois de ter destruído a acrópole sagrada de Troia, que viu cidades e conheceu costumes de tantos homens e que no mar padeceu mil tormentos, quanto lutava pela vida e pelo regresso dos seus companheiros”. (HOMERO. *Ilíada e Odisséia*. Trad. Carlos Alberto Nunes. Rio de Janeiro: Ediouro, 1969.)

escola, nos escritórios, nos supermercados, nos *shoppings*, no trânsito. Ulisses, por sua vez, amarrado ao mastro do barco, nada pode fazer, apenas escuta a beleza do canto como mero objeto de contemplação, distante e separado da práxis. Assim, o senhor de terras, o patrão, o chefe não tendo que participar do trabalho, se ata cada vez mais ao seu poderio e por ele se deixa seduzir. Substrato da própria dominação, o opressor imputa a limitação do pensamento pelo esquematismo organizacional e administrativo.

A regressão das massas, de que hoje se fala, nada mais é senão a incapacidade de poder ouvir o imediato com os próprios ouvidos, de poder tocar o intocado com as próprias mãos: a nova forma de ofuscamento que vem substituir as formas míticas superadas. [...] São as condições concretas do trabalho na sociedade que forçam o conformismo e não as influências conscientes, as quais por acréscimo embruteceriam e afastariam da verdade os homens oprimidos. A impotência dos trabalhadores não é mero pretexto dos dominantes, mas a consequência lógica da sociedade industrial, na qual o fado antigo acabou por se transformar no esforço de a ele escapar (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, p. 41-42)

A conversão do esclarecimento (*Aufklärung*) em mito está incrustada na forma dicotômica que o progresso assume na sociedade industrial: a prosperidade material, técnica, social, científica alimenta o poder do progresso e ao mesmo tempo seu oposto, ou seja, as formas de dominação; a progressão do poder não apenas sobre a natureza, mas, conjuntamente sobre a existência humana. Parafraseando Adorno e Horkheimer (p.43), pode-se dizer que a capacidade e poder de eliminar definitivamente a miséria crescem na mesma proporção que a própria miséria nas diversas partes do mundo. A perspectiva universal e o alcance global das formas de produção enraizadas pelo capitalismo transpassam barreiras espaciais e temporais; ao mesmo tempo o pensamento perde seu elemento de reflexão sobre si mesmo, mistificando a capacidade de apreender as injustiças que confluem no cotidiano.

Nesse sentido, os autores propõem a construção de um novo conceito de esclarecimento (*Aufklärung*) que se oponha à perspectiva enraizada na sociedade contemporânea que sustenta o progresso da civilização, mas ao mesmo tempo, a dominação e regressão do espírito. Na perspectiva de Adorno

e Horkheimer, o esclarecimento (*Aufklärung*) necessita transpor a finalidade que o destina como instrumento para a evolução econômica e fazer-se instrumento da consciência, que permite ao sujeito reconhecer sua própria natureza. Esse movimento da consciência busca revelar a insígnia da dominação que está contida no próprio pensamento e que a naturaliza na cultura.

Portanto, o que se destaca na contemporaneidade não é apenas expansão do poder industrial pelo globo, verificada desde os anos iniciais do século XX. A produção de mercadorias em larga escala, como já mencionado anteriormente, “incluiu”, de certa forma, parcelas da população que antes não tinham acesso a determinados bens. O consumo, nesse sentido, passa a ser um forte fator de inserção social. Ao passo que “insere” tal produção, segundo Edgar Morin (1967), inaugura uma nova forma de industrialização: a do espírito, que se move por meio da produção de mercadorias culturais.

Fabricadas em escala industrial e vendidas comercialmente, essas mercadorias trazem o emblema da “humanidade” ao veicularem valores, características, hábitos que incidem sobre o imaginário social. Essa cultura de massa ou *terceira cultura*, como afirma Morin, é o que Adorno e Horkheimer definiram como *indústria cultural*.

Esse pressuposto teórico torna-se fundamental para uma reflexão crítica sobre a educação, ao passo que esta é entendida como instrumento de disseminação e legitimação da produção cultural. As questões ideológicas no plano da cultura constituem para o pensamento frankfurtiano um elemento fundamental da crítica à racionalidade técnica, pois está na ideologia mercantil a raiz da irracionalidade que alimenta a barbárie social. Refletir sobre as narrativas contemporâneas inscreve-se, portanto, como possibilidade de compreender formas de dominação arraigadas no imaginário social. O esclarecimento (*Aufklärung*), enquanto princípio emancipador, dirige-se no sentido de tencionar tais discursos a revelar os mecanismos de empobrecimento da própria constituição do indivíduo.

2.4 Contemporaneidade e formação: as vicissitudes da indústria cultural

A compreensão do processo de mercantilização da cultura e de criação de padrões homogeneizantes é um dos pontos nervais das reflexões de Adorno e Horkheimer. Os intelectuais abordam essas questões por meio do conceito de *indústria cultural*, o qual demonstra as apropriações mercantis da produção cultural e as suas implicações sociais na atualidade. O termo indústria cultural foi empregado pela primeira vez por Max Horkheimer e Theodor Adorno no livro *Dialética do Esclarecimento*, publicado em 1947, e refere-se ao problema da cultura de massa no sentido contrário às explicações que a consideravam como um fenômeno espontâneo das massas. A indústria cultural é entendida pelos autores como produtos de conteúdo cultural que são feitos adaptados às massas, mas não para satisfazerem suas necessidades e sim sustentar a ideologia mercantil dominante.

No ensaio *A Indústria Cultural*, Adorno e Horkheimer (1986) desenvolvem a tese de que os produtos da indústria cultural seguem a mesma lógica da comercialização e geração de lucro do processo de produção. Os conteúdos e a configuração desses produtos transmitem uma cultura de viés não crítico, colaborando com a aceitação das condições de exploração da sociedade as quais estão submetidos os homens.

Os autores utilizam o termo “indústria” para se referirem a uma produção racionalizada, ou seja, uma produção e reprodução mecânica de bens de consumo. O “cultural”, por sua vez, diz respeito ao tipo de bens que são produzidos e que veiculam, por exemplo, através do rádio, da televisão, e da internet, a comunicação de ideias, sentimentos, valores e comportamentos. Veiculada nas diversas instâncias sociais, ao padronizar estereótipos culturais, a indústria cultural distorce a percepção das contradições da sociedade, ou ainda, permite perceber as contradições, mas não questioná-las.

Através da ideologia da indústria cultural, o conformismo substitui a consciência; jamais a ordem por ela transmitida é confrontada com o que ela pretende ser ou com os reais

interesses dos homens. [...] Que a indústria cultural não se preocupe mais com tal fato, que ela venda a ordem *in abstracto*, isso apenas atesta a impotência e a carência de fundamento das mensagens que ela transmite. Pretendendo ser o guia dos perplexos, e apresentando-lhes de maneira enganadora os conflitos que eles devem confundir com os seus, a indústria cultural só na aparência os resolve, pois não lhe seria possível resolvê-los em suas próprias vidas. (ADORNO, 1986, p.97-98)

O processo de comprometimento formativo que esse tipo de cultura veicula, por sua vez, à necessidade de compreender os mecanismos, através dos quais, essa assim chamada cultura do entretenimento seduz e induz comportamentos regressivos na sociedade. A análise do conceito de *indústria cultural* subsidia o entendimento desses comportamentos que emergem no bojo da contemporaneidade e possibilita a investigação dos processos de contaminação gerados por esta na formação do imaginário social e ocultamento das contradições das relações da produção social.

Organizada segundo um modelo de concentração de técnicas econômicas, a indústria cultural segue uma lógica burocrática e padronizadora. Porém, sua vestimenta contempla produtos que fornecem “originalidade” e “inovação” para a vida dos indivíduos. Estudar sua estruturação requer a compreensão do seu movimento que vai da técnica à alma humana e vice-versa, ou seja, compreender as dimensões subjetivas dessas apropriações mercantilizadas. Além disso, conforme afirma Morin (1967), é preciso conceber que nesse complexo fenômeno contemporâneo entremeiam-se aspectos da cultura, civilização e história do século XX.

Na década de 1930, o trabalho pode ser considerado menos penoso fisicamente, devido à mecanização do processo produtivo, e mais impessoal devido à especialização das funções. A busca pelo bem-estar, lazer e consumo, anteriormente disseminados entre a burguesia e a nobreza, assim como os problemas e preocupações do âmbito individual/privado, passam a figurar de forma mais central também no universo da classe assalariada. As ligações afetivas e os valores passam a se delinear fora do campo de trabalho, ou seja, no lazer, na vida privada; gera-se um novo processo de

individualização (MORIN, 1967, p. 93-94):

A cultura de massa se constitui em função das necessidades individuais que emergem. Ela vai fornecer à vida privada as imagens e os modelos que dão forma as suas aspirações. Algumas dessas aspirações não podem se satisfazer nas grandes cidades civilizadas, burocratizadas; nesse caso a cultura resgata uma evasão por procuração em direção a um universo onde reinam a aventura, o movimento, a ação sem freio, a liberdade, não a liberdade no sentido político do termo, mas a liberdade no sentido individual, afetivo, íntimo, da realização das necessidades ou instintos inibidos ou proibidos. [...] E é porque a cultura de massa se torna o grande fornecedor dos mitos condutores do lazer, da felicidade, do amor, que nós podemos compreender o movimento que o impulsiona, não só do real para o imaginário, mas também do imaginário para o real. Ela não é só evasão, ela é ao mesmo tempo, e contraditoriamente, integração (MORIN, 1967, p. 94).

Imagens tornam-se modelos e incitam certas práticas sociais; indicam ideais de comportamento, beleza, consumo etc. No imaginário social criam-se mitos de auto-realização, heróis, ideologias, receitas para os problemas. Aqui se faz pertinente retomar as proposições de Adorno e Horkheimer (1985) acerca do caráter ideológico desse tipo de cultura. A ideologia não está apenas naquilo a que aspira como entretenimento ou nível de informação, mas naquilo que não se realiza de fato, em vista dos interesses com os quais essa forma de expressão está comprometida. O caráter homogeneizante está na propagação de certas categorias como primordiais para o alcance de uma vida “verdadeiramente feliz”. As ideias e valores transmitidos são naturalizados no cotidiano e acabam por determinar a expropriação dos sentidos humanos que está se vivenciando na atualidade.

Em diálogo com algumas considerações feitas pelo teórico frankfurtiano Herbert Marcuse, na obra *A Ideologia da Sociedade Industrial* (1982), é possível captar mais algumas nuances acerca das influências dessas ideologias de caráter consumistas sobre as necessidades dos indivíduos. Segundo Marcuse (1982), na sociedade industrial os meios de informação em massa difundem interesses particulares que são aceitos e interiorizados como sendo de todos. Esse fenômeno que se localiza de forma mais incisiva no início

do século XX diz respeito, sobretudo, à atuação dos meios de comunicação de massa que passam a operar tanto como veículo informativo (expressando os fatos da “atualidade”) quanto com a construção do imaginário (via espetacularização dos fatos).

Edgar Morin (1967) aponta que a informação nesse período de expansão comunicacional ganha status de dramatização e os conteúdos privilegiam o “realismo” da vida vivida. Estruturada de forma romanceada, a informação adquire uma tendência mitologizante e de apelação aos sentidos afetivos. Exemplos clássicos são noticiados diariamente na televisão, jornais, rádio, internet que trazem sempre um “novo” destaque: o assassinato que chocou a cidade tal, a atriz que se casou com grande pompa, os pais que reencontram o filho perdido há anos, a tragédia aérea que matou centenas de pessoas, o talento desconhecido que se tornou o novo ícone da música clássica etc. Nos mesmos moldes das narrativas fílmicas, a informação incide sobre as relações humanas à medida que seus conteúdos promovem uma projeção-identificação no imaginário individual, pela afetividade.

Nesse reduto de interações propagam-se também conselhos de como “saber viver” e, para isso, seguem-se uma infinidade de produtos culturais para “sanar” as necessidades e promover o bem-estar. Os aspectos publicitários, aliados à cultura de massas, elaboram modelos que se mostram eficazes ao corresponderem às aspirações e exigências materiais e morais da vida real. Os invólucros da indústria cultural, configurados sob as leis do mercado, se apresentam como normas práticas para o indivíduo e nessa pretensa utilidade operam como dispositivos político de dominação.

Os modelos propostos acentuam a promessa de realização da liberdade pessoal de gozo, desejo e prazer. As nuances de uma liberdade que se concretiza na ação individual, projetada num mundo em que cada um é livre, e, ao mesmo tempo, o único responsável para proporcionar a si “tudo” de que necessita. “A cultura de massa nos entorpece, nos embebedada com barulhos e fúrias. Mas ela não nos curou de nossas fúrias fundamentais. Ela as distrai, ela as projeta em filmes e fatos variados” (MORIN, 1967, p.124). As necessidades ao serem propagadas nesse plano individualista mascaram a existência das

diferenças de classe, mas não as suprime.

Essa sociedade que condiciona nossas necessidades termina por criar o que Marcuse (1982, p. 26) chama de *falsas necessidades*, o que segundo ele, são aquelas “superimpostas ao indivíduo por interesses particulares” e que “perpetuam a labuta, a miséria e a injustiça”. A reprodução pelos indivíduos das necessidades superimpostas não demonstra liberdade e sim a eficácia dos controles sociais. Segundo Marcuse (1982), as necessidades sociais são transplantadas para as necessidades individuais e as pessoas passam a se reconhecer nas mercadorias consumidas. Nesse sentido, os controles tecnológicos se apresentam como padrões racionais, fazendo com que o indivíduo tenha uma identificação imediata com a sociedade e com o que esta impõe:

Defrontamos novamente com um dos aspectos mais perturbadores da civilização industrial desenvolvida: o caráter racional de sua irracionalidade. Sua produtividade e eficiência, sua capacidade para aumentar e disseminar comodidades, para transformar o resíduo em necessidade e a destruição em construção, o grau com que essa civilização transforma o mundo objetivo numa extensão da mente e do corpo humanos torna questionável a própria noção de alienação. As criaturas se reconhecem em suas mercadorias; encontram sua alma em seu automóvel, *hi-fi*, casa em patamares, utensílios de cozinha. O próprio mecanismo que ata o indivíduo à sua sociedade mudou, e o controle social está ancorado nas novas necessidades que ela produziu (MARCUSE, 1982, p. 29-30).

A razão, nesse sentido, perde seu poder crítico e as técnicas, que outrora serviram para sujeitar a população à divisão social do trabalho, transformam-se, na contemporaneidade, em mecanismos de justificação do bem geral e dos interesses sociais. Desse modo, “toda contradição parece irracional e toda ação contrária parece impossível” (MARCUSE, 1982, p. 30), logo a realidade vivenciada pelo indivíduo se torna uma etapa da alienação, porque este se identifica com ela.

A sociedade se mostra como uma realidade democrática, que possibilita o acesso aos seus “bens culturais” a um maior número de indivíduos e classes sociais. Esse “acesso democrático” traz consigo a prescrição de certos hábitos,

atitudes, comportamentos, reações intelectuais e emocionais, que segundo Marcuse, fazem com que se passe de mera publicidade vendável para um estilo de vida (MARCUSE, 1982, p.32).

Portanto, a cultura transmitida pela indústria cultural ao invés de se constituir como formação humana, torna-se totalitária, à medida que se manifesta num pluralismo que “harmoniza” as contradições para coexistirem pacificamente. Nessa perspectiva, a formação de conceitos estereotipados pela indústria cultural configura-se como um fenômeno social que suscita o sentimento de identificação com seus produtos, perpetuando as necessidades como puramente individuais em detrimento das necessidades sociais.

No campo das apropriações subjetivas, as elucubrações da indústria cultural exploram as fraquezas do “eu”, transmitindo uma suposta resolução de conflitos que os indivíduos devem confundir com os seus, os quais na verdade não se resolvem na prática. Essa frustração conformada contribui com a formação de um imaginário social que não questiona a sua existência nessa lógica industrial. A veiculação cultural disseminada pela indústria cultural se faz pobre e aniquiladora do exercício dialético. E é justamente em razão desse aspecto que o seu nível de mensagem se carrega de clichês e estereótipos, a fim de educar a sensibilidade das massas pela regressão e pela ingenuidade, com a qual se rendem muito mais ao mito do que à sua superação.

A emergência dos temas de cunho realista abordados pela TV, cinema e rádio na década de 30 – sobretudo nos EUA onde os *mass media* estão em amplo desenvolvimento – “convidam” o espectador a identificar-se com a figura do herói. A figura do ser “amável – amante - amado” (o herói) é colocada em tramas nas quais os conflitos e contradições que se desenrolam são sempre solucionados com o *happy end*. O herói vence as provações e supera as tragédias às quais está destinado, afirmando a conquista e consolidação da felicidade. Os heróis se aproximam do cotidiano da humanidade e, à medida que essa proximidade se estreita nas narrativas fílmicas, por exemplo, mais propagam o irreal, criando uma ideia mítica de felicidade eterna e de iminente satisfação dos desejos.

Importa considerar que, destinados à diversão, os produtos da indústria

cultural ocultam seu caráter de conformação e manutenção da ordem social sob o glamour do aparato tecnológico, pelo qual se disseminam (ADORNO, 1986). As constantes recriações são propagadas como inequívocas novidades, fazendo crer que atuam na satisfação das necessidades sociais. No entanto, estes produtos, enquanto expressão material da lógica mercantil, carregam o mesmo objetivo de geração de lucro que sustenta o sistema capitalista. A diferença é que o que se “vende” são conteúdos culturais que acabam por fixarem-se pela repetição, contribuindo com a formação de estereótipos:

O que na indústria cultural se apresenta como um progresso, o insistentemente novo que ela oferece, permanece, em todos os seus ramos, a mudança da indumentária de um sempre semelhante; em toda parte a mudança encobre um esqueleto no qual houve tão poucas mudanças como na própria motivação do lucro desde que ela ganhou ascendência sobre a cultura. [...] Cada produto apresenta-se como individual; a individualidade mesma contribui para o fortalecimento da ideologia, na medida em que desperta a ilusão de que o que é coisificado e mediatizado é um refúgio de imediatismo e de vida (ADORNO, 1986, p. 94).

O aspecto ideológico que compromete a formação do sujeito aloca-se na conformação da satisfação das suas necessidades, ainda que passageira, como meio para fugirem à repetição a que estão subordinados no processo de trabalho. Destaca-se a necessidade apontada pelos autores de se perceber as influências que caracterizam a indústria cultural como parte da ideologia dominante e também de se refletir criticamente sobre sua dimensão real que produz consequências sociais. O problema não pode ser reduzido apenas à efemeridade dos benefícios que os produtos da indústria cultural promovem ou prometem para os indivíduos em suas vivências cotidianas.

A realidade se determina num cenário de imediatismo histórico, ou melhor, a-histórico, pois sua configuração naturaliza os comportamentos sociais de modo que se mostram desvinculados de sua construção histórica. Nesse movimento, que naturaliza os bens de consumo na esfera cultural, confluem os mascaramentos sociais, que se “harmonizam” dentro de esquemas de comportamentos. A transmissão de uma cultura-mercadoria,

conforme Adorno (1985) no ensaio *A indústria Cultural: o esclarecimento como mistificação das massas*, pela indústria cultural, coopera com a mecanização do lazer, reproduzindo com isso o próprio processo de trabalho.

Configurada no bojo da integração técnica e do advento dos meios de comunicação, a indústria cultural oferece produtos padronizados sob o slogan de democratização dos bens culturais e satisfação das necessidades. O indivíduo é agora um consumidor “livre” para escolher os produtos que melhor lhe satisfaça, tal como se tornou livre para vender sua força de trabalho. A indústria cultural apresenta produtos que se identificam às necessidades de seus consumidores; pela diversão reproduz-se o próprio processo de trabalho, pois esta forja-se em esquemas repetitivos:

A diversão é o prolongamento do trabalho sob o capitalismo tardio. Ela é procurada por quem quer escapar ao processo de trabalho mecanizado, para se pôr de novo em condições de enfrentá-lo. Mas, ao mesmo tempo, a mecanização atingiu um tal poderio sobre a pessoa em seu lazer e sobre a sua felicidade, ela determina tão profundamente a fabricação das mercadorias destinadas à diversão, que esta pessoa não pode mais perceber outra coisa senão as cópias que reproduzem o próprio processo de trabalho. [...] Ao processo de trabalho na fábrica e no escritório só se pode escapar adaptando-se a ele durante o ócio. Eis aí a doença de toda a diversão. O prazer acaba por congelar-se no aborrecimento, porquanto, para continuar a ser um prazer, não deve mais exigir esforço, e por isso, tem de se mover rigorosamente nos trilhos gastos das associações habituais. (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, p. 113)

A indústria cultural não é senão produto da sociedade contemporânea e como tal reproduz sua lógica de existência. Ao indivíduo são oferecidas as possibilidades de satisfação de suas necessidades, mas estas não são plenamente alcançadas; resta a esse indivíduo “enquadrar-se” aos modelos que lhe são destinados. Nos espaços destinados ao lazer, o consumo pesa os desejos, vontades, necessidades e dá o coeficiente da satisfação: mais mercadorias é “garantia” de mais felicidade e satisfação, logo, quanto mais, melhor. É nesse sentido que a indústria cultural oculta mecanismos de dominação social. Conforma-se o indivíduo, dentro da lógica de produção e

reprodução de mercadorias, e a cultura que seria a possibilidade de emancipação, por fornecer elementos de humanização, acaba por perpetuar as injustiças e desigualdades sociais desse modelo de sociedade.

Segundo Adorno (1985), este segmento atua no âmbito da diversão, produzindo modelos sociais que são repetidos incessantemente e acabam por serem assimilados automaticamente. Adorno esclarece que a diversão torna-se um prolongamento do trabalho ao mecanizar o lazer, reproduzindo com isso o próprio processo de trabalho. Ícones da contemporaneidade, os *shoppings centers* podem ser descritos como exemplo peculiar do “casamento” entre consumo e lazer. Ao alcance do indivíduo se congregam no mesmo espaço diversas possibilidades para acalantar o espírito: lojas (de roupas, calçados, decoração, utilidades domésticas, acessórios, eletrônicos etc.), lanchonetes, restaurantes, salas de cinema, playground, parques de diversões e estacionamento. A necessidade de consumir exala por todas as atmosferas; a concretização ou amplitude do lazer está intrinsecamente ligada ao poder aquisitivo de que se dispõe.

Em contrapartida, a estrutura amplamente padronizada permite desfrutar o ócio a esforços mínimos, pois tudo já se encontra pronto; o pensar e imaginar são absolutamente dispensáveis. Nessa lógica, a cadência da indústria cultural é a reprodução da mesmice: dos catálogos de revistas e jornais aos outdoors e campanhas publicitárias mundiais, das propagandas cinematográficas aos anúncios nos programas televisivos locais; em suma, o ciclo contínuo de produção e consumo segue seu curso. Cada vez mais desenvolvidos, os recursos técnicos incentivam o consumo por meio da cultura, por outro lado, em razão inversamente proporcional as relações não se tornaram mais humanizadas.

Nessa linha, a diversão burguesa significa estarem de acordo com o que lhe é oferecido, logo as ideias e valores transmitidos se traduzem em conformação com o real, ou melhor, com o sistema constituído como natural. Configura-se um imaginário social que almeja uma fuga do cotidiano, dos sofrimentos e não uma resistência que supere as “coisas ruins”, por meio da reflexão e reelaboração da realidade. (ADORNO & HORKHEIMER, 1985).

Na modernidade tardia, como denomina o sociólogo polonês Zygmunt Bauman (2005a, p. 172), no atual estágio da sociedade, não há uma preocupação com o estado do mundo para que este propicie felicidade. A condição para se chegar à felicidade é colocada como uma operação individual. Isto é muito explorado em narrativas como novelas televisivas, desenhos infantis, vídeo games, filmes. Ou seja, a felicidade é responsabilidade exclusiva do sujeito e não função coletiva. A cultura, imersa nessas condições de produção imediatista, acaba por perder-se de sua característica de experiência, ou seja, de gerar vivências coletivas autênticas.

Desenhos infantis ou filmes com a temática de super-heróis como, por exemplo, *Homem-Aranha*, *Batman* e *Superman* tratam a solução de problemas no plano individual, desvinculado do coletivo. A figura do herói atua no restabelecimento da ordem, pois os conflitos retratados são geralmente de ameaça do poder estabelecido. As soluções que destroem o vilão permitem que o funcionamento da cidade volte ao “normal”, com suas contradições sociais, como desemprego, pobreza, problemas de saúde pública, criminalidade etc.

Ao mesmo tempo, o herói é expresso como tipicamente humano, com seus conflitos de relacionamento, de identidade. O Homem-Aranha, por exemplo, tem sua paixão pela mocinha não concretizada; a trama se desenvolve de tal forma que o amor do casal não pode se realizar. O plano pessoal é comprometido por seu “compromisso” em manter a ordem, em “proteger” o coletivo; logo o contexto social não fornece elementos para fortalecer a individualidade e promover o bem-comum. As dimensões do individual ou do coletivo não podem existir sem qualquer prejuízo ao outro.

Nesse sentido, refletir sobre o empobrecimento das narrativas contemporâneas converge para os pressupostos teóricos de Walter Benjamin (1994) sobre a necessidade de “voltar” ao passado para buscar suas esperanças (de liberdade, emancipação humana, progresso técnico etc.) não cumpridas no presente. A questão da (perda) experiência na sociedade capitalista será analisada na sequência, a partir de algumas contribuições elaboradas por Walter Benjamin (1994) na obra *Magia e técnica, arte e política*.

Segundo o autor, a narrativa torna-se uma prática empobrecida à medida que sua transmissão perpetua o mesmo ritmo do trabalho industrial. A perspectiva benjaminiana, portanto, lança luz sobre a experiência, enquanto fator formativo, ao problematizar as condições (ou supressão destas) para a realização da arte de contar/narrar no mundo capitalista.

3 EXPERIÊNCIA E VIVÊNCIA: NEXOS ENTRE NARRATIVAS MIDIÁTICAS E IDENTIDADES

3.1 Experiência e vivência: reflexões sobre a prática social ou a perspectiva benjaminiana

Entre as profundas transformações globais já assinaladas como peculiares à natureza do capitalismo pode-se destacar, ainda, a dissolução ou fragmentação da memória histórica como aspecto marcante do século XX. Segundo as proposições do historiador Eric Hobsbawn (1995), em *A era dos extremos*, tal proposição indica que as experiências constituídas pelos indivíduos fazem-se desarticuladas do contexto público em que vivem. Assim, “a destruição do passado – ou melhor, dos mecanismos sociais que vinculam nossa experiência pessoal à das gerações passadas – é um dos fenômenos mais característicos e lúgubres do final do século XX.” (HOBSBAWN, 1995, p. 13).

Nesse sentido, a sociedade tecnológica congrega a “desintegração dos velhos padrões de relacionamento social humano, e [...] a quebra dos elos entre as gerações, quer dizer, entre passado e presente.” (HOBSBAWN, p.25). O passado perde seu elemento de conexão (de transmitir experiências) entre o individual e o coletivo; as relações pautam-se em experiências transitórias, criadas e terminadas no presente.

Este contexto que acaba por não solidificar as realizações individuais, Zygmunt Bauman denomina de *vida líquida*. Segundo Bauman (2005a) em seu livro homônimo, a *vida líquida* traz o problema de uma identidade moderna que se estrutura na vivência do presente. Há a exigência de constante “mudança”, porque a constituição da identidade depende de sua inserção e manutenção em uma lógica “moderna”. Isso se dá porquê o mundo exterior, que fornece as bases para constituir o sujeito, se pauta em um pragmatismo e imediatismo que expressam uma identidade adaptada a racionalidade técnica. Essa

racionalidade termina por ocultar os interesses de dominação social que essa identidade reforça e legitima.

Como instrumentos e produtos dessa sociedade do consumo, os discursos predominantes prescrevem uma noção de indivíduo que enfatizam a ideia de “singular”, “original”, “único”. Todavia, para realizar ou empreender esforço em direção à exigência de ser diferente o que se tem disponível são as mesmas estratégias de vida e símbolos compartilhados socialmente. A construção da individualidade se torna um “imperativo universal” (BAUMAN, 2005a, p.26).

Assim, a individualidade carrega uma contradição insolúvel: que é precisar da sociedade para se realizar e esta, por sua vez, oferece os meios para alcançar a individualidade, embora esta não se realize. O consumismo é a fonte que a sociedade cultiva para fornecer os meios de construir, preservar e renovar a individualidade. A luta pela singularidade se torna motor para a produção e consumo em massa. A economia de consumo, por sua vez, é veloz e rotativa; as coisas se tornam “ultrapassadas” rapidamente e ser indivíduo termina por se caracterizar pelo poder de consumir/ter dinheiro (BAUMAN, 2005a, p.36-37).

A individualidade sob essa lógica se torna um privilégio, pois, segundo Bauman (2005, p.39), não seria possível manter o planeta com o nível de vida exigido para um indivíduo *de facto*. O sociólogo assinala, nesse sentido, que a configuração do individual como característica de indivisibilidade e unicidade do humano dá lugar ao imperativo da autonomia. A emancipação gerada pela autonomia individual perpetua o modelo consumista da sociedade líquida, na qual o direito e o dever do cidadão encontram correspondente no direito e dever de consumir.

Aloca-se, nesse contexto, a relevância dos conceitos de experiência (*Erfahrung*) e vivência (*Erlebnis*) de Walter Benjamin, cujas proposições teóricas oferecem um rico aporte reflexivo para subsidiar o entendimento das narrativas inscritas na contemporaneidade. Compreender os mecanismos que engendram esses discursos abre a possibilidade de vislumbrar níveis de regressão social daí resultantes e que incidem sobre a constituição da

identidade.

No prefácio da obra *Magia e Técnica, Arte e Política* (1994), Jeanne Marie Gagnebin – pesquisadora e estudiosa dos intelectuais frankfurtianos – apresenta alguns apontamentos sobre conceitos benjaminianos acima citados. Segundo a perspectiva de Gagnebin, as reflexões de Benjamin vinculam-se essencialmente ao entendimento do conceito de história. O termo alemão “*Geschichte*” significa “*história*” não apenas como processo que assinala o desenvolvimento da realidade ao longo do tempo, mas também “o estudo desse processo ou um relato qualquer” (BENJAMIN, 1994, p.7). Os textos de Benjamin, ao lançarem luz sobre alguns aspectos constitutivos do “fazer história”, estão apontando uma crítica à historiografia em suas perspectivas progressista e burguesa. A abordagem progressista toma a história como um processo inevitável e previsível; a postura burguesa, por sua vez, vê a historiografia de modo saudosista, como se o passado pudesse ser revivido.

Desse modo, um dos aspectos essenciais da filosofia de Benjamin é justamente o desenvolvimento de uma espécie de “Teoria da narração”. O cerne dessa teoria busca compreender os discursos da história em suas dimensões da prática política e da atividade da narrativa. A abordagem teórico-metodológica de Walter Benjamin possibilita uma apreensão conjunta do passado e do presente, para se elaborar uma reflexão para além da história oficial ou do comumente aceito e naturalizado. Tal posicionamento solicita que se questione a temporalidade da memória/história dominante através do exercício de desconstrução da narrativa vigente, buscando as condições para a realização da experiência.

Os horrores vivenciados na primeira guerra mundial, as mortificações da era nazista, a iminência de outra guerra, imprimem nos escritos de Benjamin um tom muitas vezes melancólico, mas que não deixa esmorecer a necessidade de “construir” uma experiência com o passado. A identificação e, sobretudo, vivência do lastro de barbárie gestado nesse contexto não se reduz a uma postura denunciativa do enfraquecimento das experiências. Ao apontar o esfacelamento das condições de realização da experiência (*Erfahrung*), revela-se a necessidade de constituição de uma narrativa unificadora em

oposição às formas sintéticas, superficiais que ocultam as condições objetivas de degradação sob a aparência de intimidade.

Jeanne Marie Gagnebin (1994, p. 13) em seu livro *História e narração em Walter Benjamin*, na abordagem metodológica de Benjamin, história e temporalidade estão concentradas no objeto. Isso indica uma oposição às perspectivas que consideram o objeto situado no tempo, como se este fosse uma “peça” no desenrolar da história, sem levar em conta a constituição própria do objeto. A análise conceitual em Benjamin visa um duplo resultado: compreender o fenômeno (dissecar/desconstruir) para destruir sua imagem pronta e expor seu interior para demonstrar as possibilidades de reelaboração.

Deve-se considerar que os elementos temporais e espaciais de cada época imprimem especificidades na construção das narrativas e estas são indissociáveis do processo histórico de evolução das forças produtivas. Conforme Gagnebin (1994, p.66), a narrativa moderna se inscreve no ritmo do tempo deslocado e entrecortado do trabalho no capitalismo moderno. Em contraposição ao ritmo industrial, o conceito de experiência (*Erfahrung*) de Benjamin diz respeito ao cultivo do saber como uma tradição compartilhada por gerações e cuja transmissão oferece elementos de fortalecimento da individualidade/subjetividade e da coletividade (reconhecimento do outro e de si como seres sociais). A narrativa, portanto, como instrumento de transmissão de experiências une a elaboração intelectual à dimensão prática, colaborando com a formação de identidades.

A decomposição das narrativas modernas é marcada essencialmente pela degradação da noção de tempo/espço. Ao mesmo tempo em que há uma proximidade, por exemplo, com relação a notícias de telejornal, devido às tecnologias de comunicação, há um distanciamento dos fatos. Tragédias, desastres, crimes são banalizados e naturalizados no cotidiano; nesse sentido é que o domínio da técnica se sobrepõe às relações humanas. É o que aponta Benjamin (1994) sobre a experiência da Primeira Guerra Mundial que trouxe ao conhecimento do mundo as capacidades destrutivas do desenvolvimento tecnológico para a extirpação de vidas.

Com a guerra mundial tornou-se manifesto um processo que continua até hoje. No final da guerra, observou-se que os combatentes voltavam mudos dos campos de batalha não mais ricos, e sim mais pobres em experiência comunicável. [...] Porque nunca houve experiências mais radicalmente desmoralizadas que a experiência estratégica pela guerra de trincheiras, a experiência econômica pela inflação, a experiência do corpo pela guerra de material e a experiência ética pelos governantes. Uma geração que ainda fora à escola num bonde puxado por cavalos se encontrou ao ar livre numa paisagem em que nada permanecera inalterado, exceto as nuvens, e debaixo delas, num campo de forças de torrentes e explosões, o frágil e minúsculo corpo humano. (BENJAMIN, 1994, p. 198)

O anonimato, a impessoalidade e a frieza transpostos da esfera de organização do trabalho capitalista para outras dimensões da vida cotidiana já apresentavam, em fins do século XIX, a capacidade de sujeição à técnica. O totalitarismo e rapidez dessa sujeição trazem um esfacelamento das narrativas: as mudanças não conseguem ser assimiladas pelas palavras e as experiências tornam-se fragmentadas e desconexas. Surge um novo conceito de experiência, oposto ao de *Erfahrung*: o de vivência (*Erlebnis*). A vivência é voltada para a vida do indivíduo particular, da sua existência no plano privado, na qual a história comum é substituída pela história de si mesmo. Assim, “no domínio do psíquico os valores individuais e privados substituem cada vez mais a crença em certezas coletivas [...]” (GAGNEBIN, 1994, p.67) e a identidade vai se constituindo a partir de vivências (*Erlebnis*) personalizadas e vazias.

Uma narrativa formativa, conforme Benjamin (1994, p. 205), é comparável ao trabalho do artesão que traz sempre novas possibilidades de formas e de impressão da própria marca de seu criador à obra. A constituição dessas narrativas exige que a sociedade possibilite experiências coletivas, pelas quais a reprodução das condições materiais (o trabalho) e a produção da história de vida dos indivíduos (a vivência cotidiana) se unifiquem. A perspectiva benjaminiana propõe uma narratividade aberta, que evite explicações definitivas e que estimule a troca de experiências.

A revolução tecnológica que marcou profundamente o século XX – e que é o próprio ritmo do século XXI – trouxe para a comunicação potencialidades

extraordinárias, unificando tempo e espaço. Nasce uma nova forma de narrar o mundo: pela informação. O advento da tecnologia permite o acesso a notícias/informações do mundo todo: últimas tendências da moda outono/inverno, primavera/verão; os acordos, crises e confrontos político-econômicos nas nações ocidentais e orientais; o aumento da criminalidade nas metrópoles; os caos urbanos causados pelas inundações; as “novas” fórmulas de emagrecimento; os ícones de beleza; as produções cinematográficas etc.

Porém, com a mesma facilidade e rapidez com que se processa e fluem as informações, estas também “passam” velozes e fugazes pelo crivo da reflexão. Uma formação aligeirada “rouba” o tempo e o espaço necessários para o sujeito compreender os conhecimentos que lhe são transmitidos; a realidade. Segundo Flávio Kothe (1976), em sua obra *Para ler Benjamin*, o que compromete as narrativas, segundo a teoria benjaminiana, é a reprodução mecânica que massifica a cultura. Ao reproduzir o sempre idêntico, compromete-se a capacidade de perceber as singularidades do outro e, logo, de construir a própria identidade.

Voltar-se para o estudo do passado é, então, essencial não só pelo fato dele constituir o presente, pois a Benjamin importa basicamente não como o presente “reconstrói” o passado, mas porque o presente, não concretizando nitidamente o futuro, é capaz, contudo, de lamentar a felicidade perdida no passado. Sua realização não poderia trazer a felicidade almejada, mas sua frustração dá a dimensão da felicidade possível (KOTHE, 1976, p. 42).

A compreensão de formas narrativas como uma história aberta dá liberdade ao leitor para elaborar a sua própria interpretação, visto que não informa apenas, mas oferece aportes formativos. A dimensão formativa “escapa” à narrativa contemporânea à medida que a apreensão de seus conteúdos aligeirados se delimita à dimensão informativa. O depauperamento está na exigência de respostas imediatas, na busca de um sentido explícito, de uma conclusão; as vivências explicam-se ao nível do “dado”, gerando, conseqüentemente, uma percepção automática e a incorporação de

impressões superficiais. Por isso, apesar da gama de informações disponíveis, a relação estabelecida com estas compromete as experiências enquanto possibilidades formativas.

Esta preocupação de Benjamin vai de encontro com as formulações de Theodor Adorno e Max Horkheimer na crítica ao Iluminismo (*Aufklärung*) à medida que este acabou por não realizar sua proposta humanística. No nascimento da modernidade (época das Luzes), o objetivo era administrar/gerenciar o mundo de modo eficiente para o alcance da felicidade. Ou seja, um mundo bem administrado, com a utilização do desenvolvimento técnico em prol do desenvolvimento humano, seria a garantia da felicidade.

Não se deseja dizer, contudo, que o amplo desenvolvimento tecnológico no campo da comunicação seja o responsável pela massificação cultural. O questionamento incide sobre a organização do modelo social vigente, no qual a lógica industrial de produção e fragmentação do processo de trabalho se transpôs para a cultura (campo do fazer-se humano). As informações contaminadas pela dimensão ideológica podem ser consideradas expressões do que Benjamin denomina de *Erlebnis*; o indivíduo se preenche quantitativamente, mas não elabora interpretações que ampliem sua visão de mundo, de entender-se no mundo através de uma experiência efetiva.

A informação só tem valor no momento em que é nova. Ela só vive nesse momento, precisa entregar-se inteiramente a ele e sem perda de tempo tem que se explicar nele. Muito diferente é a narrativa. Ela não se entrega. Ela conserva suas forças e depois de muito tempo ainda é capaz de se desenvolver. (BENJAMIN, 1994, p. 204)

A tecnologia, como marca fundamental desse contexto, deve ser entendida como uma categoria histórica e não como elemento natural da sociedade contemporânea. O caráter ambíguo da tecnologia, nesse sentido, reflete de um lado os avanços e possibilidades de desenvolvimento que ainda estão por vir, e por outro, a não realização das promessas do Iluminismo (*Aufklärung*) em seus princípios de emancipação humana. Assim, é preciso gerar processos de reflexão que tencionem os mecanismos de mercantilização

da cultura e de criação de padrões homogeneizantes promovidos pela indústria cultural.

A racionalidade técnica, ao ultrapassar as relações do âmbito do trabalho e estender-se às diversas esferas sociais, acabou por configurar uma cultura de viés mercantil. Isso significa que a produção cultural, permeada por essa racionalidade técnica, tem a mesma lógica da mercadoria. Assim, a apropriação de um conteúdo padronizado por meio de bens culturais solapa uma formação mais consistente e produz implicações sociais na atualidade.

A crítica benjaminiana (1994) incide sobre a necessidade de reconstrução da experiência (*Erfahrung*), dado seu enfraquecimento na conjuntura capitalista, e, logo, pela reflexão sobre as narrativas que se forjam nesse contexto. Essa necessidade se projeta ao considerarem-se as condições que se apresentam na sociedade capitalista moderna para a realização da experiência: a vida cotidiana sob o prisma da tecnologia se faz em ritmo frenético e fragmentado. Destarte, a aproximação dos grupos humanos no tempo e no espaço subsidiado pelo desenvolvimento tecnológico, as relações são cultivadas de forma fluida e rápida, em detrimento da assimilação de uma experiência compartilhada.

O passado, nessa ótica, não deve ser revivido e sim retomado de modo que, a partir das experiências vividas, seja possível compreender como a atual conjuntura se forjou e se mantém. Daí a importância da teoria como intervenção política. A destruição da tradição se articula no sentido de libertação do conformismo que toma o passado como imutável no presente e, com isso, perpetua a irracionalidade da racionalidade da sociedade industrial.

A reflexão proposta sobre o empobrecimento das narrativas considera-as inscritas no contexto midiático, no qual se articula a racionalidade instrumental em sua estruturação imediatista. Esse fenômeno reporta novamente aos estudos desenvolvidos por Theodor Adorno e Max Horkheimer sobre a indústria cultural. Considerar tais narrativas sob essa perspectiva vai de encontro com as constatações dos filósofos frankfurtianos (1985), quando enfatizam que o problema da indústria cultural não é propor a diversão e sim reduzir o prazer a fins comerciais. Isso quer dizer que os bens de conteúdo

cultural, subsumidos pela lógica mercantil, acabam por criar constantes necessidades que não se realizam, visto que exigem “novos” produtos, fórmulas, receitas que alimentam o circuito de consumo.

Na programação televisiva se encontra facilmente exemplos de narrativas que reportam a realidade ao imediatismo, como, por exemplo, programas de variedades que oferecem desde “dicas” de utilidade doméstica e moda, receitas culinárias e de sedução até a “cobertura” das últimas tragédias aéreas e catástrofes ambientais. Bem informado, o telespectador ainda tem toda sorte de “sugestões” para as diversas áreas de sua vida: xampus, tinturas para cabelo, creme dental, desodorantes, máquina fotográfica digital, opções de telefonia celular, melhores bancos para investimento, opções de empréstimo e financiamento etc. Observa-se uma unificação tecnológica e cultural que ampara uma vitrine dinâmica com contínua oferta de mercadorias.

É preciso assinalar, todavia, que não se está desqualificando o papel dos veículos de comunicação como meios para se democratizar a informação. É de inquestionável utilidade saber a previsão do tempo; a cotação dos preços dos alimentos, das roupas e dos materiais escolares; os direitos do consumidor; as inovações da medicina e da indústria farmacêutica; os acontecimentos políticos e econômicos. Não são desconsideradas as primorosas produções de telenovelas, minisséries, documentários, filmes, entre outros, que expressam os potenciais artístico, estéticos e culturais da atualidade, sobretudo, nas possibilidades aprimoradas pelo uso da tecnologia.

As condições objetivas, simbólicas, subjetivas, materiais, ideológicas edificam a existência social nessa sociedade tecnológica e de consumo. Estabelecer uma experiência com o passado para se renovar a experiência do presente não significa retroceder às conquistas e conhecimentos que a humanidade acumulou. Reporta, antes, à compreensão de minúcias, ou melhor, mecanismos que sustentam formas sociais de existência contraditória, as quais ao mesmo tempo produzem maravilhas e inúmeras benfeitorias à vida humana, também criam e recriam misérias, fome, mortes, poluição, guerras.

A realidade, portanto, não é algo que paira sobre os indivíduos para que se possa capturá-la como uma borboleta que voa no jardim. Nem tão longínqua

como a viagem da luz através do espaço, que nos chega em sutis relances estelares. Tampouco, é natural como as necessidades fisiológicas, de abrigo e de reprodução que se verifica nos diversos seres vivos. Nesse sentido, a proposta de reflexão sobre alguns aspectos dos discursos midiáticos é uma via para a compreensão dessa estrutura caleidoscópica, na qual se desenrola a vida do indivíduo contemporâneo.

No bojo da sociedade de consumo, os conteúdos das narrativas perpassam a vida do indivíduo em seus diversos níveis como: no trabalho, na escola, no lazer, na família. Naturaliza-se nesses discursos, hábitos e rotinas que solidificam o caráter efêmero das relações e a perenidade das necessidades. Exige-se que o indivíduo esteja em contínua mudança para acompanhar o “desenvolvimento” da sociedade, todavia o que esta mesma sociedade lhe oferece em contrapartida é a cadência da perpetuação do modo de produção como forma de organização social. Se o empobrecimento das narrativas coopera com o estímulo a práticas sociais padronizadas e desagregadoras, é preciso, como propõe Benjamin (1994), constituir uma experiência unificadora em oposição à massificação cultural que agrega elementos de semicultura às individualidades, fragilizando-as.

3.2 Semiformação socializada: o indivíduo e as intermitências da contemporaneidade

Para se compreender o processo de semiformação cultural é preciso considerar que tal fenômeno se inscreve no interior da sociedade de massa. Esse grupo coletivo denominado “massa” possui características específicas que se atrelam à constituição do indivíduo contemporâneo. No artigo *A massa, o público e a opinião pública*, o sociólogo norte-americano Herbert Blumer (1971) aponta algumas peculiaridades fundamentais da massa que convergem com as reflexões aqui desenvolvidas.

De acordo com Blumer, os participantes da massa são provenientes de

diversas categorias sociais, ou seja, esta é composta por indivíduos de diferentes vinculações culturais e de diferentes *status* material. O anonimato individual é a segunda característica destacada, seguida pela baixa troca de experiência entre seus membros. A pouca interação dificulta uma ação integrada e logo constitui uma organização frágil, na qual os indivíduos articulam suas ações de forma separada. A ação da massa, portanto, vai no sentido de buscar respostas para suas necessidades individuais. A sobrevivência, não apenas material, nessa sociedade competitiva, se torna uma luta solitária à medida que a conjuntura na qual o indivíduo está imerso condiciona o cultivo de relações cada vez mais impessoais e passageiras.

Porém, não é lícito pensar que tal estrutura social abandonaria seus membros às ruínas da solidão. Findada a fase inicial de exploração massiva e redução do operariado às condições mínimas de subsistência, o capitalismo assume uma “nova” roupagem: a bandeira da integração. Conforme mencionado anteriormente, a expansão do mercado consumidor pela produção em série contribui para que o consumo se torne um elemento de integração social.

Inserem-se nesse circuito os bens da indústria cultural cujo grande trunfo é justamente cultivar a falsa sensação de integração pelo consumo. Modelos de felicidade e de satisfação de desejos são fornecidos sob todo tipo de espécie, sua essência, todavia, se personifica nos contornos de um produto prontamente a ser adquirido. Naturaliza-se nas consciências individuais uma existência que só se concretiza plenamente no constante consumo.

Aí se inscrevem as promessas que se distribuem com os produtos da indústria cultural. Os indivíduos terminam por contentarem-se com os sonhos, pois a realidade vivenciada no cotidiano não lhes deixa “forças” para buscarem novas experiências. À medida que esta realidade circundante é naturalizada nas consciências individuais, através dos instrumentos formativos disponíveis, a cultura perde seu elemento de reflexão, ou seja, a capacidade de gerar resistência e questionamento das estruturas sociais.

As necessidades produzidas socialmente são reduzidas à satisfação individual e como tal de responsabilidade exclusiva do indivíduo.

Parafraseando Bauman (1999, p.30-31), ser indivíduo significa ter a responsabilidade tanto pelos méritos como pelos fracassos, cultivando os primeiros e reparando os segundos. As possibilidades de “emancipação” fornecidas pela sociedade subjazem nas práticas de consumo. A reprodução de padrões de comportamentos voltados ao “ter” para “ser”, conformam os indivíduos às contradições vivenciadas no dia-a-dia (desemprego de um lado e os recordes de produção das indústrias automobilísticas de outro). Tem-se um indivíduo “semiformado”.

O indivíduo adquire uma formação, ou “semiformação”, que desarticula as possibilidades de identificar os embotamentos que o mantém imerso numa vivência reprodutora da dominação social. A semicultura (*Halbbildung*) – categoria analítica apresentada no ensaio *Teoria da Semicultura* de Theodor Adorno (1996) – não é uma formação inacabada, pela metade; a semicultura é, pois, a deseducação dos sentidos, que inviabiliza o reconhecimento do outro e de si mesmo como sujeito.

Essa debilidade educativa traduz, segundo o Adorno (1996), a crise cultural que assola a sociedade contemporânea e que produz uma semicultura socializada. Nesse movimento, a cultura enquanto formação do espírito se reduz a instrumento de adaptação às regras, normas, condutas compartilhadas socialmente. O aspecto regressivo dessa formação não está no fornecimento de hábitos e valores que subsidiam a interação e ação do indivíduo em sociedade; a socialização é em si uma das funções da cultura. A regressão do espírito está na perpetuação de vivências superficiais que desvinculam da reflexão (sobre si e sobre o outro) e *práxis*; categorias fixas se apresentam como singularidades individuais.

No ensaio supracitado, Theodor Adorno apresenta a necessidade de se compreender os fatores extras pedagógicos que interferem na formação cultural e que extrapolam os muros da escola. Reformas pedagógicas, reflexões e investigações isoladas, nesse sentido, não dão conta dessa crise cultural. A formação “ganha” status de domínio e acúmulo das normas e qualificações disponíveis, ou seja, em adquirir conhecimentos que tornem as pessoas aptas ao processo de trabalho.

A semicultura (*Halbbildung*) inviabiliza a emancipação humana ao dissociar os bens culturais produzidos em sociedade, os quais “formam” as individualidades, das práticas culturais que estes oportunizam. Ou seja, o indivíduo não compreende sua constituição humana enquanto produto das ações e relações com outros sujeitos e com o mundo à sua volta; logo não reflete em sua *práxis* sobre os antagonismos sociais que vivencia, ao contrário, conforma-se a eles. Em oposição a essas circunstâncias, Adorno (1996, p. 392) pontua que a finalidade da formação deveria ser a de tornar os indivíduos livres e racionais para viverem numa sociedade que se autoproclama democrática e racional.

Não se quer liberar a esperança, desde o princípio enganosa, de que ela poderia extrair de si mesma e dar aos homens o que a realidade lhes recusa. O sonho da formação – a libertação da imposição dos meios e da estúpida e mesquinha utilidade – é falsificado em apologia de um mundo organizado justamente por aquela imposição. No ideal de formação, que a cultura defende de maneira absoluta, se destila a sua problemática. (ADORNO, 1996, p. 392)

O respaldo social que esse tipo de cultura adquire se dá porquê seus conteúdos objetivos correspondem à realidade dos sujeitos a que se destina. Embora o desenvolvimento tecnológico possibilite melhoria nas condições de vida, a formação cultural é superficial no sentido de que fornece conteúdos fragmentados, desconexos e efêmeros. A memória fica comprometida pela assimilação do imediato, do dado; a reflexão se esvai na rotatividade de elementos “formativos” disponíveis: desconectam-se experiência e subjetividade.

A semicultura (*Halbbildung*) desvincula-se do objetivo da cultura como formação proposta nos primórdios da modernidade. Os princípios formativos “deveriam em consequência, tornar os indivíduos aptos a se afirmarem como racionais numa sociedade racional, como livres numa sociedade livre” (ADORNO, 1996), assim a liberdade individual proposta pelo Iluminismo não adquire sentido na atualidade.

A prática social torna-se subjugada à reprodução do sistema de

produção e ao princípio da equivalência, ou seja, os referenciais de formação passam a vincular-se ao privilégio da posse de determinados bens culturais. A formação tornou-se um índice para que o sujeito seja considerado ou não pertencente a uma camada superior. Todavia, a elevação material do nível de vida não corresponde necessariamente a um espírito autônomo. Adorno aponta que vincular domínio tecnológico e nível de vida à formação cultural é uma estratégia ideológica comercial.

A indústria cultural explora a busca por essa realidade ideal, disseminada no espírito popular como uma nova necessidade, uma nova mercadoria a ser adquirida. Explora-se a ideia de que obter uma formação cultural que propicie prestígio e elevação social não depende do contexto coletivo e sim dos esforços e empenhos individuais. Essa expansão da formação cultural sob o viés da indústria cultural tem cooperado com sua própria degradação. A semicultura adultera o espírito e a vida sensorial, prejudicando a percepção da irracionalidade do próprio sistema racional que o sujeito vivencia.

Nos espaços em que a formação (*Bildung*) é relegada diante da supremacia econômica, a semicultura encontra terreno fértil para se desenvolver e solapar o interesse por investimentos culturais capazes de instrumentalizar processos de emancipação social. Por isso, “[...] não se pode mudar isoladamente o que é produzido e reproduzido por situações objetivas, que mantêm impotente a esfera da consciência” (ADORNO, 1996). O processo de formação na sociedade, embora não exclua o perímetro escolar, não deve limitar-se a este e fixar os propósitos da educação ao preparo das novas gerações para atender as constantes mudanças e necessidades do mercado.

Entender o comprometimento formativo da atualidade passa, portanto, pela compreensão das dimensões da semicultura, a qual se alimenta e sobrevive dos processos de banalização da cultura. Tanto no interior da escola como na sociedade, de maneira geral, essa questão requer reflexão constante na medida em que, nos processos semiformativos estão contidos não apenas os elementos dissolventes da cultura em si, mas o desmantelamento das possibilidades de emancipação social.

Todavia, uma prática formativa que também reproduz a repetição execrável do processo de trabalho, distanciando o pensar das tarefas realizadas, resulta no cultivo de ações e valores imediatistas. O estímulo ao não-pensar, reproduzido pela educação formal, ao comprometer o fortalecimento da subjetividade humana, debilita a identidade social e o senso ético na constituição da vida coletiva e o exercício do bem comum. O processo acaba por naturalizar as desigualdades e as contradições sociais, que assim sobrevivem pela deficiência do pensamento reflexivo sobre as práticas socialmente produzidas. É nesse sentido que os aportes reflexivos de Adorno apontam para o esvaziamento das promessas do iluminismo de emancipação humana e denunciam os alicerces sociais que sustentam o mito da democracia.

Diante das formulações até aqui desenvolvidas, destaca-se a necessidade de se pensar a realidade em sua construção social, histórica e humana. A compreensão das relações na sociedade, sob este crivo, tem a intenção de transpor o pragmatismo utilitarista forjado pelo conceito de progresso tecnológico da razão instrumental. A exigência mínima é a de que a educação possa fornecer subsídios críticos para a autonomia do sujeito em sua vivência social. Trata-se de um processo de adaptação pelo qual o sujeito possa saber fazer uso da razão, conforme citado anteriormente, no sentido que Kant atribuiu ao esclarecimento.

Tais proposições para o campo da educação devem considerar que a prescrição de regras de conduta, normas civilizadoras que viabilizam a convivência social, não incide sobre a sociedade de forma neutra e natural. A disseminação de valores é permeada por uma série de interferências que vão desde as necessidades mais fundamentais para o convívio humano, como para legitimar interesses ou formas de dominação. As implicações entre o desenvolvimento da sociedade industrial e a cultura daí resultante requerem o entendimento dos mecanismos contidos nas narrativas que perpetuam o modo de organização social assim consolidado.

Segundo Adorno (1996), a cultura é entendida sob esse caráter de semicultura operária em conformação com a vida real, adaptando a

humanidade às condições postas e impedindo os homens de se educarem uns aos outros. As consciências tornam-se “semiformadas”, ao passo que a formação cultural adquirida e subsidiada pelos bens da indústria cultural cultiva a sensação de integração pelo consumo. Assim, a semicultura pode ser descrita como o espírito conquistado pelo fetiche da mercadoria, o que significa que os produtos passam a ser vistos como meios para se adquirir singularidade e se integrar-se socialmente.

Esse processo característico da indústria cultural demonstra o quanto a relação entre princípios formativos e alienação cultural se entrelaça na perspectiva da sedimentação ideológica ou no seu contrário: a constituição de práticas emancipatórias. Uma discussão que destaca a análise desse tipo de cultura e as implicações formativas daí decorrentes deve considerar tal perspectiva, haja vista o potencial de sedução e o nível de educação do seu alcance no imaginário social.

Destacam-se, nessa dinâmica de semicultura, as influências dos meios de comunicação como importantes colaboradores na disseminação de uma cultura-mercadoria. Para Niklas Luhmann (s/d), em seu texto *A construção da realidade*, as mensagens dos meios de comunicação auxiliariam na construção de uma realidade que as pessoas não questionam à medida que estas vão aceitando os fatos cotidianos tal como se apresentam.

Segundo o autor (s/d), os noticiários e reportagens, por exemplo, apresentam uma contínua reprodução de tragédias e experiências que representam um problema da realidade que exige uma solução. Conjuntamente com a transmissão da informação, tem-se um apelo aos julgamentos morais em vista de se mostrar a realidade “como ela é”, contraposta ao que “deveria ser”. Assim, “parece que os meios de comunicação determinam a forma como o mundo deve ser lido e atrelam as perspectivas morais a essa descrição” (LUHMANN, s/d, p. 133).

Existem ainda, segundo Luhmann (s/d), duas outras áreas da programação que atuam em consonância com a construção de uma realidade pautada na observação de segunda ordem: a publicidade e o entretenimento. A primeira, diz respeito ao incentivo ao consumismo como meio de satisfação de

necessidades, mostrando sempre algo melhor do que se tem. As propagandas, nesse sentido, não apresentam limites e/ou empecilhos para o alcance da satisfação, os discursos se baseiam apenas no poder de compra do qual o indivíduo pode dispor. A apropriação contínua de bens materiais é posto como formação cultural e como primordial para elevação do nível de vida.

Quanto ao entretenimento, tomando novamente como referência o conceito de indústria cultural, oferece-se uma auto-referência ao espectador, para que este se reconheça e se identifique através das imagens apresentadas. Ou melhor, em diálogo com o conceito de “espetáculo” de Guy Debord (1997), pode-se dizer que as relações sociais são mediadas pelas imagens, que são constituídas e constituintes do atual modelo de vida.

As narrativas, enquanto instrumentos de transmissão das formas como a sociedade narra, definem e reconhecem a si e a seus membros; constituem-se em formas de “fazer ver” o mundo real. Ou seja, o espetáculo, parafraseando Debord (1997), ao afirmar a aparência, se torna a própria negação do visível; a inversão do real se concretiza no cotidiano das pessoas pelas imagens produzidas e, nesse movimento contraditório, estas se tornam a própria realidade. As necessidades sonhadas se convertem em necessidades sociais. Os meios de comunicação de massa não são a mera instrumentalização dessas imagens-objeto, estes são, antes de tudo, manifestação do espetáculo na qual a sociedade se converteu.

Já o espetáculo moderno expressa o que a sociedade *pode fazer*, mas nessa expressão o *permitido* opõe-se de todo ao *possível*. O espetáculo é a conservação da inconsciência na mudança prática das condições de existência. Ele é seu próprio produto, e foi ele quem determinou as regras: é um pseudo-sagrado. Mostra o que ele é: o poder separado desenvolvendo-se em si mesmo, no crescimento da produtividade por meio do refinamento incessante da divisão do trabalho em gestos parcelares, dominados pelo movimento independente das máquinas; e trabalhando para um mercado cada vez mais ampliado. Toda comunidade e todo senso crítico dissolveram-se ao longo desse movimento, no qual as forças que conseguiram crescer ao se separar ainda não se *encontraram* (DEBORD, 1997, p. 21-22).

O espetáculo expressa as potencialidades de produção de que este sistema é capaz de fazer, todavia, o alimento desse potencial está na separação do trabalhador de sua produção, no qual o “permitido” é separado do “possível”. O fator de congregação das relações sociais passa a residir na experiência do não-trabalho, da inatividade, como aponta Debord (1997, p.22-23), embora o aumento das possibilidades e estímulos ao ócio não possam devolver a atividade que lhe é roubada no trabalho.

O que se apresenta ao indivíduo é o acúmulo crescente dos produtos por ele produzidos; a abundância desses bens verte luminosamente pela sociedade, irradiando as maravilhas da criação, que ao mesmo tempo escapam ao produtor. Esse não é senão o processo de alienação que se forja na dinâmica da própria produção material, como já muito fundamentado por Marx⁶ e outros pensadores, ocasionando no indivíduo um estado de estranhamento de sua condição social. “Assim, vê-se cada vez mais separado de seu mundo. Quanto mais sua vida se torna seu produto, tanto mais ele se separa da vida” (DEBORD, 1997, p.25).

Os discursos que preenchem a espetacularização da vida têm como elo fundamental a multiplicação de papeis e objetos disponíveis pelo consumo. Estilos de vida, de personalidade, de liberdade, de satisfação, de inserção social, de sucesso, de qualidades humanas se apresentam sob diversas formas consumíveis. A vida aparente, como assinala Debord, se solidifica na identificação com os objetos, que emanam a realidade espetacular ou, como propõe Adorno (1985), a standardização da vida.

O processo de empobrecimento das narrativas contemporâneas se relaciona a essas formas de “vedetização da vida”, em outras palavras, na reprodução do vivido aparente que cristaliza representações fúlgidas e vazias como sendo a fulgurante realização do indivíduo. Nesse sentido, as diversas formas narrativas, em especial, as midiáticas (sejam elas de teor publicitário, informativo, entretenimento), ao se articularem sob a lógica da cultura mercantilizada, ao invés de transmitirem experiências (*Erfahrung*), reproduzem

⁶ Marx fundamenta a questão da alienação em ensaios críticos como *A Consciência Revolucionária da História*, apontando que a condição a que o indivíduo é submetido em sua atividade laboral produz uma alienação em relação ao mundo e não apenas ao trabalho.

o que Walter Benjamin (1994) denomina de vivências (Erlebnis).

Constitui-se pela estrutura imagética do consumo uma unificação do irreal, o que significa dizer uma totalidade que abarca ilusoriamente as partes fragmentadas (a divisão de classes, as desigualdades sociais, as relações de submissão e dominação, as hierarquias). “O que obriga os produtores a participarem da construção do mundo é também o que os afasta dela. [...] O que constitui o poder abstrato da sociedade constitui sua *não-liberdade* concreta” (DEBORD, 1997, p.47). A planificação do espetáculo contém a contradição do real e nas construções dessa unidade irreal configura-se uma verdade ideológica que se traduz na vida vivida, ainda que esta seja uma falsa experiência social.

A naturalização da totalidade do sistema se dá por meio de experiências que incorporam em sua essência o fundamento mercantil. O imperativo da dominação social se consolida, antes de tudo, na naturalização dos valores rotativos da economia do consumo. Floresce, nesse campo minado, identidades fragilizadas, no sentido de que, imerso no circuito de consumo, o indivíduo é apenas levado à constante necessidade de comprar.

A contínua submersão do indivíduo à dinâmica do espetáculo e à razão instrumental na sociedade representa a perda da experiência (*Erfahrung*) à medida que se perde a noção das ideologias ocultas por detrás dos elementos de beleza, amor, juventude, liberdade, exclusividade etc. Nesse sentido, compreender o empobrecimento das narrativas contemporâneas imbrica-se à compreensão da constituição da identidade, destacando principalmente os elementos de semicultura (*Halbbildung*) contidos nesses discursos.

3.3 Construção de identidades: ser para consumir, ter para ser

Numa sociedade que se move pela contínua produção e reprodução de mercadorias, o consumo emerge como fator marcante das relações sociais e, logo, da constituição de identidades. O comprometimento formativo que o

indivíduo contemporâneo vivencia não está, necessariamente, na busca incessante pela satisfação de necessidades que se impõem no movimento cíclico do consumo. O problema da construção da identidade se apresenta, antes disso, no imperativo reinante de viver o presente, ou melhor, “consumir” o presente. Retomando a obra *Vida Líquida* de Zygmunt Bauman (2000a), verifica-se que as experiências se descortinam em um ambiente de incertezas constantes, de reinícios e modos de vida descartáveis.

As coisas e objetos são classificados de acordo com suas possibilidades de consumo, ou seja, como bens que são descartáveis e plenamente substituíveis. As pessoas vivem com medo de serem também descartadas no lixo, por isso há uma constante preocupação em se manterem no “progresso”. Assim, a identidade que se configura na modernidade líquida requer um “constante auto-exame, auto-crítica e auto-censura. A vida líquida alimenta a insatisfação do eu *comigo mesmo*” (BAUMAN, 2005a p. 19).

A promessa de felicidade apregoada pelo doce canto do progresso, por sua vez, se transfigura em mantra lúgubre, vaticinando o destino lodoso dos que se deixam ficar para trás, que não alcançam ou que perdem o expresso dos vencedores. As condutas e capacidades são julgadas pelo potencial de consumo, num reino em que a sobrevivência é uma luta “dente por dente” e a proximidade possibilitada pelos avanços tecnológicos esmorece frente ao espírito competitivo.

A identidade acaba por se construir sob o terreno da transitoriedade e da insatisfação permanente. O conhecimento, enquanto conjunto de saberes e habilidades que subsidiam a ação e formação humana, se torna passageiro. O caráter descartável está, portanto, no uso ou apreensão dos conhecimentos de forma utilitarista. Transmutados para a esfera das relações humanas, tais valores preenchem uma multidão de anônimos que se protegem nas searas privadas.

Todos os indivíduos são deslocados e de forma permanente, existencial – onde quer que se encontrem no tempo e o que quer que façam. São *estranhos* em toda parte e, apesar de seus esforços em contrário, em todos os lugares. Não há um só lugar na sociedade em que estejam realmente à vontade e

que possa conferir-lhes uma identidade natural. A identidade individual torna-se, portanto, algo a ser ainda alcançado (e presumivelmente a ser criado) pelo indivíduo envolvido e nunca segura e definitivamente possuído – uma vez que é constantemente desafiado e deve sempre ser de novo negociado. (BAUMAN, 1999, p. 211)

Nesse ambiente de incertezas, a identidade fica comprometida pelo fluxo de efemeridades e busca se auto-afirmar nos particularismos culturais. O triunfo da economia sobre as mentes determina as benesses que o indivíduo pode alcançar, sem que este se dê conta de que ele próprio as produz. O indivíduo ocupa no contexto público uma posição indefinida, sem distinção; suas relações são marcadas pela impessoalidade e se desenham no estranhamento social.

Zygmunt Bauman (1999), em *Modernidade e Ambivalência*, aponta essa estranheza como um fenômeno cultural da modernidade tardia que atua na produção da identidade. Não tendo respaldo das instâncias públicas para afirmar-se, os indivíduos se fecham na vivência privada de suas emoções, valores, crenças etc. A tentativa de estabelecer um jeito único diante de personagens sem rosto contribui para a constituição de tribos ou comunidades fechadas, das quais tem se visto ressurgir fundamentalismos religiosos, posturas etnocêntricas, arrivismos nacionalistas.

Tais conglomerados, muitas vezes, mascaram individualismos extremados e posturas que dificilmente dialogam com diferenças ou grupos sociais distintos. A personalidade é construída num ambiente ambíguo (a modernidade), o qual exige diferenciação e flexibilidade para estar no movimento *continuum* do progresso e coloca essa tarefa como responsabilidade exclusivamente individual. Ao mesmo, essa busca por uma identidade exclusiva e que o diferencie do outro, necessita de respaldo, de aprovação social para se efetivar:

A atração das identidades promovidas pelo mercado reside em que aprovação social para o produto acabado ou semi-acabado são substituídos pelo ato menos aflitivo, muitas vezes agradável, de escolher entre padrões prontos. As identidades negociadas vêm acompanhadas do rótulo da aprovação social

colado de antemão. A incerteza quanto à incerteza da identidade autoconstruída e a agonia de procurar confirmação são assim evitadas. Os *identikits* e os símbolos de estilos de vida são endossados por pessoas com autoridade e pela informação de que um número de pessoas os aprova. A aceitação social não precisa portanto ser negociada – desde o início ela é, por assim dizer, “inerente” ao produto posto no mercado. (BAUMAN, 1999, p. 217)

Tais produtos carregam o emblema de exclusividade e personalidade, como que destinados especialmente a determinado indivíduo. Daí se dá a fetichização do objeto, ou seja, a este é creditado valores e caráter do próprio indivíduo. Ou melhor, o objeto é transfigurado como agente constituidor do “ser”; sem este a realização do sujeito não se concretiza. A construção do si mesmo fica comprometida por componentes culturais que inviabilizam outras possibilidades de leitura da realidade circundante.

Em contrapartida, há uma objetificação do sujeito: este se esvazia de sua identidade para assumir a identidade do sistema. O sujeito é um ser anônimo, identificado em cifras e estatísticas, mas, ao mesmo tempo, a personalidade individual é uma categoria pública, não permitindo que este se configure fora dos “padrões”. A publicização do privado se expressa pela crescente preferência por determinadas narrativas midiáticas, que buscam expressar o indivíduo em suas particularidades e preencher o vazio deixado pelo contexto público. Perfis e comunidades virtuais elaborados em sites de relacionamento, por exemplo, expõem a vida privada e procuram dar um sentido de pertencimento a esse ou aquele grupo, por ter essas ou aquelas características, gostos, valores.

As habilidades necessárias para o desempenho das atividades sociais se constroem mediadas, para usar uma expressão de Bauman (1999), por “instrumentos extrapessoais” que são amplamente disponibilizados para troca. Não encontrar “soluções” para os problemas não é justificável numa sociedade que oferece uma infinidade de artefatos e instruções passo a passo para mazelas diversas. Ao indivíduo cabe buscar e selecionar os meios adequados.

Uma vez que a suposta disponibilidade de soluções tornou

desconfortável viver com problemas não resolvidos, procuram-se avidamente soluções; encontrá-las, escolhê-las e apropriar-se delas é visto como um ato de emancipação e um aumento de liberdade pessoal. E, no entanto, uma vez que as habilidades pessoais necessárias para lidar diretamente com os problemas não são mais disponíveis e as soluções aparecem apenas sob forma de instrumentos comerciáveis ou aconselhamento especializado, cada passo no interminável processo de solucionamento de problemas, embora sentido como mais uma extensão da liberdade, reforça ainda mais a rede de dependência (BAUMAN, 1999, p. 223)

A especialização verificada no mundo do trabalho para potencializar a produção ganha agora o campo das especificidades humanas. No gênero de literaturas de auto-ajuda, por exemplo, se encontram uma variedade de compêndios que abrangem “receitas”, “segredos” ou “mandamentos” para sucesso nos relacionamentos pessoais até no campo financeiro, passando pela educação de crianças e adolescentes à superação de doenças. Na vastidão que o consumo pode alcançar, “criar” problemas também se transforma numa potencialidade para ampliar a necessidade da competência especializada.

As instituições sociais, nesse mundo ambivalente, se perdem de sua própria finalidade ordeira e racional. A razão de ser dessas instituições, enquanto manutenção da vida social pelo combate às exacerbações do individualismo e os excessos opressivos da maioria, acabam criando e fortalecendo mecanismos de manutenção da ambivalência. A “flexibilização” contínua das esferas da vida, sobretudo no trabalho, tem cultivado um sentimento de insegurança permanente.

Se o mundo se move pela fluidez e flexibilização, os referenciais constituídos adquirem essa mesma peculiaridade. No mundo líquido moderno, como aponta Bauman (2005b) no livro *Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi*, as identidades são construídas e mantidas em constante movimento; os referenciais são eletronicamente mediados e virtualmente rotativos. Num mundo em que as mudanças são velozes, apoiar-se em referenciais estáticos é perigoso: como o destino é algo incerto e não controlável a sensação do indivíduo é de tornar-se obsoleto e, logo, facilmente descartável para as diferentes instâncias sociais.

Daí a crescente demanda pelo que poderíamos chamar de “comunidades guarda roupa” – invocadas a existirem, ainda que apenas na aparência, por pendurarem os problemas individuais como fazem os frequentadores de teatros, numa sala. [...] As comunidades guarda-roupa são reunidas enquanto dura o espetáculo e prontamente desfeitas quando os espectadores apanham os seus casacos nos cabides. Suas vantagens em relação à “coisa genuína” são precisamente a curta duração de seu ciclo de vida e a precariedade do compromisso necessário para ingressar nelas e (embora por breve tempo) aproveitá-las. Mas elas diferem da sonhada comunidade calorosa e solidária da mesma forma que as cópias em massa diferem dos originais produzidos pela alta costura... (BAUMAN, 2005b, p. 37)

Frente ao perigo que as relações duradouras podem gerar, a qualidade torna-se sinônimo de insegurança, assim a redenção se encontra na quantidade que possibilita uma rede de conexões seguras até o prazo de validade expirar. No entanto, “a facilidade de desengajamento e do rompimento não reduz os riscos, apenas os distribui, junto com as ansiedades que exalam, de modo diferente” (BAUMAN, 2005b, p. 38). Nesse meio de individualização extremada, a sociedade não impõe mais uma coerção direta, ditando regras e ordens para a vida. O corpo social, parafraseando Bauman, é agora um jogador dissimulado e ardiloso que deseja do indivíduo apenas sua permanência no jogo com fichas suficientes para continuar jogando.

Nessa gama de imprevistos e destinos nebulosos para as relações, o que se destaca é a emergência de um modo consumista de ser. O consumismo é o que se coloca como segurança para o indivíduo, é o que lhe dá a sensação de liberdade de escolher os instrumentos para construir sua identidade e para modificá-la conforme o vento sopra em outras direções.

Pode-se dizer, conforme Bauman (2005b), que o desenvolvimento das habilidades de consumir é o que melhor retrata na atualidade a denominada “educação continuada”. Há um fluxo contínuo e diário de notícias, cartazes, *outdoors*, programas televisivos, sites, revistas temáticas, que fornecem todo tipo de receitas, conselhos, pesquisas, testes; em suma, informações que incidem sobre a construção da personalidade individual. O conhecimento torna-

se descartável; logo, é preciso constante atenção para descartá-lo quando não for mais útil e substituí-lo por outro.

Em suma, os bens de consumo encarnam a extrema revogabilidade e falta de finalidade das escolhas e a extrema descartabilidade dos objetos escolhidos. Mais importante ainda, parecem colocar-nos sob controle. Somos nós, os consumidores, que traçamos a linha entre o que é útil e o que é lixo. Tendo produtos de consumo como parceiros, podemos parar de nos preocupar em terminarmos no depósito de lixo. Podemos mesmo? (BAUMAN, 2005b, p. 102)

A questão que Bauman (2005b) destaca é que, diante do mercado de consumo e das pretensas promessas de realização de desejos, estes não são saciados. Os objetos de consumo não podem ser transformados em seres humanos, tal como os indivíduos são tratados por produtos. A construção de vínculos e de laços que fortaleçam a interioridade humana só podem se dar a partir das inter-relações humanas.

Porém, as facilidades dos contatos viabilizados pelas tecnologias eletrônicas têm dificultado, segundo Bauman (2005b), as interações espontâneas. A ampla rede de comunidades disponíveis, ainda que superficiais, transmitem maior segurança do que lidar com interações complexas que requerem um exercício de alteridade. Tal exercício exige que o outro seja entendido como sujeito social, exige uma troca do “eu” com o “eles” (estranhos) e, para tanto, a personalidade individual precisa de referenciais que preencham a sua interioridade para expressar-se na exterioridade.

O reconhecimento do outro talvez seja, na atualidade, um dos maiores desafios para a construção da identidade, logo, um dos maiores desafios da educação. Mas o conhecimento elaborado nas diferentes esferas formativas não é mais construído como durável, ele é perecível. Logo, “mais precisamente no ambiente líquido-moderno, a educação e a aprendizagem, para terem alguma utilidade, devem ser contínuas e realmente por toda a vida” (BAUMAN, 2005a, p. 155). A formação, assim, é um processo inconcluso que deve ser exercido continuamente, de modo que a prática da cidadania também seja algo contínuo e significativo para o indivíduo.

4 NARRATIVAS MIDIÁTICAS E EXPERIÊNCIA FORMATIVA

4.1 Totemismo contemporâneo e representação social

A construção de um sistema de significação e de trocas não é peculiaridade apenas de sociedades antigas, tribais, clãs, comunidades isoladas, ou pré-capitalistas. Na sociedade moderna, capitalista ou pós-industrial, identifica-se também a estruturação de símbolos, significados e rituais que dão coerência e manutenção ao sistema social vigente. Transpor mercadorias feitas em larga escala do campo impessoal, coercitivo e exploratório da produção para o mundo caloroso, íntimo e pessoal do consumo, passa, senão, por um processo de construção de símbolos, de representação social.

Entre a produção e o consumo, a publicidade desempenha o papel de “operador totêmico”, como assinala Roberto Da Matta no prefácio do livro de Everardo Rocha, *Magia e Capitalismo: um estudo antropológico da publicidade* (1995). No campo da antropologia, o totem é designado como um símbolo sagrado de um grupo social, que pode ser materializado por uma planta, animal ou objeto. O totem representa um ancestral ou uma divindade protetora que atua na manutenção da estrutura social de determinado grupo.

A sacralização das vacas na Índia é um exemplar caso de totemismo em determinada sociedade. Compreender a construção simbólica aí estabelecida requer uma abordagem para além da lógica ocidental de compreensão e organização do mundo, que apresenta, sobretudo, a preponderância do domínio do econômico sobre as demais esferas sociais. A perspectiva antropológica não descarta a importância e influência dessa esfera na organização das sociedades, todavia, ela descreve o econômico relacionando-o com os outros elementos do sistema social.

O antropólogo Marvin Harris (1978) desenvolve uma análise a respeito do sistema social indiano no texto *Vacas, Porcos, Guerras e Bruxas os*

enigmas da cultura, buscando decodificar as estruturas de produção, repartição e consumo. A perspectiva substantivista⁷ utilizada por Harris demonstra que para entender a lógica do sistema econômico indiano é preciso considerar a realidade deles e não empreender uma análise a partir do ponto de vista ocidental, que tenderia a atestar a irracionalidade de tal sistema. Desse modo, traçando um paralelo com a economia dos Estados Unidos, o autor tenta descrever a lógica econômica da sociedade indiana, mostrando que a sacralização da vaca tem uma utilidade prática à economia deles.

A agricultura indiana utiliza o boi para arar a terra e puxar carroças, sendo assim, a sua função é semelhante a dos tratores para a agricultura norte-americana. As vacas indianas, por sua vez, têm como principal função produzir bois e não leite como as vacas americanas; o pouco leite que produzem serve para complementar a alimentação das famílias pobres. De acordo com Harris (1978), se o uso de animais baratos na produção agrícola fosse substituído por máquinas, a produção seria otimizada, pois se aumentaria o tamanho do sítio cultivado. Por outro lado, reduzir-se-ia o número de famílias que subsistiam dessa atividade, porque a maioria desses agricultores não teria condições de comprar tratores. Assim, a mecanização da agricultura na Índia causaria o êxodo rural e inflaria mais a população urbana, agravando o desemprego e o desabrigo.

Tendo em vista essas conseqüências, o sistema econômico da Índia, baseado em animais, em baixa energia e pequena escala de produção, vai ganhando coerência. A partir disso, o autor começa a descrever as vantagens do emprego desse sistema. O uso de esterco, por exemplo, além de substituir os fertilizantes químicos que poluem o meio ambiente, substituem o uso

⁷ Na área de estudos da Antropologia Econômica a perspectiva de análise substantivista considera que a economia se desenvolve a partir do indivíduo e que esta existe ligada às outras estruturas sociais (política, religião, cultura, etc.). Este veio de análise se opõe à perspectiva formalista, a qual defende a compreensão das sociedades a partir do domínio da esfera econômica sobre as demais. A universalidade desta compreensão a partir da economia se daria por conta das necessidades ilimitadas dos seres humanos, comum a qualquer tipo de sociedade. Contrariamente a essa teoria, os substantivistas apontam que o que é comum no mundo não são essas necessidades ilimitadas e sim as leis econômicas. Desse modo a Antropologia Econômica propõe uma análise comparada dos diferentes sistemas econômicos reais e possíveis, tendo por objetivo elaborar uma teoria geral das diversas formas sociais da atividade econômica do homem. (GODELIER, Maurice. **Racionalidade e Irracionalidade na Economia**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 19--.)

doméstico de combustíveis como o petróleo e o carvão (cujas reservas na Índia são escassas). O esterco é comercializado por uma casta de varredores que os recolhem na cidade e vendem às donas-de-casa, ou seja, esta prática gera empregos e as vacas que ficam soltas, ainda limpam as ruas comendo capim, restos de comida e lixo.

Analisando o tabu que impede a matança de vacas na Índia com o contexto de secas e fome periódicas, Marvin Harris (1978) demonstra que não é este em si que prejudica essencialmente a sobrevivência e bem-estar dos indianos. O autor ressalta que os que vendem as vacas ou as matam nesse período ficam impossibilitados de subsidiar sua atividade agrícola quando chega o período de chuvas. Em vista disso, pode-se dizer que, nas palavras do autor, “o amor às vacas com seus símbolos sagrados e doutrinas santas, protege o agricultor contra atitudes que são “racionais” apenas a curto prazo” (HARRIS, 1978, p.25). Assim, segundo o antropólogo Marvin Harris (1978), é um erro considerar que a modernização desse sistema, em um complexo agrícola-industrial, seria mais racional do que o existente.

Essa pequena incursão pelo campo da antropologia se faz para situar uma perspectiva de “olhar” para a realidade, para além dos discursos formais enraizados, tanto no que se refere à compreensão do “outro” que nos é estranho, como do nosso sistema social que nos é “próximo”. Compreender as narrativas midiáticas, focalizando aspectos da publicidade requer o movimento inverso do estudo apontado acima; é preciso “estranhar” a realidade, estranhar um fenômeno que é naturalizado em nosso cotidiano. Everardo Rocha (1995), ao analisar aspectos da publicidade, desvela os fios existentes entre a produção e o consumo na sociedade atual. Portanto, o interesse por uma reflexão sobre o mundo da publicidade, à medida que este se insere, como aponta Rocha, na esfera da produção simbólica e formação do imaginário social:

Nasce, pois, uma enorme curiosidade e um grande fascínio pelo mundo da publicidade. Pelo mundo que nos é mostrado dentro de cada e todo anúncio. Mundo onde produtos são sentimentos e a morte não existe. Que é parecido com a vida e, no entanto, completamente diferente, posto que sempre

bem-sucedido. Onde o cotidiano se forma em pequenos quadros de felicidade absoluta e impossível. Onde não habitam a dor, a miséria, a angústia, a questão. Mundo onde existem seres vivos e, paradoxalmente, dele se ausenta a fragilidade humana. Lá, no mundo do anúncio a criança é sempre sorriso, a mulher sempre desejo, o homem plenitude, a velhice beatificação. Sempre a mesa farta, a sagrada família, a sedução. Mundo nem enganoso, nem verdadeiro, simplesmente porque o seu registro é o da magia (ROCHA, 1995, p. 25).

O universo da publicidade, nesse sentido, se assemelha ao universo do mito, posto que também constrói uma rede de significações. Como aponta Everardo Rocha (1995), nos anúncios, assim como nos mitos, os animais, plantas ou coisas podem falar, além do constante efeito de magia que povoa a atmosfera da publicidade. O jogo simbólico da economia traz o impossível e a fantasia para o terreno da realidade e costura um mundo idealizado a partir das relações concretas da vida. Mais do que vender um produto, aumentar o consumo ou ampliar mercados, os símbolos retratados pela publicidade criam um conjunto de representações sociais.

Em consonância com as reflexões de Rocha (1995, p. 27), é possível dizer que o que mais se consome num anúncio publicitário são emoções, sentimentos, estilos de vida, visões de mundo que se sacralizam no cotidiano. “O discurso publicitário fala sobre o mundo, sua ideologia é uma forma básica de controle social, categoriza e ordena o universo. [...] Faz do consumo um projeto de vida” (ROCHA, 1995, p. 26). Assim, ao mesmo tempo que reflete aspectos da sociedade, a publicidade engendra formas de manutenção ideológica, ocultando as carências da vida sob a forma de fartura, amplitude, inserção, bem-viver, equilíbrio, esperança entre outros atributos que acalentam a humanidade.

No mercado há 125 anos, o refrigerante coca-cola, cuja fórmula foi criada pelo farmacêutico John Stith Pemberton, em Atlanta, nos Estados Unidos, é ícone de gerações e representa essa potencialidade da construção de totens pela publicidade. Símbolo dos EUA, juntou à sua imagem, entre outras coisas, o mito do papai-noel. Desde o fundante slogan “*Drink Coca-col*”, em 1886, este imperioso totem ganhou o mundo: *Coca-Cola Revive e Sustenta*

(1905); *Sede Não Tem Estação* (1922); *Ao Redor De Uma Esquina de Qualquer Lugar* (1927); *Coca-Cola Vai Junto* (1939); *A Pausa Que Refresca* (1940); *Onde Há Coca, Há Hospitalidade* (1948); *Coca-Cola ... Junto Da Estrada para Qualquer Lugar* (1949); *Coca-Cola ... Fazendo Coisas Boas Com Melhor Sabor* (1956); *Isso faz um bem* (1959); *Tudo vai melhor com Coca-Cola* (1966); *Coca-Cola dá mais vida* (1972); *Tenha Uma Coca E Um Sorriso* (1979); *Emoção Pra Valer* (1989); *Sempre Coca-Cola* (1993); *Curta Coca-Cola* (2000); *Gostoso é Viver* (2001); *O Lado Coca-Cola da Vida* (2006); *Abra a Felicidade* (2009); *Viva Positivamente* (2010).

Dentre os exemplos selecionados, verifica-se a presença constante da ideia de “viver”, de “prazer”, “emoção”; “felicidade”; “vida”. Nas diferentes épocas, os *slogans* expressam, em certa medida, modelos de relações, comportamentos, papéis sociais, posturas ideológicas que foram e são (sob diferentes roupagens) hegemônicas na sociedade capitalista. Para marcar os 125 anos da marca, o anúncio veiculado no ano de 2011 traz como *slogan*: *Os bons são a maioria*. Ao se verificar mais detidamente esse exemplo de anúncio publicitário, clarificam-se os aspectos até aqui levantados e o potencial destes na construção de representações da realidade cotidiana.

Embalada por *Whatever (Qualquer coisa)*, do grupo Oasis, cantada por um coral de crianças, a propaganda mostra que para cada coisa ruim existente no mundo como, *produção de tanques de guerra; pessoa corrupta; criação de armas; queda na bolsa de valores*; existem, em contrapartida, muito mais coisas positivas: *fabricação de ursinhos de pelúcia; doadores de sangue; mães fazendo bolos de chocolate; vídeos engraçados na internet*. Apenas no final da narrativa se amarram produto e benesses, ou melhor, as benfeitorias realizadas no mundo convergem com a existência do produto, afinal: *Para cada arma vendida no mundo, 20 mil pessoas compartilham uma Coca-cola*. Há mais soluções do que problemas e, no fim das contas, os bons são a maioria; portanto, *há razões para acreditar em um mundo melhor*.

Ao ser veículo mediador da esperança e promotor da felicidade, a Coca-cola assume, nessa forma narrativa, o papel de artefato mágico, à medida que pode conferir às pessoas que a compartilham a capacidade de fazer frente ao

“mal” que ameaça o mundo. Nos exemplos que retratam situações concretas da contemporaneidade, a propaganda cumpre seu papel de porta-voz ou espelho da realidade. O totem se aproxima do humano. A intermediação da mercadoria transmutada em bem de consumo, nas relações humanas, sustenta o aspecto ideológico de manutenção do tripé produção, repartição e consumo.

A narrativa publicitária se inscreve no âmbito das representações de mundo de uma determinada sociedade. Esta narrativa não expõe diretamente sua mensagem, ela tece, de forma surpreendentemente persuasiva, sua visão de mundo. Logo, não é uma narrativa qualquer, é um mito, como aponta Everardo Rocha (1985), cujos simbolismos, ideias e estruturação procuram dar sentido à vida.

O que legitima o mito não é seu aspecto de verdade – conceito discutível e controverso, como lembra Rocha – ou representação da verdade, e sim sua eficácia em constituir-se no imaginário social e, conseqüentemente, sedimentar estilos de vida, emoções, comportamentos, valores, papéis sociais etc. Conforme enfatizado anteriormente, é no campo do consumo que sentidos, significações e distinções sociais ganham a esfera do humano à medida que os produtos tanto exaltam o indivíduo, quanto aproxima, une os membros da sociedade. A publicidade assume o papel de alimento dessa relação.

De fato, o domínio do consumo é aquele onde homens e objetos são postos em contato. É pelo consumo e em seu interior que algumas das mais humanas das práticas encontram espaço de realização. O domínio do consumo é o da compra, da venda, das escolhas, dos negócios. É por excelência um “negócio” humano. [...] O consumo é, no mundo burguês, o palco das diferenças. O que consumimos são marcas. Objetos que fazem a presença e/ou ausência de identidade, visões de mundo, estilos de vida. Roupas, automóveis, bebidas, cigarros, comidas, habitações; enfeites e objetos os mais diversos não são consumidos de forma neutra. Eles trazem um universo de distinções. São antropomorfizados para levarem aos seus consumidores as individualidades e universos simbólicos que a eles foram atribuídos (ROCHA, 1995, p.67).

A publicidade, ao mediar o domínio da produção e do consumo, atua como sistema de significação, legitimando a lógica econômica na organização

social. Rocha (1995, p. 69) ressalta que, assim como os totens nos mitos de sociedades ditas “primitivas”, é possível identificar o discurso publicitário como “operador totêmico” que nomeia, classifica, categoriza objetos que criam personalidade, ganham individuação. “O produto recebe pela marca um tratamento antropomórfico. A publicidade vai fazê-lo entrar no circuito da pessoa, no simbólico” (ROCHA, 1995, p. 71). Produto e indivíduo passam a se definir reciprocamente, incorporam-se aos projetos de vida e trabalho, às expectativas, sonhos e rotina.

Aqui se apresenta a importância do nome, ou seja, da marca do produto, porque por meio dela o bem de consumo adquire identidade, se pessoaliza, ganha status de indivíduo. A seriação e classificação que se opera entre natural e cultural é presidida também entre pessoas e produtos, pois, assim como há nos grupos sociais diferenças entre as pessoas, as marcas e produtos possuem características próprias. Espécies variadas e categorias específicas de produtos intercambiam suas personalidades entre as pessoas.

Carros, como demonstrado por Rocha (p. 71-73), são exemplos pertinentes desse jogo de simbolismo e antropomorfismo que o sistema publicitário opera. A busca por diferenciação, pela unicidade, exclusividade, reconhecimento, em suma, pela construção de uma identidade que dê caráter próprio em meio à indistinção e homogeneidade social, se combina ao “processo de identificação com a diferença que incide simbolicamente sobre os produtos” (p.72).

A propaganda do carro *New Fit* 2012 da marca Honda é uma dentre tantas outras em que se verifica a construção da dimensão da singularidade. Com o conceito “Legal porque é a cara do dono”, a nova campanha ressalta os atributos do modelo por meio de uma narração em voz infantil que descreve como gostaria que seu dono fosse. Empenhado em encontrar um dono que compartilhe de suas características, o protagonista, que é o próprio carro, vai apontando o que procura na pessoa:

– Eu tô procurando alguém que seja camarada, bem-humorado, que goste de crianças e de animais. Que não seja egoísta, seja carinhoso, seja educado, que ajude os outros,

apaixonado. Se você é do bem, gente boa, enfim, se você é uma pessoa legal, quer ser meu dono? *New Fit 2012. Legal porque é a cara dos donos!*⁸

Ao passo que mostra etapas de seu nascimento (produção), os atributos do veículo não estão centrados no design do modelo, nas especificidades do motor ou qualquer outro aspecto da tecnologia do carro. Contrariamente, o apelo publicitário enfoca uma personalidade meiga e amorosa que está em busca de um lar, de acolhimento, de proteção, de pais. A reciprocidade entre produto e indivíduo se entrecruza na construção de uma identidade única e diferente. O humano está no carro, o carro humaniza o indivíduo, um e outro se completam nas mesmas afinidades e princípios.

Verifica-se que o projeto de idealização da vida, a partir do consumo, está presente no amplo universo dos anúncios publicitários. Deste modo, para os propósitos de uma análise que contemple a construção de identidades pela mediação de narrativas midiáticas, qualquer anúncio serviria, porque é possível identificar em cada qual o recorte da realidade e seus constructos simbólicos. Entre os *slogans* publicitários é possível encontrar diversos exemplos que evocam felicidade, prazer, reconhecimento profissional, beleza, sensualidade de forma atraente e com apelos muitas vezes subjetivos.

Presentes também em outras narrativas midiáticas, como programas de auditório, revistas, propagandas televisivas e da internet, encartes de lojas, outdoors etc., este tipo de discursividade envolve o indivíduo numa rede de estereótipos. Modelos consumistas e referenciais de si mesmo que, compõem tais narrativas, configuram uma identidade fragilizada no sentido de que arraigam uma dominação, não apenas do campo econômico, mas do espírito. Desse modo, o que se deseja destacar é a sutileza de estereótipos que balizam as evocações de uma cultura mercantilizada. E nessas sutilezas se amarram mecanismos de controle da individualidade.

Neste ambiente fluído em que o indivíduo está inserido, o aparato tecnológico, mais do que característica de determinado bem de consumo como eletrodomésticos, televisores, celulares, computadores, carros, perfumes entre

⁸ Fala transcrita do vídeo da propaganda do automóvel Fit da marca Honda disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=bzPGh64gZio>>

outros, se presentifica dando sentido à vida das pessoas. Não é apenas a posse de determinado produto que cria este sentido, mas porque o universo do consumo, no qual este se cria e se mantém, constrói um artefato potencialmente capaz de “mudar o mundo”, intermediando as relações entre o público e o privado, geral e particular, indivíduo e sociedade.

Estar “ligado” ao mundo, nesse sentido, é prerrogativa essencial para o indivíduo contemporâneo. No trabalho, no lazer, nos estudos, nas relações interpessoais, não se pode perder nenhum detalhe do que está acontecendo. Destoar do ritmo interativo, conectado ou inovador da sociedade não é apenas sinônimo de ultrapassado, é passaporte para uma espécie de hinterlândia social. Assim, palavras como conexão, interatividade, inovação, tecnologia, mais do que indicativos de produtos modernos, são conceitos figuram no sistema de representações e na construção de significados sociais. Um dos exemplos de narrativas contemporâneas do campo da publicidade que refletem essa face agregadora do consumo e seu potencial totêmico são as propagandas de celulares.

Em 2010, a empresa de consultoria Accenture realizou um estudo sobre consumo global de eletrônicos com oito mil consumidores em oito países (Brasil, China, Índia, Rússia, França, Alemanha, Japão e Estados Unidos). Uma das conclusões da pesquisa revela que o Brasil está entre os países que mais consumiram produtos eletroeletrônicos no ano de 2010. Segundo a jornalista Daniela Braun (2010), revela-se que os brasileiros estão em primeiro lugar no consumo de celulares, haja vista que 55% dos pesquisados adquiriram um novo aparelho no ano passado (Braun, 2010).

Ainda, de acordo com a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel)⁹, os acessos na telefonia móvel, em julho de 2011, chegaram a mais de 220,352 milhões. Em novembro de 2010, o indicador de teledensidade, que representa o número de telefones em serviço para cada cem habitantes, apontava uma média de 101,96 acessos móveis; o último relatório em julho de 2011 já aponta uma densidade de 115,97. Juntando-se a esses dados a

⁹ Informações retiradas dos relatórios sobre telefonia móvel elaborados pela Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL), disponível em: <<http://www.anatel.gov.br>>

diversidade de recursos disponíveis (cada vez mais amplos) num único lugar (aparelho celular), aliada à capacidade do mercado de produção em massa, aos fatores econômicos e sociais de aumento do poder de compra e aos apelos do consumo, não é de se admirar que o setor de telefonia móvel seja um dos que mais cresce em todo o mundo.

É possível armazenar, executar e enviar músicas e imagens; acontecimentos, encontros, informações podem ser registradas (por foto/vídeo) ou buscadas, compartilhadas (mensagens, internet, *Bluetooth*); há ainda opções de diversão e entretenimento (jogos, *chats* e *web Messenger*). E, em tempo, o aparelho se presta também à comunicação por ondas eletromagnéticas, ou seja, permite fazer chamadas telefônicas.

Desse modo, ao congregiar diversas peculiaridades num único artefato, pode-se dizer que o celular, nas narrativas publicitárias, assume uma função alegórica, o que significa que se reveste da capacidade de “dizer o outro”, mas a partir de algo que ele não é, como uma espécie de totem. Para se compreender este aspecto alegórico é pertinente uma incursão por três termos fundamentais: signo, alegoria e símbolo. Na introdução do livro *A imaginação simbólica*, Gilbert Durand (1988) elenca algumas diferenças entre esses termos que fazem parte da forma indireta de se representar o mundo, ou seja, aquela em que o objeto não está presente materialmente, em “carne e osso”.

De acordo com Durand, o signo representa o objeto, o significante de forma econômica; cujo significado poderia estar presente ou ser verificado, como, por exemplo, as placas de trânsito. Os signos identificam uma realidade que pode ser representada ou que pode se fazer presente. Os símbolos, por sua vez, representam o significado de algo que não pode ser percebido diretamente porquê está ausente. “O símbolo é, portanto, uma representação que *faz parecer* um sentido secreto” (DURAND, 1988, p.15), do qual é portador e que não pode ser compreendido fora do processo simbólico. Exemplo de símbolos são as designações de sagrado como uma cruz, um cordeiro, uma bíblia, uma pomba.

A alegoria, por fim, representa geralmente um conceito complexo ou uma ideia abstrata que se traduz em uma figura. “Pode ser uma parte, um

elemento, uma qualidade do significado (emblema)” (DURAND, 1988, p.21) traduzido economicamente. A alegoria exprime pensamentos, idéias, qualidades sob forma figurada; cada elemento que a compõe funciona como disfarce dos elementos do significado. Entre os ditados populares e provérbios se encontram diversos exemplos de construções alegóricas: “Água mole em pedra dura, tanto bate até que fura”; “Nem tudo que reluz é ouro”; “Em casa de ferreiro, o espeto é de pau”; “Mais vale um pássaro na mão que dois voando”.

Em algumas propagandas, é possível observar que o objeto a ser oferecido ao público nem sempre aparece em primeiro plano. Em seu lugar se destacam as coisas boas que se pode gerar na própria vida social por se ter um celular de determinada operadora de telefonia móvel, por exemplo. Os sentimentos, a ideia de felicidade, bem-estar, família, alegria, são uma constante nesse tipo de propaganda. Um exemplo profícuo a ser dado é da operadora de telefonia celular Claro que em uma de suas propagandas, veiculadas na televisão e internet, destacou a ideia de compartilhar a felicidade.

A narrativa da propaganda exibida no final do ano de 2008 mostra a busca de uma garotinha para compartilhar felicidade com as pessoas à sua volta. Depois de uma busca frustrada pelas ruas da cidade a menina retorna à sua casa e consegue “capturar” um riso do irmão que assiste desenho animado. Este é um riso de criança, “puro” poder-se-ia dizer, uma expressão de felicidade, alegria genuína. A garotinha, mais que depressa, “apanha” o riso e o “guarda” entre as mãos. Ela parece ter encontrado o que procurava. Feliz, a menina resolve voltar à rua levando entre as mãos o riso que conseguiu.

Depois de compartilhar a felicidade pelas ruas da cidade, a menina retorna ao lar. Na entrada de casa, se volta para a rua e sorri de volta ao ver um palhaço observá-la. Em casa ela guarda a felicidade num vidro que sua mãe abre e que está identificado com o rótulo de “felicidade”. Dá-se a entender que nessa casa há muitos sentimentos guardados para serem compartilhados, pois ao lado desse vidro de “felicidade”, estão outros, como “paz” e “alegria”.

O foco final dá uma visão panorâmica da casa e do seu entorno, mostrando que está anoitecendo na cidade. Nesse momento, entra a voz do narrador dizendo: “a claro compartilha a mensalidade do seu plano, num mês

você paga, no outro, a claro paga.” Ao longe se vê o céu em tons do pôr-do-sol. Nesse instante aparece o *slogan* da campanha: “Eu escolhi compartilhar”. Termina com o ícone da claro acompanhado da palavra “escolha”, do *slogan* “claro escolha”. Só no final, quando a voz entra falando da operadora, é que se descobre que é uma propaganda de uma operadora de telefonia celular.

Toda a atmosfera da propaganda inspira uma sensação de bem-estar, desde os tons de vermelho das vestimentas dos personagens (remetendo tanto ao amor, a sentimentos quentes, acolhedores, quanto à própria marca Claro) até a trilha sonora, feita especialmente para essa campanha publicitária. Como um convite caloroso a letra da música diz: Say to everybody you know the answer / share the dream and come together / it's so easy feeling in the air / Have fun! / sharing with someone is better / take your time at fun / Share it with all happy one.¹⁰ Observa-se que os versos casam perfeitamente com a mensagem de otimismo, alegria, diversão, felicidade que a narrativa publicitária quer transmitir.

O aspecto alegórico adquire sentido na compreensão das narrativas midiáticas, ao passo que fornece elementos constitutivos da cultura de uma sociedade. Porém, a compreensão dessa categoria, conforme aponta Flávio Kothe (1986, p. 10-11), em *A alegoria*, exige que esta seja lida no seu contexto. Ao dizer algo cujo sentido não está em si, o objeto perde sua identidade, a qual por sua vez é transformada num outro significado, ao se compor de pólos contraditórios. A compreensão do termo alegórico, portanto, se vincula a um processo de alteridade que designa o “outro”, o “distante” do qual se é expressão.

Num sistema social em que o consumo se tornou substancialmente representativo na cultura, a ampla gama de bens culturais produzidos passa também a intermediar as relações sociais. Neste universo do capitalismo industrial, cada coisa necessita das demais para ter seu valor, ou seja, seu

¹⁰ Trad.: Diga a todo mundo que você conhece a resposta/ compartilhe o sonho e venha com a gente/ É tão fácil sentir isso no ar/ Divirta-se! / Compartilhar isso com alguém é melhor/ Gaste seu tempo se divertindo/ Compartilhe isso com todos os que são felizes. Disponível em: <<http://www.propagandasantigas.com/2008/12/propaganda-claro-musica.html>>. Acesso em 24 de janeiro de 2012.

significado não está apenas em si, mas se constrói a partir da relação com as outras coisas. É nesse sentido que os bens de consumo nos “ajudam” a adquirir ou construir uma identidade.

No livro *A linguagem das coisas* (2008), Deyan Sudjic traz uma reflexão sobre esse mundo do consumo, no qual as pessoas cultivam uma relação cada vez mais estreita com seus objetos de desejo. Sudjic aponta como uma das marcas da atualidade o fato de as pessoas buscarem cada vez mais coisas, objetos de consumo (carros, eletrodomésticos, roupas, celulares, eletroeletrônicos, cosméticos, jóias, sapatos etc.) que acabam por colaborar com a própria construção identitária, seja ela a nível individual ou coletivo. É certo que muito do que é consumido tem a função de suprir necessidades de vestimenta, de locomoção, bem-estar pessoal, de comunicação, de diversão e entretenimento. Obviamente, deve observar-se que nem todas as pessoas têm acesso ou poder aquisitivo para adquirir tudo que é oferecido pelo universo do consumo, embora os discursos predominantes, ou melhor, as narrativas que permeiam o cotidiano, contribuam para que os objetos de desejo se desenhem no imaginário como escape ou como promessa de realização.

Mais do que consumir isto ou aquilo, essas coisas se tornam brinquedos, “explorando nossas fantasias sobre nós mesmos, aproveitando nossa disposição de pagar para ser entretidos ou bajulados por aquilo que possuímos” (SUDJIC, 2008, p.50) e o indivíduo se vê pressionado, incessantemente, a adquirir sempre mais. O ponto a ser observado não é a ampla oferta e possibilidade de satisfação que é oferecido a todo instante, e tampouco a busca por conforto, felicidade e realização. A questão é o consumismo ser entendido socialmente como meio para preencher a vida.

No caso dos celulares, por exemplo, o que se explora nas narrativas publicitárias é muito mais a ideia de que tal artefato é imprescindível para a vida, atuando como agente solucionador de problemas do que por sua função objetiva de ser um aparelho de comunicação, como outros disponíveis. Essa ideia de artefato mágico que ajuda o indivíduo a ser e estar nesse mundo globalizado, tecnológico, ágil e veloz pode ser observada em propagandas da operadora de telefonia celular Vivo. Dentre os *slogans* estão: “Vivo apresenta:

a vida com a internet”; “Vivo apresenta: planos da vida”; “Vivo apresenta: o DDD nos conecta”; “Vivo apresenta: o recomeço com a internet”. Esses *slogans* fazem parte de uma série de filmes publicitários em que se narram diferentes situações, envolvendo os benefícios que se tem pelo uso da tecnologia, congregando, sobretudo, internet e telefonia móvel oferecidos pela operadora em questão.

Reiterando as proposições de Deyan Sudjic (2008, p.86), pode-se dizer que narrativas publicitárias como as de celulares trazem em destaque o discurso de que determinado objeto é essencial para as diferentes situações da vida: reunião de trabalho, encontro com amigos, compras de supermercado e até para se descobrir um amor. Somada a diversão e demais funções que se tem ao alcance (desde baixar jogos ou músicas até ler notícias de qualquer jornal do mundo ou pesquisar sobre qualquer assunto), o celular se configura como elemento da própria identidade do indivíduo contemporâneo, que está sempre integrado. É possível notar, inclusive, que, atualmente, na maioria das propagandas de celulares as operadoras, têm se congregado a internet a seus aparelhos, mostrando como o celular lhe permite estar sempre conectado ao mundo, com a vantagem de ter a mobilidade para usar em qualquer lugar, ocasião ou hora.

No comercial da operadora de telefonia Vivo, veiculado em junho de 2011, que traz como abertura o *slogan* “Vivo apresenta: a vida com a internet” fica claro como a narrativa mescla o aspecto lúdico e criativo do celular com as possibilidades “emancipadoras” que este oferece. A narrativa apresenta diferentes situações em que a solução pode se dar pelo acesso à internet disponibilizada no celular: comprar um presente de última hora que fora esquecido, anunciar e encontrar o cachorro perdido, compartilhar o reencontro com amigos de infância, apresentar uma boa proposta de trabalho numa reunião importante. O destaque do comercial é que se vive numa nova era (da tecnologia, da rapidez, da inovação), na qual a vida pode ser cada vez melhor porque a internet pode estar sempre com o indivíduo para ajudar ou tornar ainda melhor diferentes momentos.

Nesse sentido, o celular (como outros bens de consumo) não facilita

apenas a vida da pessoa em termos de praticidade, ele harmoniza relações, promove crescimento pessoal, socializa e congrega mais emoções e felicidade para o cotidiano. Em suma, um artefato “mágico” que tem o poder de transformar para melhor a existência humana. A transferência da tarefa repetitiva e massificante para a máquina criou a possibilidade de libertar o homem para a produção do novo, da criatividade e do diversificado. O aspecto alegórico das narrativas explora essa potencialidade e mostram como o universo do consumo oferece aportes identitários sedutores para o imaginário social. Porém, se oculta nessas estruturas o mesmo princípio da repetição em que se assentam as estruturas da indústria cultural. A liberdade prometida por esses diversos objetos de desejo que se têm disponíveis é também a outra face do atrelamento da máquina ao homem, fazendo deste seu apêndice.

Na alegoria, tudo parece abrir-se para uma ilusão de infinitude: o próximo se revela distante, e o literal demonstra a insuficiência da leitura de sua literalidade. O alegórico aponta para o outro, para um sentido mais além: ele não é apenas ele mesmo, mas também não é apenas esse outro que o nega e no qual ele se afirma (KOTHE, 1986, p.60).

Aqui se identifica a relevância das narrativas midiáticas para este sistema social, pois ao aproximar o distante, ou seja, as mercadorias que foram separadas dos produtores, estas se tornam objetos de desejo, como se fossem necessidades vitais. No encadeamento do discurso, correlacionam-se as forças sociais que permitem emergir constructos mercantilizados que incorrem sob a constituição de identidades. Assim, em consonância com as observações de Kothe (1986, p.48-49), uma leitura que busca apreender os significados construídos, requer, no caso das narrativas, que estas sejam decifradas em seu contexto para superar a ideologia que as estrutura.

Veicular o produto a benefícios imediatos que se pode obter para a vida fazem parte das estratégias publicitárias que contribuem com a dinâmica do capitalismo de contínua geração de lucro. Estes mecanismos particulares, que aliciam o imaginário social, se entremeiam à lógica de controle e dominação própria da indústria cultural. As narrativas publicitárias envolvem as

mercadorias numa atmosfera aurática e “a aura serve para torná-las mais apetecíveis, a fim de que sejam mais compradas” (KOTHE, 1986, p.56). A fetichização do real, conforme ressalta Flávio Kothe (1986, p.57), se dá de forma tão totalitária que se passa por inata ao cotidiano.

A manifestação da essência totalitária da indústria cultural nessas narrativas está associada aos valores que este modelo de sociedade faz imperar. A gama de arquétipos individuais disponibilizados faz parecer que, diante da expressão da variedade de identidades, cada qual se constitui como único e insubstituível. Todavia os “diferentes” modos de ser e de estar nesse mundo, disponibilizados nos discursos narrativos, são em essência a manifestação do princípio alienante do sistema capitalista. A liberdade de escolha se revela como a liberdade de escolher a mesma coisa, conforme pontua Adorno (1985, p. 138), os mesmos valores e ideologia que alimentam o circuito de consumo e geração de lucro.

Assim, o utilitarismo do capital se funde à ideologia consumista: de um lado, serve ao capital para apropriação de lucro e por outro cria no sujeito uma identidade cujo sentido se sustenta na apropriação de determinados bens culturais. Um carro, um celular, produtos de beleza e estética, roupas, bebidas, etc. não são consumidos diretamente porque geram lucro para as grandes empresas, mas porque estes são, para o indivíduo, carregados de sentidos como auto-realização, prazer, alegria, conforto, comodidade. Ao produzirem um universo de valores que incide sobre a subjetividade individual é que essas narrativas midiáticas contribuem para a manutenção dos valores utilitaristas do capital.

Consequentemente, tais mecanismos de manipulação ideológica, por meio do culto ao mito da liberdade de escolha individual, encobrem a aceitação das condições de miséria (material e humana) que escamoteiam o próprio convívio em sociedade. As mortes por enchentes, pelo tráfico de drogas, pelo trânsito caótico são tão corriqueiras quanto o último capítulo da telenovela no qual a vilã é desmascarada. O que se observa é que de maneira sub-reptícia o furor, a comoção, a revolta, a emoção, a ideia de felicidade, prazer e realização pessoal transmitidos não exigem uma tomada de posição. Tal proposição

remete a reflexão final de Theodor Adorno (1985) no ensaio, *A indústria Cultural: o esclarecimento como mistificação das massas*, a respeito da reificação do espírito que essa estrutura alimenta:

As mais íntimas reações das pessoas estão tão completamente reificadas para elas próprias que a idéia de algo peculiar a elas só perdura na mais extrema abstração: *personality* significa para elas pouco mais que possuir dentes deslumbrantemente brancos e estar livres do suor das axilas e das emoções. Eis aí o triunfo da publicidade na indústria cultural, a mimese compulsiva dos consumidores, pela qual se identificam às mercadorias culturais que eles, ao mesmo tempo, decifram muito bem (ADORNO, 1985, p. 138).

A postura, aparentemente pessimista, nas reflexões de Adorno acerca da contemporaneidade demonstra como o alto nível tecnológico que a indústria cultural apresenta contrasta com um conteúdo embotado pela banalização cultural. A violência que esse sistema gesta está, portanto, no cultivo de uma passividade social travestida de autonomia individual. O ônibus lotado, os baixos salários, os preços altos dos alimentos, a precariedade da escola e do sistema de saúde, embora sejam sentidos e reconhecidos como problemas, a percepção destes se dá no nível do imediato. Todavia, essa percepção imediatista não é, pois, natural, inata ao ser humano. Esta se forja pela intermediação dos meios formativos disponibilizados em sociedade. Entre esses meios estão os denominados *mass media*, cuja preponderância dos conteúdos da indústria cultural promove uma espécie de deseducação dos sentidos.

Processos formativos ou “semiformativos” que educam para uma percepção imediatista acabam por cercear o entendimento e concretização dos próprios princípios (igualdade, liberdade, emancipação) que balizaram a constituição dessa ordem social. O prazer, a realização pessoal, a autonomia são vislumbrados nos bens culturais disponibilizados pela indústria cultural. Além da promessa de satisfação e de prazer que instigam a subjetividade, os mecanismos ideológicos que sustentam este modelo de organização social estão constantemente a deflagrar que para ser reconhecido, para possuir uma

identidade, é preciso “ter”.

Se o meio promove a usurpação da própria compreensão de si e do coletivo, isto é violento, isto é totalitário. Theodor Adorno, ao desvelar essa face que se oculta na sedução da indústria cultural, pontua a necessidade de uma postura de negação dessa realidade. É nessa negação do real, que se pode desvelar a realidade em suas contradições, cobrando os princípios não realizados do iluminismo (*Aufklärung*). Nesse sentido, as reflexões aqui desenvolvidas procuram apontar para a necessidade de uma leitura mais aprofundada das narrativas midiáticas, entendendo-as como instrumentos (de)formativos.

4.2 Seduções midiáticas e implicações ideológicas na experiência formativa

As reflexões pontuadas, anteriormente, demonstram que a construção identitária na atualidade está intrinsecamente relacionada aos meios formativos disponíveis, entre os quais se encontram as narrativas midiáticas. Estas narrativas difundem ideais de vida, felicidade, prazer, realização pessoal; o fazem sob a mesma lógica de produção e consumo que impera no campo econômico. Se em narrativas publicitárias, como os exemplos de propagandas aqui apresentados, é possível perceber que, pela interlocução de um objeto de consumo (refrigerante, carro, celular, etc.), se constrói uma re-significação e articulação de laços de felicidade, amizade, progresso, harmonia, temos em outras narrativas midiáticas a expressão de relações que poderiam também ser de consumo. Nesses discursos se desenham sutilmente aspectos ideológicos arraigados dessa cultura mercantilizada.

Os conteúdos manipulativos veiculados em determinadas narrativas midiáticas contribuem para o que se poderia chamar, em consonância com as proposições de Adorno, de entorpecimento dos sentidos. A nocividade desse entorpecimento sensorial causa danos à forma pela qual o indivíduo assimila o

mundo à sua volta e naturaliza no seu imaginário um modelo de organização social. Assim, processos formativos, com finalidades emancipatórias, são desmantelados em face deste comprometimento ideológico, que se presentifica no cotidiano pelo nível formativo dos meios disponíveis.

Ao naturalizar as contradições do meio social, o indivíduo também introjeta formas de violência e de decadência das necessidades morais estabelecidas. O indivíduo é engolfado por processos formativos em que a dimensão da singularidade e unicidade da formação humana se perde na dinâmica transitória e repetitiva da reprodução mecânica. Esse movimento pode ser comparado ao que Walter Benjamin (1994, p. 168-169), em seus estudos referentes ao processo de reprodução no campo das artes, denominou de perda aurática,

O conceito de aura é tratado de forma alegórica pelo autor para explicitar como a reprodutibilidade técnica no capitalismo industrial desintegra ou atrofia a existência única da obra de arte, substituindo-a por uma serial. Desse modo, propõe que as transformações contemporâneas da faculdade perceptiva sejam compreendidas a partir do declínio da aura, evidenciando que as causas sociais e históricas dessas transformações incidem também sobre os modos de vida.

Em suma, o que é a aura? É uma figura singular, composta de elementos espaciais e temporais: a aparição única de uma coisa distante, por mais perto que ela esteja. Observar, em repouso, numa tarde de verão, uma cadeia de montanhas no horizonte, ou um galho, que projeta sua sombra sobre nós, significa respirar a aura dessas montanhas, desse galho. Graças a essa definição, é fácil identificar os fatores sociais específicos que condicionam o declínio atual da aura. Ela deriva de duas circunstâncias, estritamente ligadas à crescente difusão e intensidade dos movimentos de massa. Fazer as coisas “ficarem mais próximas” é uma preocupação tão apaixonada das massas modernas com sua tendência a superar o caráter único de todos os fatos através da sua reprodutibilidade (BENJAMIN, 1994, p. 170)

Narrativas inscritas nessa perspectiva carregam o caráter de transitoriedade e repetitividade. Embutidos em singelas mercadorias, os

atraentes discursos oferecem características padronizadas como símbolos de distinção e atrela a identidade em construção à produção industrial. Desse modo, as percepções coletivas se apropriam de estereótipos, de cópias, como imagens da realidade, ao passo que lhe trazem essa noção de proximidade e de vínculo com suas vidas.

Em seus estudos, Benjamin destaca a dimensão do cinema para essa questão de uma “realidade construída”, propiciada pelo desenvolvimento das técnicas de reprodução. As montagens de imagem configuram uma realidade “pura”, como se esta escapasse aos procedimentos técnicos, embora estas sejam essencialmente uma construção artificial.

Uma das funções sociais mais importantes do cinema é criar um equilíbrio entre o homem e o aparelho. O cinema não realiza essa tarefa apenas pelo modo com que o homem se representa diante do aparelho, mas pelo modo com que ele representa o mundo, graças a esse aparelho. Através dos seus grandes planos, de sua ênfase sobre pormenores ocultos dos objetos que nos são familiares, e de sua imaginação dos ambientes mais vulgares sob a direção genial da objetiva, o cinema faz-nos vislumbrar, por um lado, os mil e um condicionamentos que determinam nossa existência, e por outro, assegura-nos um grande e insuspeitado espaço de liberdade (BENJAMIN, 1994, p. 189).

Na atualidade, pode-se citar como formas narrativas atreladas a essa construção/reprodução do real pela técnica, além do cinema, que se transformou em uma grande indústria, comerciais e novelas televisivas e seriados que oferecem todo tipo de “solução” revestida de liberdade de escolha pessoal. A diferença entre o signo, ou seja, aquilo que representa alguma coisa, e a realidade se misturam nessas imagens técnicas (fotografia, cinema, televisão, internet), que se constituem como essência das narrativas contemporâneas.

Dentre as narrativas midiáticas disponíveis, as do gênero televisivo podem ser consideradas as de maior alcance e acesso ao público brasileiro.

De acordo com dados disponibilizados por estudos recentes,¹¹ o número de domicílios com TV no Brasil no ano de 2011 era de 54,2 milhões, o que corresponde a 95,1% dos domicílios brasileiros (em 1970 este dado correspondia a apenas 24%). Nesse universo de telespectadores estão 178,8 milhões de pessoas que assistem à TV aberta no Brasil, sendo que cerca de 49% são considerados da classe C e 21% da classe B. Este breve panorama estatístico demonstra, em linhas gerais, a ampla inserção da televisão no cotidiano das pessoas, logo, o amplo poder “semiformativo” que possuem as narrativas inscritas nesse meio.

Presente muitas vezes como único ou o mais acessível veículo de entretenimento, informação e diversão, a televisão não pode ser relacionada apenas como meio de comunicação. Sua influência, de acordo com Muniz Sodré (1977) na obra *O monopólio da fala*, não se deve apenas por suas particularidades tecnológicas, mas também à sua inserção como parte de um sistema de informação, pelo qual se opera a transmissão de ideologias que representam e mantêm um controle social. A veiculação de clichês e de formas de julgamento e apreensão da realidade empobrece a possibilidade de uma experiência formativa mais consistente. Assim, os veículos de massa, apesar de possuírem um caráter modernizador, seus conteúdos produzidos e disseminados nas narrativas midiáticas têm um teor arbitrário que não facultam a reciprocidade nos discursos.

Destarte a extraordinária capacidade informativa dos meios de comunicação, servindo, muitas vezes, de instrumento para manifestação e representação de determinadas classes; o poder de informar não representa em essência o poder de educar e esclarecer as pessoas. Pelo contrário, a eficácia da dominação apontada por Sodré (1977) está justamente na capacidade desses meios, em especial a televisão, de ocultarem o controle que exercem sobre os pensamentos e desejos. Os apelos a uma postura consumista se processam por meio de uma linguagem de viés pessoal e

¹¹ Os dados sobre o panorama da mídia no Brasil podem ser consultados nos sites do IBOPE, IBGE e Mídia Dados, nos quais se encontram pesquisas dos anos de 2010 e 2011. Os dados citados que relacionam a televisão e a população no Brasil estão disponíveis em <<http://www.gm.org.br/page/midia-dados>>. Acesso em 16 de fevereiro de 2012.

familiar. Essa linguagem expressa uma relação de comunicação fictícia, apresentando modelos de vivências como se fossem a tradução do mundo vivenciado pelo indivíduo.

Em suma, pode-se dizer que os conteúdos produzidos pela televisão, em suas diversas narrativas, formam um sistema de representações da realidade. Segundo Adorno (1995), no ensaio *Televisão e Formação*, este sistema colabora com a perpetuação de determinadas atitudes como corretas ou ideais, antes mesmo que estas sejam experimentadas na própria vida do indivíduo. Nesse sentido, a criação de representações estereotipadas conforma a própria TV como uma ideologia:

Em primeiro lugar, compreendo “televisão como ideologia” simplesmente como [...] a tentativa de incutir nas pessoas uma falsa consciência e um ocultamento da realidade, além de, como se costuma dizer tão bem, procurar-se impor às pessoas um conjunto de valores como se fossem dogmaticamente positivos, enquanto a formação a que nos referimos consistiria em pensar problematicamente conceitos como estes que são assumidos meramente em sua positividade, possibilitando adquirir um juízo independente e autônomo a seu respeito. (ADORNO, 1995, p. 80)

No excerto acima, Theodor Adorno (1985) ressalta o caráter ideológico da televisão cujos conteúdos evidenciam o lastro da estrutura capitalista e atuam com uma função (de)formativa sobre o nível de percepção dos espectadores. Todavia, a TV, assim como os demais meios de comunicação, não deve ser considerada como “entes” que se sobrepõem às massas como algo exterior a estas e sim como um elemento da realidade que é vivenciada, embora opere no ocultamento da consciência. A TV, portanto, possui um alto nível tecnológico, mas os conteúdos apresentados são tradicionais à medida que estão condicionados para a reprodução e manutenção da ordem social.

Entretanto, cabe ressaltar que ao se fazer uma crítica à produção televisiva não se está defendendo a extinção da TV, pois, o problema não reside na existência do veículo televisivo, mas no uso que fazem dele. Diante disso, corrobora-se com as reflexões de Adorno (1995) de que é preciso

aprender a ver TV, ou seja, adquirir a capacidade de reflexão sobre o que é apresentado, sem se iludir com seus conteúdos efêmeros e ideológicos. No caso das narrativas midiáticas é na leitura e compreensão de seus mecanismos de manipulação que se pode buscar essa postura crítica.

Para se entender a aceitação, gosto e sucesso de certas narrativas pasteurizadas, cujo exemplo clássico poderia ser as telenovelas, é preciso vislumbrar algumas peculiaridades da constituição dessa cultura mercantilizada no contexto brasileiro. As peculiaridades históricas fornecem dados importantes para se decodificar os aspectos ideológicos e de regressão social contidos nas narrativas contemporâneas. Ao localizar as narrativas a um contexto de formação, faz-se uma leitura dialética e que rompe com a ideia de inevitabilidade ou *continuum* histórico.

O caráter ou essência dialética do conceito de indústria cultural é compreendido como expressão do modelo capitalista de organização social, assumindo peculiaridades dos diversos contextos em que se desenvolve. Mostra-se, com isso, a própria capacidade desse sistema de fazer-se e refazer-se sob diversas circunstâncias históricas e, por isso mesmo, que carrega um componente de tutela, que se estende pelo mundo. O que se deseja enfatizar é que este movimento dialético entre local-global se articula em um sistema de manipulação cultural.

Essa versatilidade do capitalismo de se estabelecer como um modelo de organização social pode ser observada no estabelecimento do que ficou conhecido como o período de modernização no Brasil. Este processo pode ser compreendido pela mudança do modelo de Estado agrário-exportador para o modelo urbano-industrial que se consolida na década de 1950. Após a segunda guerra mundial, o Brasil vive um intenso processo de industrialização e acelerada urbanização. Esse processo de modernização vincula-se ao desenvolvimento dos meios de comunicação de massa (rádio, imprensa, televisão e cinema), que contribuíram para a construção de uma “cultura nacional”. As rápidas transformações se refletem na construção das novas formas de consumo e nas práticas de sociabilidade.

As conexões e diversidades da sociedade brasileira, nesse movimento

de modernização, podem ser verificados, por exemplo, pela produção do cinema que, principalmente entre o fim da década de 50 e meados dos anos 70, tem uma rica produção. Em meio ao industrialismo e intensa urbanização dos grandes centros, os filmes também apontam as mudanças de valores e hábitos de consumo produzidos por esse contexto. Uma incursão sobre uma das narrativas fílmicas produzidas nesse período ajuda a traçar um paralelo com a leitura de formas narrativas atuais, como as telenovelas.

O filme *São Paulo: sociedade anônima* (1965), de Luis Sérgio Person, por exemplo, narra a história do personagem Carlos, jovem de classe média que se junta a um rico empresário do setor automobilístico de São Paulo. O emprego permite ao personagem uma rápida ascensão social, proporcionando-lhe uma vida confortável. No entanto, Carlos se mostra sempre insatisfeito e, muitas vezes, indiferente à realidade que lhe cerca. O ápice do filme é quando Carlos decide dar uma reviravolta em sua vida e abandona tudo (família, emprego, compromissos) para recomeçar.

A estória de São Paulo S/A se desenvolve no contexto de crescimento urbano, industrialização nacional e criação da burguesia nas grandes cidades. O cenário é a cidade de São Paulo que vive os impactos das transformações sociais e econômicas do período de implantação da indústria automobilística. A insatisfação do personagem Carlos com a vida aponta a crise dos valores da nova burguesia, caracterizado por um vazio existencial.

No livro *Capitalismo tardio e sociabilidade moderna* (2009), de João Manuel Cardoso de Mello e Fernando Novais, pode-se verificar as nuances dessa sociedade em formação. Segundo Mello e Novais a cidade é considerada um pólo atrativo que oportuniza melhores condições de vida e emprego. Em diferentes graus e escalas pode-se dizer que a modernização desse período proporcionou, de um modo geral, melhoria nas condições de vida de todas as camadas sociais, embora isso não signifique a diminuição das desigualdades sociais.

Movimento de uma configuração de vida para outra: da sociedade rural abafada pelo tradicionalismo para o duro mundo da concorrência da grande cidade, ou para o mundo

sem lei da fronteira agrícola; da pacata cidadezinha do interior para a ida já um tanto agitada cidade média ou verdadeiramente alucinada metrópole. Movimento, também, de um emprego para outro, de uma classe para outra, de uma fração de classe para outra, de uma camada social para outra. Movimento de ascensão social, maior ou menos, para quase todos. (MELLO & NOVAIS, 2009, p.24)

No início do filme, Carlos trabalhava em uma indústria automobilística como inspetor de qualidade das peças. Em suas atribuições de negociar a compra de peças com fábricas de auto-peças ele acaba sempre facilitando para que um “amigo” seja o fornecedor principal e em troca recebe comissões pelos contratos. Quando esse esquema é descoberto, Carlos acaba despedido e, ao pedir empréstimo ao “amigo” Arturo, este o convida para ser gerente de sua fábrica. A tentativa de “subir rápido na vida” propiciada pela troca de emprego se pauta em relações utilitárias. Nota-se que o vínculo entre os personagens Carlos e Arturo não é em si de amizade e sim utilitário à medida que um pode proporcionar ao outro a satisfação de seus interesses econômicos.

Ao observar o filme para além da estória oficial, vislumbra-se a caracterização das desigualdades que se articulavam na grande metrópole. Tais articulações mostram de um lado o progresso e ascensão da camada empresarial e, do outro, a miséria e subalternidade das camadas inferiores que buscavam alcançar, ainda que de forma precária e ínfima, os frutos da expansão industrial.

Em outra passagem do filme, na qual Arturo e Carlos estão reunidos com suas famílias numa viagem de fim-de-semana, apresenta-se os pensamentos de Carlos sobre a figura de seu patrão e “amigo”, e sobre sua própria existência:

[...] Agora você pode descansar nos fins-de-semana como sugeria a publicidade dos jornais. Não temos ainda o apartamento à beira-mar, mas podemos fazer nosso filho respirar o ar puro do campo. Arturo é o grande exemplo que você toma. Tudo que você deseja na vida é que eu seja como ele. Arturo é bom. Arturo é rico. Massacra seus operários, rouba o quanto pode. Tem grandes e desonestas ambições. Mas Arturo é um exemplo: veja como trata seus filhos, só quer

o bem para eles. Fazer sua família feliz: tudo que Arturo deseja.

Os pensamentos se desenvolvem em torno de um jantar farto, em que a família está reunida e conversa alegremente, demonstrando felicidade e satisfação. Apresentam-se os novos valores da vida burguesa expressos na constituição familiar. Conforme Mello & Novais (2009, p.43), nesse período embora a casa continue a ser o centro da existência social, os laços familiares não são mais regidos pela tradição e sim pela ascensão individual. O trabalho é o meio de obtenção do conforto material e da inserção no circuito do consumo.

Observa-se também mudanças nas instituições sociais como o casamento e nos papéis sociais do homem e da mulher. O casamento como escolha individual ganhava preponderância; triunfava a ideia do amor romântico. Os cônjuges podiam ser escolhidos de acordo com as preferências e sentimentos, e aos pais ficava o papel de orientar os filhos e filhas para não fazerem escolhas precipitadas.

Essas mudanças de valores e os ideais que se buscavam com o casamento ficam expressos na cena em que a personagem Luciana é pedida em casamento por Carlos. A fala de Luciana revela valores e desejos imperantes na nova classe média; o próprio fato dela se posicionar frente ao pai e ao futuro marido já demonstra as mudanças em curso. Vejamos a transcrição de um trecho do diálogo entre Carlos e Luciana nessa cena do filme:

- **Luciana:** *Estou contente que Carlos tenha vindo hoje. Ele sabe bem o que eu espero da vida e do casamento; sabe como eu sou. Tudo que quero é uma vida digna para nós. Sempre achei ridícula essa ideia de que pra ser feliz basta o amor e uma cabana. Não. Desse modo seria injusto botar filhos no mundo, pra quê?*

- **Carlos:** *Luciana, não precisa mencionar tudo isso agora. Sabe que estou numa boa posição, que estou ganhando bem.*

- **Luciana:** *Precisa sim, me deixa falar. Carlos, eu quero*

ser uma boa esposa para você, quero ser tua companheira nos bons e nos maus momentos também. De você o que eu exijo é apenas uma grande dose de compreensão e que exista entre nós um respeito mútuo. Se for assim eu acho que a gente vai ser feliz. Eu espero que seja assim.

Conforme apontam Mello & Novais, nota-se que o ideal de felicidade individual se faz presente com mais profundidade na mentalidade da mulher. A questão é que no bojo de uma sociedade em que os valores e a moral passam a guiar-se pelos padrões de consumo, a felicidade é muitas vezes confundida com a utilidade.

Carlos, em dado momento da narrativa, é questionado sobre o porquê casou-se e como resposta justifica que foi por “preguiça de escolher”, como também foi a escolha do emprego. Sua posição expressa a introjeção sob outro ponto de vista dos valores da “modernidade”. Encerrado num processo de trabalho mecânico e impessoal, transfere-se esses valores para a esfera afetiva, cujas decisões e atitudes são mais uma peça para o funcionamento das engrenagens da vida.

O personagem Carlos é introspectivo e ao longo do filme demonstra um olhar cansado e indiferente durante suas constantes caminhadas pela cidade. Indiferença aos mendigos que pedem esmola, às crianças de rua, às casas precárias e favelas que se formam. Essa característica de Carlos traduz, em certa medida, um sentimento geral do habitante da metrópole, cuja rotina diária massacra a percepção do “outro” e naturaliza a dinâmica social, bem como suas contradições.

A fuga de Carlos, ou seja, o momento em que ele abandona filho, esposa, emprego é o clímax dessa narrativa fílmica. Suplantado pelo vazio da existência, frente ao suicídio de uma antiga amiga e amante após a morte do marido, Carlos resolve “fugir” e recomeçar uma nova vida. Isso demonstra a crise da burguesia nesse contexto de expansão econômica e ascensão dos valores consumistas. O homem como aparato da maquinaria se vê absorvido

pelo ritmo reificado da própria vida social e não apenas na esfera do trabalho:

Os valores capitalistas – a ideia de liberdade entendida como escolha desembaraçada da tradição e de obstáculos externos à manifestação da vontade, isto é, a concepção “negativa” de liberdade; o postulado de que cada indivíduo é capaz de ação racional, de calcular vantagens e desvantagens ajustadas à realização de seus interesses materiais ou de seus desejos, isto é, o *homo economicus* utilitário; o pressuposto de que a concorrência entre indivíduos formalmente livres e iguais acaba premiando cada um segundo seus méritos e dons; o princípio de que o jogo dos interesses individuais leva à harmonia social e ao progresso sem limites, isto é, de que o mercado é estruturador da sociedade e o motor da história – podem se impor graças à sua funcionalidade para o desenvolvimento econômico (MELLO & NOVAIS, 2009, p.44)

Desse modo, pode-se dizer, que Luis Sérgio Person, ao retratar a época de ouro da modernização do Brasil, apresentando as mudanças, sobretudo culturais, da sociedade já demonstra a crise dos valores burgueses frente a essas transformações frenéticas. Aponta o que Mello & Novais (2009) denominam de “vácuo moral” da sociedade brasileira: os valores modernos de cidadania, igualdade, educação republicana, igualdade real, autonomia etc., não imperaram em nossa sociedade. O caráter utilitário do desenvolvimento capitalista ultrapassou a esfera da reprodução material e instalou-se nas relações sociais.

Portanto, ao se propor uma reflexão sobre os mecanismos manipulativos que se ocultam nos conteúdos das narrativas contemporâneas, é preciso levar em conta essa constituição. Esta crise dos valores modernos pode ser evidenciada em outras narrativas midiáticas que vinculam também as relações consumistas que se solidificaram na atualidade. No interior deste veio consumista estão presentes ainda estereótipos de amor, de sucesso, de relacionamento, de sofrimento, de felicidade etc. que se condensam nas narrativas.

Em desenhos, filmes ou novelas pode-se perceber que o enredo enfatiza sempre a defesa da estrutura de poder e da forma de organização social estabelecida. O desfecho que culmina em um final feliz se dá pela manutenção

dessa ordem que havia sido ameaçada. Nesse contexto é que as formas estereotipadas ganham consistência no imaginário social à medida que reitera sempre que a felicidade, o sucesso, o prazer se realizam por ações que vão nessa ou naquela direção.

Enredo típico dessa disputa de poder, que oculta na verdade a disputa do próprio capital, pode ser vislumbrado atualmente, por exemplo, na novela *Fina Estampa* da Rede Globo, que está sendo exibida desde agosto de 2011 no horário das vinte e uma horas. A trama central conta a história da portuguesa de origem pobre, Griselda Pereira, que sobrevive fazendo serviços de reparos domésticos na vizinhança onde mora. A personagem é mostrada como uma mulher simples, honesta, trabalhadora, e que preza pelos valores éticos e morais, sobretudo, familiares. Griselda tem como centro de suas preocupações o bem-estar de sua família, que é formada por três filhos e um neto: Quinzé (e seu filho Quinzinho), Antenor e Amália.

Os filhos, assim como a mãe, almejam melhorar de vida, sendo que Quinzé e Amália se amparam nessa possibilidade através do trabalho, e Antenor busca seus sonhos futuros investindo na faculdade de medicina. Diferente dos irmãos, Antenor é ambicioso e sente vergonha de sua família pobre, principalmente da mãe, que por sua ocupação e aparência “desleixada” e masculinizada é conhecida como “Pereirão” ou “marido de aluguel”. O núcleo oposto tem como figura central a personagem Tereza Cristina de Velmont, rica, de família nobre e fútil. Tereza Cristina é casada com o *chef* de cozinha René Velmont, e tem dois filhos: René Júnior e Patrícia. Tereza Cristina ocupa o tempo com formas requintadas de gastar dinheiro e é preocupada com a manutenção do *status* e honra o nome nobre da família. René é grato à esposa por esta ter custeado seu curso de culinária na França e a abertura do restaurante *Le Velmont*. O filho caçula, René Júnior, encarna o adolescente controlado pelos pais que busca ter suas primeiras conquistas amorosas. Patrícia é estudante de psicologia e apesar dos gostos requintados não tem a personalidade esnobe e dondoca da mãe. A ligação entre as duas famílias é o namoro entre Antenor e Patrícia. Por vergonha de sua condição e consciente de que a futura sogra Tereza Cristina jamais aprovaria um namorado pobre

para a filha, ele inventa ser de família nobre e oculta que Griselda é sua mãe, inclusive da namorada. Sua mentira é descoberta no jantar de noivado na casa da família Velmont, onde a mãe, Griselda, aparece para revelar a verdade. Este acontecimento dá o estopim para o ódio e desprezo da *socialite* para com a família da “marido de aluguel”. A reviravolta na novela acontece quando Griselda se torna milionária e ascende ao mundo requintado e luxuoso da rival, mostrando, porém, que seus valores não são perdidos e sim fortalecidos. Disposta a destruir a família de Griselda, Tereza Cristina se revela uma mulher fria e mau caráter, capaz de todo tipo de armação e crimes para liquidar os que julga serem seus oponentes.

Em meio à discussão sobre aparência e caráter, sobre a preservação dos valores familiares, éticos e morais frente à corruptibilidade do dinheiro que a novela procura levantar, é possível vislumbrar lastros ideológicos que vão além do suposto retrato das mudanças nas condições de vida e características da população brasileira nos últimos anos. O par, Tereza Cristina e Griselda, podem ser lidas como representantes da disputa de poder do capital (o velho e o novo). A vilã Tereza Cristina representa a velha ala do capital que quer salvaguardar seus direitos de elite. Griselda por sua vez faz menção ao que poderíamos chamar de nova classe média no Brasil, representando uma grande parcela que tem melhorado as condições de vida e passado a consumir cada vez mais. Trabalhadora, justa, honesta, Griselda pode ser considerada a guardiã da moral do capitalismo empresarial, com uma roupagem humana.

É possível identificar na trama certos questionamentos sociais que apontam para problemáticas e mudanças atuais, como a questão da fertilização *in vitro*, a violência doméstica ou mesmo o crescente número de mulheres chefes de família no Brasil. Pode-se perceber ainda a questão da ampliação do acesso ao ensino superior por camadas antes excluídas, como o personagem Antenor, que cursa medicina, e o empreendedor de sucesso, como a personagem Celeste que abre um restaurante com a ajuda financeira da amiga Griselda.

Figuram nesse tipo de narrativa folhetinesca uma visão estereotipada da realidade, no sentido de que esta se restringe ao nível da constatação factual,

não aprofundando as relações com os contextos em que se dão. Esta perspectiva de reflexão sobre o teor aliciante de tais conteúdos corrobora com os apontamentos de Fabiano (1999) sobre as formas *fetichizadas* desenvolvidas na produção e veiculação da cultura no contexto da sociedade industrial:

O nível de mensagem, aliciante e meramente identificatório, pobre em termos de transcendência sobre a temática apresentada, empobrece a percepção do espectador, que, ao se educar pelo estereótipo, reduz sua capacidade de ação consciente no mundo. O exercício reducionista da existência limitada ao factual, como já visto, é um exercício de conformismo, resultando numa estratégia ideológica de determinação do indivíduo a um espaço fixo. [...] A função dos estereótipos, nesse tipo de estética consumista, não é meramente enganar, mas conservar a estabilidade do sistema, assim tomado como ideal e natural e, portanto, verdadeiro e imutável (FABIANO, 1999, p. 155)

As visões estereotipadas guiam o encaminhamento das narrativas sempre para um final feliz, no qual os questionamentos sociais acabam por não serem restabelecidos ou relacionados à totalidade social. As oposições entre bem e mal, culminam na punição dos modelos a não serem seguidos e na preservação da solidez de caráter dos “mocinhos”. Quando algum personagem do núcleo “mal” escapa impunemente, este é colocado numa situação ambígua de que, de algum modo, foi vítima de uma situação maior que o tornou nefasto. Outras situações também podem levar um personagem mal a transcender para o lado do bem e redimir-se de seus pecados. O personagem Rafael de *Fina Estampa*, por exemplo, iniciou a trama como um rapaz desonesto e sem escrúpulos para alcançar suas ambições, acabou confessando seus crimes e se redimindo por amor à namorada Amália. Na construção de uma ambiguidade humana, com dúvidas, impasses e abalos de caráter, ocultam-se os tabus e tradicionalismos sociais que poderiam subverter a áurea realística dessas representações da realidade.

Em meio ao incitamento de sentidos e sensações humanas, como aponta Fabiano (p. 155, 1999), está o engodo e a manipulação que educa as massas ao conformismo e à adaptação aos princípios econômicos

estabelecidos. Este teor manipulativo pode ser desvelado, por exemplo, na centralidade da personagem Griselda de Fina Estampa que pode ser considerada a expressão dos mais de 94 milhões de brasileiros que compõem a classe média (da qual fazem parte a faixa populacional que ganha entre três e a dez salários mínimos). Dados de pesquisas oficiais, como o Censo de 2010, apontam que a classe C tem tido mais ganho financeiro e, conseqüentemente, tem ampliado seu poder de consumo, o que está relacionado a expansão econômica e geração de empregos com carteira assinada. Esta mesma classe tem seus valores assentados na família, como núcleo de confiança; as instituições públicas e os políticos são alvos da desconfiança e repúdio.

Entremeando os laços da indústria cultural, esse “novo” contexto que se desenha como uma atmosfera de progresso, ascensão social e econômica, imbuída de ética e moralidade, oculta a “velha” couraça do capitalismo. Deixa-se entrever, de um lado, a crise nos valores em que esta sociedade se assenta e, do outro, a permanência de valores gerenciais, da meritocracia e da competição. Griselda representa a “humanização” do capital, fazendo crer que desde que se conserve certos valores morais e éticos por parte do indivíduo, este modelo social pode ser bom, benevolente. Vide a generosidade da protagonista para com seus pares que é ampliada por seu poder econômico. O filho mais velho, Quinzé, se torna gerente da loja de materiais de concertos que a mãe abrirá, Amália ganhará uma loja própria para vender seus cosméticos. Ao filho Antenor, promete-se o melhor e maior consultório médico, mas só depois que este se formar.

Empreende-se uma verdadeira “revolução” na vida dos que a cercam, desde os filhos até amigos e vizinhos, em suma, todos que estão sob sua tutela podem usufruir dos frutos da sua vitória. Todavia, mostra-se que o poder econômico é generoso, porém justo, pois não deixa de “educar” aqueles que se desviam dos padrões ou que tentam anarquizar a ordem. As imposições estereotipadas, veiculadas por tais narrativas, alimentam uma relação mítica, como aponta Fabiano (1999, p. 157-158), pela qual o conhecimento transmitido não faz emergir a denúncia da ilusão a que estão submetidos.

De acordo com Fabiano (1999, 156), os superestímulos audiovisuais acabam despotencializando a capacidade do sujeito de apreender tais estímulos como experiência própria, vivenciando o comando alheio. Estas narrativas fogem à perspectiva benjaminiana de experiência coletiva como sendo aquela que integra o indivíduo à comunidade. A integração representada em tais narrativas se restringe a uma integração por laços que se entremeiam por um componente econômico. Nestas narrativas midiáticas as soluções se efetivam no plano privado, escamoteando a possibilidade de melhor vivência no coletivo e prática do bem comum.

Nesse contexto, a identidade fica fragmentada no sentido que o sujeito não se reconhece como constituído e constituinte do processo histórico. Logo, não nega sua condição de oprimido. A narrativa com seus embustes ideológicos, que ao mesmo tempo conforma o indivíduo a essa realidade administrada, também o determina como parte de um *continuum* histórico, que, conforme Fabiano (1999, p.159), justifica tanto o desenvolvimento social proporcionado pelo progresso técnico-industrial quanto os retrocessos gerados por este modo de organização social estabelecido. Prestando-se a elemento de coesão social, os mitos cultuados por meio de tais narrativas satisfazem a busca do lucro ao qual essa indústria do entretenimento se faz e se mantém.

O componente administrativo e totalitário de tais narrativas está no poder destas de reforçar o nível da falsa experiência social e a conseqüente naturalização deste modelo de organização social. Questões relacionadas à subjetividade, ou seja, ao entendimento do sujeito de si mesmo e de sua relação com o mundo social, acaba por se articular pela imposição de uma ordem alheia. Conforme já mencionado nas reflexões anteriores, nesse contexto em que imperam os valores capitalistas, o indivíduo é objetificado e desfigurado pelo pragmatismo reinante de sua condição de sujeito histórico.

O indivíduo é subsumido à cadência do lucro e da diversão banal, perpetuados nesse modelo de organização social como solidariedade, prestação de serviço, interesse público. Estes componentes imperam nas narrativas midiáticas, a exemplo disso estão tanto as telenovelas, que tratam de situações e dilemas do cotidiano, como programas com forte teor de auto-

ajuda e direcionamento da vida individual. A constatação dos pensadores frankfurtianos, Adorno e Horkheimer, reflete de maneira clara esse princípio de evidência da subjetividade para exercer sobre ela a eficiência do controle social:

O acaso e o planejamento tornam-se idênticos porque, em face da igualdade dos homens, a felicidade e a infelicidade do indivíduo – da base ao topo da sociedade – perdem toda significação econômica. O próprio acaso é planejado; não no sentido de atingir tal ou qual indivíduo determinado, mas no sentido, justamente, de fazer crer que ele impere. Ele serve como âlibi dos planejadores e dá a aparência de que o tecido de transações e medidas em que se transformou a vida deixaria espaço para relações espontâneas e diretas entre os homens (ADORNO e HORKHEIMER 1985, p.121).

As reflexões de Adorno e Horkheimer (1985) sobre a indústria cultural, nesse momento da discussão, são pertinentes à medida que trazem aportes teóricos que clarificam as sutilezas da cooptação ideológica presente nesses discursos. As relações diárias com seus problemas, dilemas, anseios se frustram com as formas estereotipadas produzidas pela mídia. O cotidiano se torna tão naturalizado quanto as soluções, dramas e enredos apresentados nas narrativas. O acaso como elemento messiânico para a solução de problemas e para a realização de sonhos, desejos e prazeres se torna a esperança frente à criminalidade crescente, aos baixos salários, à corrupção, o estresse do trânsito etc.

Numa sociedade racional, os ideais de democracia, liberdade e igualdade acabam, pois, subvertidas em mitos: a celebridade instantânea; o sortudo que vence um torneio de perguntas; o talento musical descoberto no concurso; o “escolhido” que terá a casa/carro reformado. Em suma, sobram exemplos que exploram a ideia da solução pelo divino acaso e esvazia-se o processo civilizatório que o nível do desenvolvimento tecnológico disponível poderia promover. O logro ideológico está na negação da própria possibilidade de emancipação, que pelo aceite dessa “liberdade”, dessa “esperança” prometida, nega a si, a própria libertação.

Se nas narrativas midiáticas o enfoque, a administração das sensações

e sentimentos, dada pelo aparato tecnológico, permitem captar a ilusão de uma espontaneidade nas relações que se perderam na aridez do dia-a-dia, esse mesmo arsenal de tecnologia oferece opções de auto-ajuda para solucionar a perda desse brilho e magia que seduzem nos enredos folhetinescos. Programas televisivos como “Super Nanny” ou “Esquadrão da Moda”¹² são exemplos de uma série de narrativas de auto-ajuda disponíveis na atualidade. Nestas narrativas, o foco central é fornecer respostas práticas para lidar com situações e problemas da vida pessoal.

Super Nanny ensina como pais em geral “emocionalmente desestruturados”, diz o site do programa na internet, devem educar seus filhos indisciplinados. O programa, que se apresenta como uma prestação de serviço, retrata a cada semana o cotidiano de uma família que solicitou socorro para sua vida caótica. O encadeamento da narrativa segue a mesma ordem: mostrar em primeiro lugar a situação-problema, em seguida a chegada da educadora que começará um trabalho de intervenção, depois a evolução familiar após a aplicação da “receita” educativa e, por fim, a harmonização do lar que culmina numa família satisfeita e feliz.

O Esquadrão da Moda, por sua vez, é um programa voltado para o público feminino e tem como foco principal ensinar as participantes a se vestirem bem com dicas de moda dada por especialistas. A mulher a ser transformada é inscrita por algum familiar ou amigo em segredo, e esta é filmada escondido para mostrar toda a inadequação de seu (mau) gosto em vestuário. O vídeo é exibido posteriormente para a “vítima” num momento inusitado e de surpresa, onde se revela que esta está participando do programa. Após tomar consciência da pecaminosidade de suas vestimentas (e se livrar delas!), receber dicas de “estilo” e “elegância”, a mulher ganha 10 mil reais para reestruturar o guarda-roupa, seguindo as regras de moda que lhe foram ensinadas. Todo o processo de transformação é marcado pela promoção dos “parceiros” (lojas, maquiador, cabeleireiro etc) que contribuem com essa

¹² Super Nanny e Esquadrão da moda são versões brasileiras, exibidas pela emissora SBT, de programas da TV norte-americana e inglesa, respectivamente. Estes programas fazem parte do gênero chamado *reality show*, ou seja, retratam acontecimentos que são “fruto da realidade”, com pessoas e histórias reais e não com personagens de um enredo ficcional.

“operação-salvamento”. Com a transformação completa (cabelo, roupas e maquiagem), a mulher está com a auto-estima recuperada e pronta para se re-inserir ao convívio dos familiares e amigos.

Destaca-se que nos dois programas os problemas são solucionados em uma semana; nada poderia ser mais alentador numa sociedade que exige respostas cada vez mais rápidas em virtude das exigências do mercado. Todavia, o que aparece como orientação para fortalecimento da subjetividade, oculta na verdade os mecanismos de ajustamento do indivíduo ao sistema. Tanto o tutorial para educar as crianças quanto a cartilha da elegância preservam em sua essência os valores gerenciais como guia para as atitudes humanas. As narrativas estão focadas na concretização de resultados rápidos e eficazes, buscando uma otimização do tempo, inclusive para lidar com as relações pessoais.

As soluções não encontradas no círculo de relações e experiências cotidianas são buscadas, mesmo que sem consciência dessa compensação, nesses conteúdos aligeirados que são disponibilizados por meio de tais narrativas. A passividade, o entorpecimento, a revolta, aceitação ou o culto diante das dicas de moda e para educação dos filhos, dos sucessos musicais, dos crimes bárbaros, da sedução da personagem da novela e da musa do carnaval, preenchem as vivências exauridas pelo ritmo diário do processo produtivo. Essas formas estereotipadas de comportamentos, valores, sentimentos e maniqueísmos midiáticos concretizam ainda que no plano da fantasia as necessidades e aspirações humanas.

O elemento consumista desses conteúdos se afirma na forma como atitudes próprias se confundem com a sutileza das imposições representadas em tais narrativas. Do mundo dos sonhos das telenovelas para a realidade dos *reality shows* a diferença está apenas na montagem das narrativas, pois ambas expressam formas de orientar autoritariamente as condutas humanas. A inculcação desses conteúdos de entretenimento adapta a percepção e as atitudes diárias a se conduzirem tal qual no processo de produção: de forma adaptativa, calculada e pragmática.

Todavia, a relação que se estabelece com os conteúdos narrativos é

inversa, aparentemente, à relação de produção. Se no processo produtivo o indivíduo se aliena do seu trabalho, tendo uma relação de estranhamento e distanciamento para com o que ele mesmo produz, com as formas de entretenimento disponibilizadas pela indústria cultural se transmite a sensação de identificação e integração. Porém, essas formas de entretenimento acabam por impedir a própria vivência do entretenimento, porque estes vão mais além do que disponibilizar opções de diversão e distração. Ao disponibilizar conteúdos de modo espetacularizado, ou seja, que chamam e prendem a atenção pelos exageros, pela ênfase e exaltação reiteradas cansativamente, essas narrativas midiáticas reproduzem uma maneira consumista de interação social.

A descoberta do segredo maligno da vilã do folhetim do momento, o julgamento de um crime bárbaro, os melhores momentos do desfile de carnaval, são anunciados e repetidos inúmeras vezes na programação televisiva. São ainda anunciados em revistas e acompanhados em tempo “real” ou reprisados via sites da internet. Os sentidos são constantemente excitados a estarem atentos e conectados à uma falsa experiência social. A falsidade está no ocultamento daquilo que não se expõe no interior dessa exposição exagerada, ou seja, a perpetuação de uma vivência esvaziada dos sentidos de da prática da sociabilidade e respeito à individualidade como princípios para o bem comum.

A música ouvida no volume máximo, o lixo espalhado pelas ruas, a fumaça de cigarro que impregna ambientes fechados ou com aglomeração de pessoas, entoam o quanto cada um é tão livre e tão limitado à si mesmo. E nessa limitação, ao que é supostamente a redoma e universo de liberdade inviolável do indivíduo, se presta a ser o comando de uma sociedade que naturaliza suas formas de dominação. A forma rápida e pragmática de entender e resolver problemas é, ao contrário do progresso e emancipação prezados pelo desenvolvimento deste sistema, a perda da reflexão que resulta da mentalidade instrumental que se apoderou da denominada razão moderna.

A formação humana no sentido de reflexão sobre as condições que organizam e estabelecem este modelo de sociedade é, portanto, comprometida

pelos ajustes sociais que a indústria cultural promulga e articula. Essa forma de cultura massificada perpetua a lógica da mercadoria que se funde à lógica pragmática com a qual os indivíduos retroalimentam valores incorporados pelos direcionamentos estereotipados. No campo de produção da indústria cultural é possível observar que a lógica da mercadoria necessita cada vez menos de se apresentar como um objeto sólido ou uma presença concreta, ou estável. Nesse domínio do fetiche da mercadoria, os conteúdos das narrativas midiáticas oportunizam que o valor de troca ofusque cada vez mais o valor de uso. Ou seja, as necessidades humanas são relegadas ou submetidas ao intermédio de uma mercadoria, nesse caso, de mercadorias culturais, que são expressas na ampla gama de estereótipos disponibilizados.

O empreendedor de sucesso, a sensualidade cinematográfica, o conquistador viril são “comprados” nos personagens de uma telenovela, nos participantes de um reality show ou na fruição de uma música de sucesso do ídolo do momento. A consciência é danificada, pois, pela lógica mercantil que se assenta nessas formas imediatistas e consumistas de apreender valores que configuram a identidade. O consumo desses bens culturais se apresentam também como um meio de educar, de formar o indivíduo em sociedade, mas esta é uma semicultura (*Halbbildung*) à medida que alimenta a exclusão da reflexão como princípio da emancipação.

Desse modo, é que se pode entrever no plano da indústria cultural a disseminação de discursos de tendência popular que se prestam a processos eficientes de manipulação da subjetividade fragilizada em termos formativos. É possível notar, por exemplo, em certas músicas de sucesso (Luan Santana, Paula Fernandes, Gustavo Lima, Michel Teló¹³) o culto a um mesmo padrão de relacionamentos amorosos, uma visão de mundo restrita ao plano da vivência imediata e do consumo do outro.

Situações como esta podem ser observadas, por exemplo, pelo sucesso

¹³ Estes são alguns exemplos de artistas brasileiros cujas músicas têm amplo reconhecimento entre o público na atualidade. As músicas dos artistas citados foram anunciadas entre as mais tocadas nas rádios e mais pesquisadas na internet em 2011, vide portais de sites como UOL, VAGALUME, Terra, Band FM, Hot100Brasil, que mostram que o sucesso se mantém nesse primeiro trimestre de 2012.

da música *Ai seu eu te pego*, do cantor sertanejo Michel Teló, que alcançou reconhecimento a nível internacional, ganhando inclusive uma versão em inglês (*Oh, If I Catch You*). De acordo com a reportagem¹⁴ do jornal *Folha de São Paulo*, em versão virtual, a música foi o primeiro lugar em vendas na loja virtual *iTunes*, em países como Portugal, Itália, Espanha, Argentina, Chile, Colômbia e Peru. No *site Youtube*, o clipe da música já tinha atingido no fim de dezembro de 2011 mais de 94 milhões de visualizações, sendo considerado o recordista entre as músicas brasileiras no *site*. Por ter despontado no mercado da música internacional, o artista teve o sucesso e reconhecimento comparado ao de Carmem Miranda pela revista norte-americana de economia e finanças *Forbes*¹⁵. A letra breve que fala atitudes de conquista e sedução numa festa foi lançada em julho de 2011 e há mais de sete meses ainda continua no topo das paradas musicais:

*Nossa, Nossa, Assim você me mata
 Ai, se eu te pego
 Ai, meu Deus, seu eu te pego
 Delícia, delícia
 Assim você me mata
 Ai se eu te pego
 Ai meu Deus, se eu te pego
 Sábado na balada
 Todo mundo começou a dançar
 E passou a menina mais linda
 Tomei coragem e comecei falar (...)*

O estereótipo do conquistador e o clichê de diversão para o final de semana são elementos centrais da letra dessa narrativa. Esta é uma entre tantas canções que expressam um modelo de diversão e a valorização de um tipo de comportamento: a fugacidade dos relacionamentos, as paixões de uma noite, o descompromisso, os laços fluídos, as relações restritas a um tempo e local determinados. A cultura mercantilizada daí resultante dissimula uma

¹⁴ Está reportagem foi feita pela jornalista Iuri de Castro Torres e publicada em 25 de dezembro de 2011 no caderno “Ilustrada” da versão virtual do jornal Folha de São Paulo. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/1025329-michel-telo-alcanca-fama-internacional-com-ai-se-eu-te-pegou.shtml>>. Acesso em 1º de fevereiro de 2012.

¹⁵ Notícia disponível em: <<http://exame.abril.com.br/estilo-de-vida/arte/musica/noticias/forbes-compara-sucesso-de-michel-telo-ao-de-carmem-miranda>>. Acesso em : 1 de fevereiro de 2012.

intencionalidade ideológica ao explorar como prazeroso e bom tão somente aquilo que se manifesta tal quais esses modelos reproduzidos midiaticamente.

Divertir-se significa estar de acordo. Isso só é possível se isso se isola do processo social em seu todo, se idiotiza e abandona desde o início a pretensão inescapável de toda obra, mesmo da mais insignificante, de refletir em sua limitação o todo. Divertir significa sempre: não ter que pensar nisso, esquecer o sofrimento até mesmo onde ele é mostrado. A impotência é a sua própria base. É na verdade uma fuga, mas não, como afirma, uma fuga da realidade ruim, mas da última idéia de resistência que essa realidade ainda deixa subsistir. A liberação prometida pela diversão é a liberação do pensamento como negação (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, p. 119)

É oportuno retomar nesse ponto as reflexões de Adorno e Horkheimer (1985) formuladas na *Dialética do Esclarecimento*, porque estas demonstram esse comprometimento cultural que se perpetua na atualidade. A diversão administrada de que se fala é o enquadramento em comportamentos e sensações sempre iguais. A liberdade de escolha se reduz a escolher sempre o mesmo. Se no campo da diversão se administram sentidos que sejam condizentes com a estrutura padronizada do sistema de produção, não se educa para o diferente. Acostuma-se à mesma sonoridade, como também se acostuma às violências que impigem o indivíduo no dia-a-dia.

O comprometimento da percepção do indivíduo está em que este acaba absorvendo os conteúdos ideológicos, como banalidade, como um discurso descompromissado. Mas, se atentarmos para a própria mobilização da mídia em torno dos ícones de sucesso, nota-se como se organiza todo um sistema de representação que não se dá sem intencionalidade. A vida do astro contada como a vida do espectador, tão igual e tão distante, histórias que poderiam ser a de qualquer cidadão e a de nenhum. Para cada caso combina-se a ideia do acaso ou do planejamento como motores para o sucesso. Como afirmam Adorno e Horkheimer (1985, p. 121), se qualquer um pode se tornar um engenheiro e ser bem-sucedido, a sociedade não precisa ter responsabilidade ou compromisso de investir previamente em ninguém. As fichas para ganhar ou perder são dadas a todos, logo, responsável é tão somente quem não joga

adequadamente.

Destaca-se, dessa forma, que a negatividade desencadeada por essas narrativas está no modo de seus conteúdos contribuem com a anulação da diferença e comprometimento da capacidade de perceber o diferenciado. No entanto, apontar e julgar que as mensagens das mídias são superficiais não basta para tecer críticas e construir possibilidades de formação mais consistentes. Lúcia Santaella (1996), em *Cultura das Mídias*, enfatiza a importância de se refletir sobre a multiplicidade de elementos sógnicos que compõem as mídias, relacionando intrinsecamente processos comunicativos e culturais. A comunicação de massa atinge uma multiplicidade de receptores espalhados em diferentes campos geográficos e sociais, tomados homogeneamente, sem distinção. Por outro lado, a comunicação de massa se compõe por uma diversidade de processos que misturam as informações que escapam a um controle total das mensagens veiculadas.

As mensagens com suas características fluídas e transitórias, ao mesmo tempo, acabam mesclando diversas formas de cultura (erudita, tradicional, popular, moderna), movimentando e dinamizando as relações entre diferenciadas espécies de produção cultural. A questão é que os avanços tecnológicos, ao passo que ampliam o acesso e armazenamento de múltiplas informações importantes à vida contemporânea, o ocultamento da intencionalidade ideológica dessas produções não pode ser descartada. Sua negação ou negligência são fatores que alicerçam processos sociais regressivos.

Portanto, o modo como as mensagens se articulam é tão importante quanto aquilo que elas dizem. Uma foto de jornal anunciando uma peça de teatro, imagens de um ataque terrorista mostradas na TV, as cenas de paixão entre os protagonistas de uma novela, são a representação da realidade. O enfoque dado pela edição e produção das mesmas é que orienta as sensações e apreensão da narrativa. Por isso, devem-se levar em conta as diversidades de efeitos e sentidos psicofísicos, perceptivos e cognitivos que as mensagens produzem para se compreender essa realidade que se apresenta e se representa no cotidiano e que, ao mesmo tempo, não é o real em si na esfera

das relações sociais.

Por mais física e quimicamente perfeito que possa ser o registro de um objeto, situação ou aquilo que chamamos de realidade, este registro não é a realidade. [...] Esses registros são, portanto duplos. E, diante desses duplos, a realidade é aquilo que continuamente escapa, recua, escorrega. [...] Por outro lado, enquanto esses duplos podem ser reproduzidos e reencenados indefinidamente (é esse o caráter primordial da imagem técnica), o objeto do registro, o objeto da representação, ou seja, a chamada realidade, por ser aquilo que foi capturado e congelado no flagrante do registro, é justo aquilo que não pode ser repetido, que ficou para trás e, como tal, já morreu (SANTAELLA, 1996, p. 62).

O signo revela o objeto em maior ou menor grau, mas o signo não é o objeto. O signo não pode ser a realidade, mas faz se passar por ela. Todavia, se entre o signo e aquilo que ele representa abre-se uma “fissura da diferença” é, no caso das narrativas, nessas fissuras que devemos buscar evidenciar possibilidades de mudança. Portanto, desconstruir os discursos das narrativas vigentes é uma possibilidade para se compreender, primeiramente, que essa lógica de mercantilização cultural é uma construção histórica, da qual somos constituintes e constituídos. Assim, parafraseando Santaella (1996, p.170), do mesmo modo que as palavras adquirem novos sentidos, quando se deslocam de um contexto para outro, também os objetos, informações, narrativas encontram nos usos, inevitavelmente contextuais, a constituição de seus significados.

Por meio da ponte entre a subjetividade do indivíduo e o mundo social que é construída pela mediação sógnica das narrativas é que a identidade individual encontra aportes para se (de)formar. A indústria cultural é, nesse contexto, não apenas sustentáculo da ideologia dominante, ela é uma representação dos mecanismos de manipulação que se desenham na contemporaneidade. As narrativas se inscrevem como mediadores dessa lógica de dominação social, ao trazerem em seus conteúdos estereótipos comportamentais que, apesar de representarem formas de amor, amizade, solidariedade, acabam por ocultar uma moral social degradada e esvaziada de valores necessários ao convívio e prática do bem comum. Perpetuam-se

formas narcísicas e egoístas de formação individual.

A alienação social na atualidade está diluída de tal forma que se expressa não por uma repressão direta, soturna e proibitiva. Nas expressões de pseudo-liberdade é que se passa a ocultar a dominação, isso quer dizer que é pelo imperativo do “sim”, da permissividade, da concessão, que hoje se solidificam formas de dominação e de barbárie social. A manipulação dos sentidos humanos se dá justamente pela incorporação de valores e comportamentos que, à primeira vista, parecem não atingir as vivências. Não é, pois, no nível do imediato, do instante que se ouve uma música que banaliza a sexualidade, que imediatamente se apodera do indivíduo uma personalidade autoritária, machista e preconceituosa.

Todavia, em um contexto cultural em que se reproduzem narratividades que cultuam tais discursos alienantes, estes valores e comportamentos passam a figurar como naturais no imaginário social. Por isso são construções históricas, pois estão intrinsecamente relacionadas à ordem social em que se desenham. Dessa forma, os conhecimentos produzidos, ao serem transmitidos de forma aligeirada e vazia, tal como nas narrativas aqui citadas, fazem com que a cultura ao invés de ser democratizante se torne massificante.

Há, nesse sentido, uma contradição que estrutura a própria produção cultural na atualidade. Ao mesmo tempo em que se amplia o acesso aos bens culturais, oculta-se a perpetuação de injustiças e comportamentos barbarizantes que são contrários aos princípios democráticos que se cultuam. O problema está na forma com que os conhecimentos produzidos nessa era tecnológica são transmitidos, pois a despeito dos avanços dos meios tecnológicos, produz-se também em larga escala regressão social.

Cultivar um olhar desnaturalizante sobre as narrativas midiáticas vai de encontro com o exercício dialético proposto por Adorno e Horkheimer, no que tange à reflexão sobre a massificação cultural na contemporaneidade. Ao lançar um olhar negativo, ou de negação, sobre os conteúdos culturais de tais narrativas, é que se desvela o fetichismo contido em tais discursos. Quando Walter Benjamin (1994) afirma, em seu ensaio *O narrador*, que a experiência (*Erfahrung*) tem se perdido na modernidade, é por conta dessa dinâmica

descartável, que se transpõe dos objetos às relações humanas. Tal como as mercadorias, as experiências são rapidamente consumidas e, com mais velocidade ainda, descartadas para serem substituídas por outras, tão fugazes quanto às velhas.

A controvérsia dessa cultura industrializada não está no seu compromisso com a diversão e o entretenimento, mas na maneira como os conteúdos acabam sendo simbolizados pelo indivíduo. As formas de diversão descompromissada também são um momento das vivências que congregam o contexto diário de luta pela sobrevivência. Desse modo, faz todo sentido que esta produção cultural disponível também forme, ou conforme, o indivíduo para a ordem social estabelecida, atuando nos momentos de lazer e distração. Tais conteúdos passam a fazer parte do mundo individual e social porque representam o que é objetivamente vivenciado no dia-a-dia, mas é uma falsa experiência.

Viabilizar a possibilidade de esclarecimento desse processo, onde os mecanismos de manipulação legitimam a ordem social, se caracteriza dentro dessa perspectiva de reflexão teórica como uma atitude educacional voltada à emancipação. Uma postura pedagógica crítica diante da atual crise educacional não se sustenta, nesse sentido, pelo discurso messiânico de que é preciso esclarecer a consciência alienada e obscurecida das massas. Uma atitude emancipatória, portanto, está contida no dismantelamento dos conteúdos ideológicos que naturalizam as condições de injustiça, barbárie e opressão social.

4.3 Formação e emancipação: fissuras necessárias à educação contemporânea

A atividade considerada como tipicamente humana diz respeito à forma como os homens interagem entre si e com o mundo circundante. Essa interação é denominada de trabalho, ou seja, diz respeito à ação que exercem

para transformar a natureza na garantia de sua sobrevivência; criando e recriando o mundo humano, ou seja, da cultura. Em diferentes sociedades e épocas, os homens elaboram formas de manutenção e reprodução desse mundo. Dentre as várias formas de transmissão e sistematização do conhecimento, a educação assume uma dimensão formativa importante na solidificação dos valores que historicamente os homens socialmente produzem.

A educação pode se dar, por exemplo, pela vivência cotidiana; no contato com o mundo e as pessoas à sua volta; pode ser através da experiência vivida, o que é o caso dos saberes transmitidos pelos mais velhos; e através do saber sistematizado, ou seja, a educação escolar. Nesse contexto, as narrativas midiáticas oferecem conteúdos culturais que também incidem sobre a formação social na atualidade e, conseqüentemente, atuam como meios formativos. Assim, a indagação que se coloca para a questão relativa à educação e o seu papel social nesse contexto estão na busca de condições para se questionar criticamente o modelo de organização social derivado da racionalidade técnica que impregnou a sociedade como um todo.

Na atual conjuntura, cabe indagar como promover uma formação autônoma que congregue a função da escola com os desafios da educação contemporânea. Na Lei de Diretrizes e Bases da Educação Brasileira de 1996, é apontada como finalidade principal da educação proporcionar o pleno desenvolvimento do educando, prepará-lo para o exercício da cidadania e qualificá-lo para o mundo do trabalho; o que significa que a educação escolar teria a “missão” de transmitir os saberes formais e os valores cultivados em uma sociedade democrática. O âmbito legal e institucional demonstra que o papel da educação formal ainda carrega o desafio projetado desde os primórdios da modernidade, a saber, fornecer conhecimentos tanto para o desenvolvimento individual, quanto para a manutenção da vida social.

Na consolidação da escola pública brasileira é possível destacar alguns marcos históricos que demonstram a inserção nesse debate global sobre o papel da educação formal. A partir da década de 1910, o Estado brasileiro começa a orientar-se pelas concepções capitalistas vigentes no mundo ocidental; isso traz uma perspectiva de mudança no trato à educação. A elite

começa a pensar a educação como um meio civilizatório para a formação humana, porém a responsabilidade de efetivá-la cabe a iniciativa privada. Essa preocupação tem a ver, também, com a chegada dos imigrantes (italianos, alemães etc.) que trazem influências das concepções do papel da educação que tinham em seus países.

Na década de 1920, surge o primeiro movimento organizado, chamado Escola Nova, que defende um ensino livre, laico e gratuito. Esse movimento é composto por membros da elite, que defendem ideais liberais e o modelo de organização escolar norte-americano; eles pensam a educação como um grande projeto nacional que institua um sistema público de ensino, indo em oposição aos ensinos regionais. A educação começa a ser vista, portanto, como uma política pública e um direito que deve ser gerido pelo Estado.

Observa-se, nesse contexto, uma oposição ao ensino ligado à Igreja e uma tentativa de rompimento com este. Segundo os preceitos vinculados à Igreja, a educação é um direito e uma responsabilidade da família (restringe-se ao âmbito privado) que deve passar conhecimentos religiosos para a formação humana. Os chamados intelectuais da educação do movimento da Escola Nova, como Anísio Teixeira, defendiam uma educação desvinculada de valores, sendo esta um dever do Estado. Dever-se-ia, segundo os escolanovistas, transmitir conhecimentos científicos para a formação do povo.

A crítica de Anísio Teixeira ao ensino brasileiro incide sobre o caráter seletivo que este possuía, no sentido de que, tal como instituída, a educação não proporcionaria uma cultura básica para a população e nem levaria em conta as diferentes individualidades. O principal objetivo da educação brasileira deveria ser o de proporcionar uma estabilidade social, através de uma educação de base comum, e, posteriormente, ascensão social por um ensino plural (ensino médio) que dependeria daí das capacidades individuais de cada um. Assim, a preocupação, nesse período, é construir uma nova cultura nacional e a educação é o meio transformador desta.

Em contrapartida a essa ideia da educação como elemento de coesão social e de formação, temos, posteriormente, os debates críticos de Florestan Fernandes (1966) sobre os pioneiros da institucionalização da educação

brasileira. Para Florestan as reformas propostas pelos intelectuais que compunham a Escola Nova não se efetivaram porque não se apoiaram em autênticas forças sociais, desse modo a estabilidade e coesão social propostas não se consolidaram pela criação de uma base educacional comum.

Ao considerar a sociedade como uma grande estrutura e um espaço de conflitos, Florestan Fernandes vê a educação como um valor social que apesar de transformador, não é tudo, pois se encontra em construção. Para a educação cumprir seu papel construtivo, ela precisa, segundo Fernandes, estar inserida na vida em comunidade para fazer sentido aos indivíduos. O autor mostra, desse modo, uma crítica aos valores tradicionais da educação, que desvincula a formação educacional da vida prática e liga-se à idéia de status social, mas que não cumpre seu papel civilizatório e de transformação, no sentido que o indivíduo saiba se relacionar com o ambiente à sua volta.

Esse debate político e ideológico sobre a institucionalização da educação é percebido na própria Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional de 1996, que estabelece que a educação escolar deve vincular-se ao mundo do trabalho e à prática social, constituindo-a como um dever da família e do Estado. A finalidade da educação, como já assinalado, se expressa pela *qualificação para o mundo do trabalho e o exercício da cidadania*.

Conforme Zélia Leonel (2006), em *Tendência atual da História da Educação*, a escola pública que surgiu no século XIX como resposta à crise do modo de produção capitalista, ao ter essas duas funções supracitadas, tem como objetivo *“dar continuidade ao processo de acumulação de riquezas”* e *“conter os problemas derivados da degradação social e das lutas sociais que acompanham todo o processo”* (p.54). Assim, a promoção do trabalho e da cidadania apontam a contradição inerente ao tipo de organização social que se estabeleceu.

Essa dupla finalidade de educar o indivíduo para reproduzir sua existência material, com seu próprio trabalho, e conservar, como cidadão, a organização social na qual ela ocorre, é conflituosa. Ao cindir o indivíduo entre o que é bom para si e o que é bom para o outro, de tal forma que o primeiro garante o êxito individual e o segundo está em contradição com o

primeiro, expressa a natureza da contradição social, que nunca foi tão conflituosa como nesta fase da drástica redução da força global de trabalho. (LEONEL, 2006, p. 55)

A autora aponta para a discussão sobre como na atualidade, à medida que se tem cada vez mais desenvolvimento tecnológico, necessita-se cada vez menos de força de trabalho. Desse modo, o discurso de manutenção da sociedade e promoção do progresso social pelo trabalho não se sustenta nos dias de hoje. A degradação social que se buscava combater pela inserção do indivíduo no mundo do trabalho, tem hoje outras fontes, ou melhor, a estrutura de produção que gerou essas condições tornam os seres humanos cada vez mais descartáveis no processo de trabalho.

A cidadania, por sua vez, torna-se um conceito problemático numa sociedade em que a igualdade formal e a desigualdade material “saltam aos olhos”. Segundo Leonel (2006, p. 63), a formação do cidadão hoje se insere num contexto de perpetuação cada vez maior do privado em detrimento do público. A redução do número de empregos acompanha-se do afrouxamento dos laços sociais que eram cultivados pelo trabalho. Fazem-se mais necessárias as virtudes do cidadão, no entanto as condições de vida em que se está imerso solapam tais virtudes, juntamente com o trabalho.

Diante dessa conjuntura, atesta-se a importância em se refletir sobre o caráter dicotômico que a escola assume na atualidade: seu papel institucional de preparar para o mundo trabalho e para a vida social (ser cidadão) contrasta com uma estrutura embotada pelos impactos da razão instrumental. Tal contradição é inata à própria estruturação da sociedade contemporânea, intrinsecamente marcada pela impessoalidade, rapidez e superficialidade nas relações num ambiente cada vez mais tecnocrático e mercantilizado.

Todavia, não se pode perder de vista que a incorporação de tecnologias como instrumentos pedagógicos são avanços significativos na educação. O uso de novas tecnologias tem sido incorporado às escolas, por exemplo, através de laboratórios de informática e de salas de aulas equipadas com aparelhos de TV e DVD; ambientes virtuais de produção de materiais didáticos pelos professores e de formação docente continuada (esses são exemplos de

projetos implementados nos últimos anos pela Secretaria de Educação do Paraná).

A escola, nesse sentido, parece acompanhar as mudanças tecnológicas ao inserir esses recursos com finalidade educativa. Pode-se até fazer crer que a promessa iluminista, de que o desenvolvimento da técnica promoveria o desenvolvimento humano, tem encontrado caminhos para se efetivar. Por outro lado, também não é possível olhar o cotidiano escolar sem notar que o desenho da realidade não é tão colorido. A fluidez e rapidez das mídias contrastam com uma vivência escolar embotada pelo processo de mercantilização da educação e precarização do trabalho docente.

As facilidades e sedução tecnológicas das mídias têm estado cada vez mais presentes no cotidiano dos alunos, seja via conteúdos televisivos ou virtuais. Nesse ambiente, problemas de indisciplina, posturas preconceituosas, desinteresse pela formação são cada vez mais acirrados. A própria mídia noticia inúmeros casos de violência de alunos contra alunos e professores, de depredação dos prédios escolares, dos baixos índices de desempenho educacional. Essa realidade não é senão produto da violência enraizada no modo de organização social vigente, que se perpetua por práticas de massificação cultural.

Os impasses e embotamentos que circunscrevem a escola na atualidade podem ser verificados nas próprias narrativas midiáticas, que apresentam formas estereotipadas em que se inscrevem situações ligadas ao cotidiano escolar, como por exemplo, o folhetim *Malhação*¹⁶. Os noticiários televisivos são preenchidos também, vez ou outra, com fatos espetacularizados do cotidiano escolar. No início do ano de 2010, por exemplo, a mídia televisiva mostrou uma situação polêmica gerada pelo uso das chamadas “pulseiras eróticas”. Segundo as informações correntes em alguns países da Europa, como a Inglaterra, os jovens utilizariam essas pulseiras em festas como uma

¹⁶ *Malhação* é uma série adolescente brasileira, produzida e exibida pela Rede Globo desde 24 de abril de 1995. Nesse ano de 2012 a série está na sua 20ª temporada. Os enredos giram em torno de questões relacionadas ao universo jovem, como por exemplo, início da vida sexual, o relacionamento e conflito, com os pais e com os amigos, e as dúvidas em relação ao futuro profissional. A partir de 1999, a série passou a ter como foco de suas histórias situações que se desenvolvem a partir do cotidiano de um colégio.

espécie de brincadeira: se a pulseira é arrebetada a pessoa que a utiliza deve cumprir o que a cor da mesma indica (os significados vão desde um abraço à prática de atos sexuais).

No Brasil o uso dessas pulseiras se espalhou entre adolescentes e crianças, inserindo-se também no cotidiano escolar. A polêmica assinalada girou em torno de que com tal acessório os jovens estariam incentivando (ainda que ingenuamente) possíveis abusos sexuais por se exporem através das cores das pulseiras utilizadas. A discussão veio à tona depois que foi noticiado o caso de uma adolescente, da cidade de Londrina no Paraná, que teria sido obrigada por alguns garotos a práticas sexuais depois de ter a pulseira que usava arrebetada numa brincadeira. A Secretaria de Educação do Paraná se pronunciou e proibiu o uso do artefato nas escolas. Aos pais, professores e responsáveis orientou-se que coibissem a prática da mesma forma.

Debates como o exemplificado acima acabam restritos à superficialidade de engendrar medidas de coerção para se combater um problema que tem raízes assentados numa estrutura social que produz um indivíduo alienado. Por detrás dos discursos de resgate da moral que essa situação gerou se coloca a questão, por exemplo, da erotização infantil e da sexualidade precoce que podem ser considerados problemas da contemporaneidade.

Quando se culpabiliza o indivíduo por sua condição sem considerar as condições que o geraram, tira-se da sociedade a responsabilidade por uma formação consistente. No caso das pulseiras, por exemplo, os discursos de contorno moral se sobrepuseram a um debate mais consistente sobre os fatores que na sociedade tem gestado comportamentos irracionais e barbarizantes.

A esse questionamento, se mostram pertinentes as considerações de Theodor Adorno em *Educação após Auschwitz* (1986) que atentam para o fato de a educação desencadear na inconsciência dos homens a necessidade da reflexão sobre as condições históricas que propiciaram episódios de barbárie social. De acordo com o pensador frankfurtiano, a permanência das condições históricas que gestaram e embalaram episódios como os de Auschwitz são capazes de fazer ressurgir formas de reprodução de barbáries não menos

aterradoras, talvez mais sutis que as vivenciadas no horror nazista. No universo da semicultura, como já observado na questão do comprometimento formativo, é que se cultiva na sociedade condições históricas totalitárias sob as quais Auschwitz foi possível.

É necessário observar que a atualização de Auschwitz não se refere apenas ao momento histórico de sua realização, mas a uma reflexão constante sobre o processo de reificação a que a vida humana fora relegada na supremacia da racionalidade técnica herdada pelo conceito de progresso proposto pela modernidade. O processo de consciência a que Adorno se refere, portanto, está inserido nesse contexto dialeticamente tenso, entre alienação cultural, formação e superação.

Não creio que ajudaria muito apelar para valores eternos, ante os quais precisamente os que são propensos a tais crimes limitar-se-iam a encolher os ombros; não acredito tampouco que o esclarecimento sobre qualidades positivas das minorias perseguidas pudesse ser de grande valia. [...] Torna-se necessário o que, sob este prisma, já denominei “volta ao sujeito”. Deve-se conhecer os mecanismos que tornam os homens assim, que os tornam capazes de tais atos. Deve-se mostrar esses mecanismos a eles mesmos e buscar evitar que eles se tornem assim novamente, enquanto se promove uma conscientização geral desses mecanismos (ADORNO, 1986, p.34-35)

As contribuições da Teoria Crítica, nesse sentido, articulam a necessidade de se buscar na análise das relações cotidianas e na reformulação das práticas pedagógicas novas possibilidades formativas. Esta postura de reformulação deve visar à reconciliação das promessas do iluminismo (*Aufklärung*) de promover a autonomia, em conjunto com os avanços tecnológicos, de modo a desnaturalizar o engodo da racionalidade técnica, através da qual um modelo de dominação social tem se efetivado.

As preocupações de Adorno no ensaio *Educação após Auschwitz*, anteriormente citado, são a de demonstrar a sutileza dos mecanismos de alienação cultural na sociedade tecnológica, cujos aspectos de barbárie ainda não são evidentes. Os mecanismos de controle social, pelos quais processos totalitários desse porte se reproduzem, são “naturalizados” por meio de

condutas falsamente civilizatórias. Adorno (1986) observa que as estruturas e características que promoveram o horror emblemático de *Auschwitz* ainda são as mesmas que estruturam a atual ordem social.

A sociedade atual, caracterizada pelo princípio da informação e do conhecimento imediatizados, cada vez mais se integra ao processo de globalização que se expressa, por exemplo, pela diminuição da relação tempo-espaço proporcionada pelos avanços tecnológicos nos meios de comunicação. Em contrapartida, observa-se uma acentuação de tendências desagregadoras entre os indivíduos, que acabam por desarticular a identidade no sentido de referência para entender a si como sujeito e a noção de pertencimento social:

Do ponto de vista sociológico, eu ousaria acrescentar que, nossa sociedade, embora se integre cada vez mais, incuba simultaneamente tendências desagregadoras. Essas tendências desagregadoras sob a superfície da vida civilizada organizada têm progredido extremamente. A pressão do geral predominante sobre toda a particularidade, os indivíduos e as instituições individuais tende a desintegrar o particular e o individual juntamente com sua capacidade de resistência. Com sua identidade e com sua capacidade de resistência, os homens perdem também as qualidades graças às quais ser-lhes-ia possível opor-se àquilo que, a qualquer momento, possa atraí-los para o crime. Talvez nem sequer consigam resistir, quando lhes é ordenado pelos poderes constituídos que voltem a praticar a mesma ação, desde que tal aconteça em nome de quaisquer ideais, nos quais nem precisam acreditar. (ADORNO, 1986, p. 35).

Tornar conscientes os mecanismos que motivam e naturalizam ações irracionais resultantes da racionalidade técnica é o que se desenha como tarefa do esclarecimento (*Aufklärung*) como alternativa de oposição à barbárie. Desse modo, uma educação para a emancipação deve contribuir efetivamente com o desenvolvimento humano, permitindo que os avanços tecnológicos possam ser compartilhados pela coletividade.

Todavia, em consonância com as proposições teóricas de Theodor Adorno (1986, p.36), atesta-se que o cultivo de vínculos sociais baseados na lógica da mercadoria dessa sociedade tecnológica não melhora a situação da humanidade. Estes vínculos, gestados no nível da superficialidade, não

possuem mecanismos que engendrem laços de solidariedade efetiva entre os indivíduos. A educação termina por reproduzir o processo repetitivo e mecanizado do mundo do trabalho. A transmissão de conhecimentos promove uma dependência de preceitos, um estado de heteronomia, que não contesta as situações de barbárie da sociedade:

A imagem da educação pela dureza, na qual muitos crêem irrefletidamente, é basicamente errada. (...) Aquele que é duro contra si mesmo adquire o direito de sê-lo contra os demais e se vinga da dor que não teve a liberdade de demonstrar, que precisou reprimir. Esse mecanismo deve ser conscientizado, da mesma forma como deve ser fomentada uma educação que não mais premie a dor e a capacidade de suportá-la. Em outras palavras, a educação deve dedicar-se seriamente à idéia que não é em absoluto desconhecida da filosofia: que não devemos reprimir o medo.” (ADORNO, 1986, p.39).

A educação pela dureza não combate, nem contém a violência e sim impõe uma ordem autoritária. A rigidez encontrada no processo educacional não se refere a práticas autoritárias de repressão direta sobre o indivíduo como ocorreu, por exemplo, no período da ditadura militar no Brasil. Esta também não está isenta das raízes de barbárie social. Uma educação pela dureza é, antes, como assinala Adorno (1986, p.41) a produção de uma consciência coisificada que aceita as condições a que se está submetido nesse sistema social como dadas.

As reflexões até aqui elaboradas, sob a perspectiva dos teóricos frankfurtianos, atestam a permanência de meios formativos reprodutores de uma educação que privilegia os processos mecanicistas que colaboram com a propagação de uma cultura de caráter mercadológico e efêmera. O descompasso que se evidencia nos processos formativos é o cultivo de uma consciência que toma o processo tecnológico como natural e a sujeição dos laços sociais a uma irracionalidade técnica. O principal problema da transformação da cultura em mercadoria não está, portanto, somente na estruturação das relações pela lógica do consumo e sim na dissolução da capacidade de reflexão crítica do indivíduo sobre si e sobre sua realidade e do

cultivo de laços sociais mais consistentes.

A reflexão acerca dos meios formativos se faz premente à medida que as diversas esferas sociais, como a escola, tem se transformado em palco para a propagação de diversos tipos de violência: ideológica, física, social. A segregação de valores e legitimação das diferenças sociais se objetivam no acirramento de violências e atitudes irracionais, travestidas de princípios democráticos e liberdade individual.

O ocultamento das contradições pode produzir no imaginário social a naturalização e perpetuação destes mecanismos de dominação que poderiam ser extintos pelos avanços que a capacidade humana foi capaz de atingir nesses últimos séculos. A reflexão sobre a atuação dos mecanismos de formação ideologicamente comprometidos, que legitimam tais processos de dominação social, adquire importância social ultrapassando as conjecturas teóricas.

A atualidade das formulações da Teoria Crítica está contida na proposta de cobrar a realização das promessas do iluminismo de desenvolvimento humano pelo progresso técnico. Conforme Wolfgang Leo Maar, no prefácio do livro *A indústria cultural hoje*, o conceito de indústria cultural elaborado por Adorno e Horkheimer não se reduz à capacidade de especificar e explicar aspectos da realidade. A indústria cultural é a práxis social que reproduz o capital, pois, parafraseando Leo Maar, suas dimensões não se restringem ao que é veiculado diretamente nos bens culturais, mas também ao modo, à organização e sua medida no processo de apreensão do sujeito.

Em sua gênese, a categoria analítica elaborada pelos pensadores frankfurtianos clarifica os mecanismos que obscurecem e manipulam a imposição da estrutura social vigente. Na apreensão conceitual-terminológica do termo emerge a possibilidade de interromper a integração, continuidade e totalização que o decurso da indústria cultural promove ao naturalizar a irracionalidade objetiva do real. Ou seja, ao negar a verdade que não se efetiva no existente, o conceito de indústria cultural apresenta uma perspectiva dialética de compreensão da realidade. Ao desvelar a existência contraditória do objeto, como aponta Wolfgang Leo Maar, “o conceito dialético também

contempla o momento de verdade que o existente boicota”, contribuindo para “restaurar a possibilidade de uma sociedade humanizada” (DURÃO, 2008, p. 8).

A sociedade hoje traz outras exigências para a compreensão desse movimento, pois os elementos de negação vislumbrados no período de surgimento do conceito de indústria cultural ruíram em sua maioria. A contradição inerente ao sistema encontra-se suspensa no próprio dinamismo da indústria cultural, que edifica e solidifica a ideia de que o indivíduo só se realiza no interior dessa sociedade integrada. Nesse sentido, a necessidade objetiva de transformação do real não se impõe na atualidade, haja vista que os processos de formação social acabam por articular a subjetividade do indivíduo à própria reprodução material do sistema. O conceito formulado pelos pensadores frankfurtianos se mostra inovador na atualidade por subsidiar o questionamento dos mecanismos que impossibilitam o rompimento dessa ordem social:

Em outras palavras: o que hoje se apresentaria como “conceito” de indústria cultural requer, com urgência, uma reflexão crítica acerca de si próprio. Nessa reflexão, deverão se entrecruzar o conceito e a práxis social correspondente, para que se possam retomar – e silenciar – as experiências a que o termo remetia em sua origem. É evidente que a “reflexão” crítica não basta: há que se apoiar na subjetividade que se efetiva numa práxis social real. O que há de inovador no tema da indústria cultural é precisamente a necessidade objetiva da prática social na cultura: se o fetichismo da mercadoria implica uma regressão da audição, é necessário reforçar a experiência do ouvir, praticar uma nova sensibilidade, escovar a contrapelo (DURÃO, p.9, 2008).

A aparência de esclarecimento que a semicultura aloca na constituição do sujeito objetiva uma consciência de “ser esclarecido”, sem de fato sê-lo, é uma prática social corrente. A indústria cultural obstruiu a experiência social e é nessa constatação que se faz premente revitalizar a captura da ideologia que o conceito cunhou enquanto possibilidade de acesso à verdade. Ou seja, o desafio contemporâneo que se coloca às abordagens da Teoria Crítica, é renovar a compreensão do trajeto que leva à “reificação da práxis social como

integração” (DURÃO, 2008, p.10).

Nesse sentido, a mediação entre o arcabouço original da Teoria Crítica e a realidade presente se faz pertinente para promover fissuras que desestabilizem as “experiências” da indústria cultural que incidem sobre a constituição de identidades. Portanto, uma formação para emancipação requer que o sujeito se reconheça como pertencente e participante do processo cultural produzido pela coletividade. Nesse sentido, a cultura é vista como uma força política que busca o entendimento da subjetividade humana e sua inserção no processo da formação histórica.

A crítica como mero denunciismo dessas condições não dá conta de compreender os elementos de regressão social que tem se enraizado na identidade dos indivíduos como formação social. Os bens da indústria cultural ao fornecerem aportes para a subjetividade, num viés consumista, são a expressão da lógica mercantil de organização social. Estas influências atingem consequentemente a escola, pois esta se localiza também nesse processo histórico de mercantilização cultural.

Daí a importância de uma educação para a cidadania, que consiga se efetivar em meio às práticas consumistas e fluidas que privilegiam primordialmente a “satisfação” individualista. A compreensão dos elementos (de)formativos das narrativas consolidadas na era das tecnologias da informação deve levar em conta que o consumo nos discursos atuais aparece como fator agregador, ou seja, de inclusão nas diversas esferas sociais. Desse modo, a construção de identidades passa a se relacionar também com a posse de determinados produtos e bens culturais, deslocando o desempenho da cidadania em direção às práticas de consumo.

Enquanto as formas de participação e inserção social construírem uma memória coletiva que sustenta-se no consumir rapidamente o máximo de bens e relações que se puder, a formação voltada para o exercício da cidadania, no sentido de cultivo dos princípios democráticos, será uma frágil quimera. Assim, diante de um mundo exterior guiado pela razão instrumental viabilizar a “[...] reconstrução do espaço público, hoje em dia cada vez mais deserto, onde homens e mulheres possam engajar-se numa tradução contínua dos interesses

individuais e comuns, privados e comunais, direitos e deveres” (BAUMAN, 2005a, p. 163) é tarefa urgente.

A necessidade de defesa da autonomia individual contra os abusos do domínio público, empunhada como bandeira na gênese da modernidade, já não encontra alicerces nessa sociedade do consumo. Diante do esvaziamento da noção de espaço público, revela-se que, conforme as reflexões de Zygmunt Bauman (2008), no livro *A sociedade individualizada*, a tarefa da Teoria Crítica enquanto resistência pedagógica é a de reconciliar os interesses privados com a ideia de pertencimento social.

Existe uma fenda larga e crescente entre o compromisso dos “indivíduos *de jure*” e suas chances de se tornarem “indivíduos *de facto*”: estar no controle do seu destino e fazer as escolhas que eles realmente desejam. É dessa lacuna abismal que emanam os mais venenosos eflúvios que contaminam as vidas dos indivíduos contemporâneos. E a brecha não pode ser preenchida apenas pelos esforços individuais nem pelos meios e recursos disponíveis dentro da “política da vida”. Construir uma ponte sobre essa fenda é um questão política. Podemos dizer que a lacuna apareceu e cresceu junto por causa do esvaziamento do espaço público, e particularmente da ágora, esse espaço intermediário público/privado onde a “política da vida” se encontra com a Política com “P” maiúsculo, onde os problemas privados são traduzidos em questões públicas e onde são buscadas, negociadas e estabelecidas soluções públicas para questões privadas (BAUMAN, 2008, p. 139).

A fissura entre a formação massificada e a resistência emancipatória pode ser encontrada numa postura pedagógica pela desbarbarização da vida danificada. É possível, nesse sentido, fazer um diálogo entre as reflexões a respeito das narrativas midiáticas e os postulados de Bauman (2008) sobre a degradação do espaço público. Bauman aponta que o espaço público se tornou uma espécie de palco para standardização dos problemas e questões privadas. Os conteúdos das narrativas midiáticas demonstram justamente essa privatização do espaço público, reiterando formas estereotipadas de uma individualidade regulada pela vivência solitária. Este indivíduo *de jure*, como pontua Bauman (2008, p.140), encontra nesse espaço público privatizado o “respaldo” de que os obstáculos e derrotas que se desenham no cotidiano são

uma responsabilidade eminentemente individual.

Educar contra esses mecanismos barbarizantes é demonstrar os elementos regressivos que a viabilizam e que estão contidos em certas narrativas. Cabe à educação evidenciar e refletir sobre as formas de violência às quais estamos submetidos na sociedade, as quais impossibilitam a prática educativa enquanto exercício do pensamento como reflexão crítica. Essa é uma via para se desemaranhar o sujeito de práticas de reificação e lhe proporcionar investimentos culturais que possibilitem a superação de processos alienantes.

5 CONCLUSÃO

As questões levantadas neste trabalho tiveram como objetivo central apresentar algumas reflexões sobre o modo como determinadas narrativas midiáticas interferem na formação do indivíduo ao comprometerem a constituição de sua identidade. Nesta proposta de reflexão as narrativas midiáticas, entendidas enquanto instrumentos de formação social, são compreendidas numa conjuntura tecnológica cuja lógica sustenta uma racionalidade instrumental na sociedade que compromete a assimilação de uma experiência compartilhada. O pressuposto teórico-metodológico utilizado para articular as reflexões desenvolvidas refere-se às contribuições dos pensadores frankfurtianos, especialmente nos ensaios críticos de Max Horkheimer e Theodor Adorno sobre o conceito de indústria cultural, semicultura (*Halbbildung*) e esclarecimento (*Aufklärung*); e de Walter Benjamin sobre os conceitos de experiência (*Erfahrung*) e vivência (*Erlebnis*).

Estas categorias de análise elaboradas na perspectiva da Teoria Crítica subsidiaram o entendimento sobre como os processos de produção de significados e sentidos sociais, e, logo, de formação, se articulam à dinâmica de produção e reprodução material. Para tanto, a compreensão das raízes histórico-sociais que configuraram essa realidade se tornam fundamentais à medida que revelam não apenas a caracterização de um modo de produção material que se impõe como modelo de organização, mas, sobretudo, a não realização das promessas do Iluminismo (*Aufklärung*) em seus princípios de emancipação humana.

Nesse sentido, o desenvolvimento técnico e científico como característica determinante da sociedade contemporânea transpõe a sujeição ditada pelo ritmo de trabalho industrial a outras dimensões da vida cotidiana, inserindo-se nos processos de formação. Enquanto reflexo objetivo da irracionalidade da razão instrumental que alicerça a sociedade, a indústria cultural alastra seus conteúdos ideológicos para o interior dos meios formativos. Fragmentada, a dimensão formativa fica comprometida pelos

produtos da indústria cultural. A educação, enquanto possibilidade de gestar conhecimentos que atuem como fator de mudança social, se converte em etapa do processo de alienação.

As experiências inscritas nessa lógica de ocultamento das contradições e das possíveis fissuras dessa ordem social se tornam fragmentadas e desconexas. A indústria cultural gesta, através de seus bens, a produção de uma falsa experiência social à medida que inculca conteúdos ideológicos de manipulação e conformação a essa ordem social estabelecida. O conceito de experiência (*Erfahrung*) entendido como o cultivo de relações comunitárias, pelas quais o indivíduo se reconhece como pertencente e participante do processo histórico, é degradado pela massificação cultural. Surge um novo conceito de experiência, oposto ao de *Erfahrung*: o de vivência (*Erlebnis*). A vivência é voltada para a vida do indivíduo particular, da sua existência no plano privado, na qual a história comum é substituída pela história de si mesmo.

Desse modo, o questionamento proposto não se dá pela crítica ao desenvolvimento tecnológico; este na verdade incide sobre a organização do modelo social vigente, no qual a lógica industrial de produção e fragmentação do processo de trabalho se transpôs para a cultura (campo do fazer-se humano). As narrativas construídas sob este prisma fornecem elementos para a construção de uma identidade fragilizada, contribuindo com a constituição de hábitos sociológicos irracionais. O indivíduo se preenche quantitativamente, mas não elabora interpretações que ampliem sua visão de mundo, de entender-se no mundo. Neste sentido, a concretização da irracionalidade dessa formação se traduz na naturalização de conteúdos sociais regressivos, caracterizados por estereótipos, pela repetitividade autoritária, por um consumismo reificado e pela passividade diante das contradições sociais.

Refletir sobre as interferências da indústria cultural como processo semiformativo (*Halbbildung*) na vida social implica compreender a cumplicidade desse tipo de cultura com a lógica do mercado e sua função ideológica de reprodução das instâncias mais abrangentes da sociedade capitalista na atualidade. A prática educativa se constitui, na perspectiva adorniana, numa

ação crítica que propõe resistência ao comprometimento formativo que se impinge no processo mercantilização da cultura. A intervenção nesse processo está no tencionamento das convenções ideológicas, nas quais a indústria cultural atua reduzindo os bens culturais ao culto do espetáculo e do entretenimento.

A indústria cultural integra e administra o comportamento social se incrustando como parte integrante das necessidades simbólicas dos indivíduos. O princípio civilizatório de uma dimensão cultural mais autêntica se degenera em processos de dimensões culturais esvaziados desse sentido, para reduzir-se a uma dimensão de diversão e lucro cuja finalidade é subsumir o sujeito à lógica do mercado de que se constitui a totalidade dessa forma de organização social. Nesse sentido, verificou-se o modo como os conteúdos veiculados pelas narrativas midiáticas disseminam níveis de regressão social que comprometem a exigência interna dos indivíduos. Exigência essa que está atrelada ao entendimento do mundo, à consciência de si e do outro, e por meio da qual podem exercitar sua autonomia tanto no plano individual quanto coletivo.

A fissura que se abre nessa estrutura embotada por um pragmatismo ideológico se edifica na desnaturalização deste processo de banalização cultural que, obstruindo as possibilidades emancipatórias do alto nível tecnológico dos meios, sustenta um empobrecimento do processo civilizatório da sociedade. Promover uma discussão crítica sobre a interferência da indústria cultural nos processos educativos se mostra fundamental num momento histórico em que a *mídia* tem assumido um papel formativo contundente na sociedade. Nessa perspectiva, os conteúdos teóricos articulados pela Teoria Crítica se colocam como importante instrumento de análise das formas de manipulação cultural veiculadas pela mídia e como possibilidade de construção de práticas educacionais capazes de lidar com as linguagens alienantes e de dominação que educam o imaginário social da atualidade. Aos educadores se revela, pois, ser tarefa urgente refletir sobre os processos comunicativos interligados à formação social, no qual se encontram imersos interações imediatistas e padronizadas, permitindo ao indivíduo, muitas vezes, perceber as contradições, mas não questioná-las.

A partir das contribuições teórico-metodológicas de Theodor Adorno, a resistência pedagógica que se propõe está em negar a irracionalidade da razão instrumental instaurada como possibilidade de cobrar que esta se constitua de fato como razão. Portanto, a construção de uma experiência formativa requer, primeiramente, o rompimento com a compreensão do *continuum* histórico como algo fixado e determinado. Pois, ao passo que se entende que o passado é resultado de condições e forças sociais específicas, é possível tencionar o presente sobre a necessidade de cultivo da consciência de que as condições sociais e objetivas que alicerçam esta ordem social podem ser rompidas, haja vista que não são naturais.

Esta postura crítica intenciona conciliar teoria e prática de modo a confrontar as contradições existentes na realidade concreta para a necessidade de questionar as formas sociais que escamoteiam soluções efetivas para determinadas mazelas que afligem a existência humana. Conciliar, assim, teoria e prática está em consonância com a perspectiva teórico-metodológica elaborada por Adorno, por meio da qual se busca compreender a realidade em seus aspectos de falsa realidade, no sentido de que, por exemplo, se tem as condições materiais para erradicar a miséria e isso ainda não se efetivou na atual sociedade. É uma recusa da permanência do engodo do desenvolvimento tecnológico que a humanidade alcançou, a qual oculta a irracionalidade das misérias e injustiças numa sociedade que já alcançou formas de soluções racionais.

À educação se coloca a necessidade de compreender como sua própria constituição tem alimentado o falseamento da realidade social. Ou seja, uma educação que se quer crítica necessita antes de compreender que a formação social está vinculada a uma ordem social que inviabilizam que a emancipação se efetive no desenvolvimento do plano educacional. A proposta reflexiva desenvolvida nesse trabalho de desconstrução dos conteúdos de algumas narrativas vigentes se insere nessa articulação teórica, a qual aponta que para se revelar os mecanismos de ocultamento da realidade é preciso compreender a forma objetiva pela qual a formação social se efetiva.

As narrativas midiáticas se configuram, portanto, como integrante da

dimensão da indústria cultural à medida que estão configuradas no interior da lógica de mercantilização cultural. Por articular através de seus conteúdos processos de formação, essas narrativas contribuem com a manutenção de uma racionalidade produtivista que impõe a lógica econômica como fator agregador da lógica cultural.

O que se percebe com isso, é uma unificação entre o processo de trabalho social e a formação cultural. A problemática dessa articulação ocorre, como pontua Wolfgang Leo Maar (ADORNO, 1995) na introdução do livro *Educação e emancipação* de Theodor Adorno, porque o trabalho, embora seja formador, acaba universalizando as formas de alienação em que este se consolida. Desse modo, a experiência formativa, que poderia se concretizar com o desenvolvimento do processo de trabalho e das transformações que este gesta, acaba comprometida pela deformação que o processo de trabalho concreto ocasiona na subjetividade.

A degradação da experiência no mundo capitalista, atestada pela reflexão das categorias analíticas supracitadas de Theodor Adorno e Max Horkheimer e de Walter Benjamin, questiona princípios burgueses fundamentais, como progresso, igualdade e liberdade individual, que justificam este modelo de sociedade. Se o progresso proposto pelos princípios da modernidade não se efetivam no nível de emancipação humana, mesmo diante do amplo e contínuo desenvolvimento tecnológico, este se converte em regressão social. A falsa experiência social se revela, portanto, como característica dessa sociedade; e para se compreender a crise da educação é preciso considerar, no dizer de Wolfgang Leo Maar (ADORNO, 1995), que esta se constitui nessa conjectura.

Compreender a crise da educação nessa conjectura é o primeiro passo para uma educação que se propõe ser uma crítica permanente às condições de existência. Não se pode cultivar o esclarecimento sem levar em conta os mecanismos que obstruem sua realização, tecer a crítica como mero denunciismo das condições degradantes em que se está imerso não é esclarecimento, é engodo. Atrelada à dinâmica do processo produtivo, a formação e a educação só podem oferecer como experiência formativa

processos que articulam formas de dominação. O caráter deformativo dos conteúdos das narrativas midiáticas se encontra, pois, na maneira como estes integram a subjetividade originando e perpetuando relações de dominação.

O conceito de indústria cultural se revela, portanto, um conceito-chave para a articulação das reflexões desenvolvidas. Desse modo, corrobora-se com o posicionamento de Wolfgang Leo Maar (ADORNO, 1995, p.20) sobre essa categoria analítica, ao afirmar que o conceito de indústria cultural reflete a perda da dimensão emancipatória gerada pelo movimento da razão nos termos de sua caracterização objetiva. Ou seja, a partir do conceito de indústria cultural é possível refletir sobre a consequência objetiva desse mecanismo ideológico sobre a formação humana.

Assim sendo, as reflexões desenvolvidas neste trabalho procuraram evidenciar uma alternativa de compreensão da realidade para além dos discursos recorrentemente naturalizados no imaginário social. Entende-se, dessa forma, que a degradação da capacidade de gerar experiências formativas, nos termos da *Erfahrung*, não é algo imposto de fora à sociedade, tampouco provocado por intenções subjetivas. A perda da experiência é, antes de tudo, expressão do próprio modo objetivo de produção e reprodução dessa sociedade.

Cultivar uma postura negativa em relação ao existente vai de encontro com as proposições da Teoria Crítica, de que é preciso uma crítica permanente à racionalidade dessa sociedade de modo a recusar o existente em seus componentes objetivos de dominação social. Uma educação crítica tem a tarefa de negar, portanto, os determinismos históricos, e nesse veio negativo, que toma a história como inacabada, é que se abre a possibilidade de reconectar-se com o outro como sujeito não-idêntico, ou seja, reconhecer o diferenciado e revigorar a esperança de uma formação para a emancipação.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. A indústria cultural. In: COHN, Gabriel (org). **Theodor W. Adorno**. São Paulo: Ática, 1986. p. 92-99.

ADORNO, Theodor W. & HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Trad. Guido Antônio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1985.

ADORNO, Theodor W. **Educação e Emancipação**. Trad. Wolfgang Leo Maar. 4. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.

ADORNO, Theodor. Teoria da semicultura. Trad. Newton Ramos de Oliveira et al. In: **Educação & Sociedade: revista quadrimestral de ciência da educação**, ano XVIII, n. 56, Campinas: Papirus, 1996.

BAUMAN, Zygmunt. **A sociedade individualizada: vidas contadas e histórias vividas**. Trad. José Gradel. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed., 2008.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade; entrevista a Benedetto Vecchi**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005b.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade e Ambivalência**. Trad. Marcus Penchel. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed., 1999.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida líquida**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005a.

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**. Trad. Sérgio Paulo Rouanet. São Paulo: Brasiliense, 1994. (Coleção Obras escolhidas).

BERMAN, Marshall. **Tudo que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade**. Trad. Carlos Felipe Moisés, Ana Maria L. Loriatti. São Paulo: Companhia das Letras, 1986. p. 87-125.

BLUMER, Hebert. A massa, o público e a opinião pública. In: COHN, Gabriel. **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: Nacional, 1971.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Trad. Estela dos Santos Abreu. Revisão técnica. César Benjamin. Rio de Janeiro: Contratempo, 1997.

DURAND, Gilbert. **A imaginação simbólica**. Trad. Liliane Fitipaldi. São Paulo: Cultrix, 1988.

DURÃO, Fábio; ZUIN, Antonio & VAZ, Alexandre. **A indústria cultural hoje**. São Paulo: Boitempo, 2008.

FABIANO, Luiz Hermenegildo. Videopitekos: o grande retorno. In: _____
Indústria cultural: da taxidermia das consciências e da estética como ação formativa. 1999. 204 p. Tese (Doutorado em Educação). Programa de Pós-graduação em Educação, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 1999.

FERNADES, Florestan. **Educação e sociedade no Brasil**. São Paulo: Edusp, 1966.

GAGNEBIN, Jeanne Marie. **História e narração em Walter Benjamin**. Campinas: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1994. (Coleção estudos: 142).

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Trad. Fanny Wrobel. Rio de Janeiro: Zahar editores, 1978.

HARRIS, Marvin. **Vacas, Porcos, Guerras e Bruxas os enigmas da cultura**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978. p. 17-34.

HOBBSAWM, Eric J. **A era do capital 1848-1875**. Trad. Luciano Costa Neto. 4. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1982. p. 67-86.

HOBBSAWM, Eric J. **A era dos extremos**: o breve século XX. Trad. Marcos Santarrita; Revisão técnica. Maria Célia Paoli. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

HOBBSAWM, Eric J. **A era das revoluções Europa 1789-1849**. Trad. Maria Tereza Lopes Teixeira. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1979. p. 17-69.

LEONEL, Zélia. Tendência atual da História da Educação. In: **Educação em debate**: perspectivas, abordagens e historiografia. Org. Analete Regina Schelbauer et al. Campinas – SP: Autores Associados, 2006. (Coleção memória da educação).

LIPOVETSKY, Gilles & SERROY, Jean. **A cultura-mundo**: resposta a uma sociedade desorientada. Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

LUNMANN, Niklas. A construção da realidade. In: **A realidade dos meios de comunicação**. São Paulo: Paulus, (?), p. 129 - 144.

KOTHE, Flávio R. **A alegoria**. São Paulo: Ática, 1986.

KOTHE, Flávio R. **Para ler Benjamin**. Rio de Janeiro: Francisco Alves editora, 1976.

MARCUSE, Herbert. **A Ideologia da Sociedade Industrial**. Trad. Giasone Rebuá. 6. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1982.

MARX, Karl. A assim chamada acumulação primitiva. In _____ **O capital: crítica da economia política**. Trad, Regis Barbosa, Flávio R. Kothe. 2. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1985. p.261-294. (Os economistas).

MARX, Karl & ENGELS, Frederick. **A Consciência Revolucionária da História**. Org. Florestan Fernandes. 2. ed., São Paulo: Ática (?). p. 146-166.

MELLO, João Manuel Cardo de; NOVAIS, Fernando. **Capitalismo tardio e sociabilidade moderna**. São Paulo: Facamp/ Unesp, 2009.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século vinte**: o espírito do tempo. Trad. de Maura Ribeiro Sardinha. 1. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1967. (Coleção Culturas em debate).

ROCHA, Everardo. **O que é mito?**. São Paulo: Brasiliense, 1996. (Coleção Primeiros Passos; 151).

ROCHA, Everardo. **Magia e capitalismo**: um estudo antropológico da publicidade. 3.ed. São Paulo: Brasiliense, 1995.

SANTAELLA, Maria Lúcia. **Cultura das Mídias**. 3. Ed. São Paulo: Experimento, 1996.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura?**. 12ª reimpr. da 16ª. ed. de 1996. São Paulo: Brasiliense, 2006. (Coleção Primeiros Passos; 110).

THOMPSON, Edward P. **A formação da classe operária**. Trad. Denise Bottman. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. 4.ed. Petrópolis: Vozes, 2000.