

**AS INFLUÊNCIAS (DE)FORMATIVAS DA INDÚSTRIA
CULTURAL NA FORMAÇÃO DAS CRIANÇAS NO SÉCULO XXI**

***THE DEFORMING INFLUENCES OF THE CULTURAL INDUSTRY
IN THE FORMATION OF CHILDREN IN THE TWENTY-FIRST
CENTURY***

***LAS INFLUENCIAS (DE) FORMATIVAS DE LA INDUSTRIA
CULTURAL EN LA FORMACIÓN DE LOS NIÑOS EN EL SIGLO XXI***

Renata Augusta Ré Bollis
renata.bollis@gmail.com
Doutoranda em Educação - Unimep

RESUMO

A mídia contemporânea domina a vida das crianças em seu cotidiano e as influencia, inculcando o consumismo. Ocorre que a Indústria Cultural planeja seus conteúdos almejando as crianças e adolescentes como seu público alvo mais relevante, pois são os mais vulneráveis. Concomitantemente, destina seus produtos ao consumo em massa, visando o lucro. Neste trabalho, usaremos o termo Indústria Cultural, conforme proposto por Adorno e Horkheimer ([1947] 1985). Com base na Teoria Crítica, especialmente nos textos de Adorno (1985, 1986, 1995), apresentamos as interpretações de entrevistas realizadas com 25 crianças, entre 6 a 11 anos, sobre seus hábitos de entretenimento. Depreendemos das entrevistas que as crianças passam muito tempo com as mídias eletrônicas, sejam elas celulares, computadores, tablets, rádio, televisão, vídeo games etc., com a anuência dos pais. Assim, entendemos que pesquisar acerca das influências das mídias eletrônicas sobre a formação da subjetividade infantil é relevante para a área da Educação.

Palavras-chave: Indústria Cultural; Adorno; Infância alienada; Pesquisa em Educação.

ABSTRACT

Contemporary media dominates the lives of children in their daily routine and influences them to consumerism. The Cultural Industry plans its contents targeting

children and adolescents as its most relevant target audience, as they are the most vulnerable. At the same time, it destines its products to mass consumption, aiming for profit. In this work, we will use the term Cultural Industry, as proposed by Adorno and Horkheimer ([1947] 1985). Based on Critical Theory, especially in texts by Adorno (1985, 1986, 1995), we present the interpretations of interviews with 25 children, between 6 and 11 years old, about their entertainment habits. We infer from the interviews that children spend a lot of time with electronic media, cell phones, computers, tablets, radio, television, video games, etc., with the consent of their parents. Thus, we understand that research on the influence of electronic media on the formation of child subjectivity is relevant to the area of Education.

Keywords: Cultural Industry; Adorno; Childhood alienated; Research in Education.

RESUMEN

Los medios contemporáneos domina la vida de los niños en su cotidiano y las influye, inculcando el consumismo. Ocurre que la Industria Cultural planea sus contenidos anhelando a los niños y adolescentes como su público objetivo más relevante, pues son los más vulnerables. Concomitantemente, destina sus productos al consumo masivo, buscando el beneficio. En este trabajo, usaremos el término Industria Cultural, conforme propuesto por Adorno y Horkheimer ([1947] 1985). Con base en la Teoría Crítica, especialmente en los textos de Adorno (1985, 1986, 1995), presentamos las interpretaciones de entrevistas realizadas con 25 niños, entre 6 a 11 años, sobre sus hábitos de entretenimiento. En el caso de los niños, la mayoría de las personas que sufren de depresión y depresión. Así, entendemos que investigar sobre las influencias de los medios electrónicos sobre la formación de la subjetividad infantil es relevante para el área de la Educación.

Palabras clave: Industria Cultural; Adorno; Infancia enajenada; Investigación en Educación.

INTRODUÇÃO

No desafio de sistematizar o conteúdo estudado em uma disciplina sobre epistemologia e pesquisa do curso de Doutorado, surgiu a questão de como a Indústria Cultural, na forma de televisão, celulares, *tablets*, computadores, mídia eletrônica e seus

produtos, influenciam a formação da criança e, conseqüentemente, alteram a sua capacidade de ser e de refletir. Diante disso, precisamos nos perguntar: O que é infância? A infância sempre teve o mesmo sentido? É um conceito moderno? A Indústria Cultural influencia na formação da criança? Os pais também exercem a sua parcela de culpa no que tange às crianças passarem a maior parte de seu tempo em frente aos meios eletrônicos?

Na visão de Adorno, no texto *Teoria da Semicultura*, “a formação cultural agora se converte em uma semi formação socializada, na onipresença do espírito alienado, que, segundo sua gênese e seu sentido, não antecede à formação cultural, mas a sucede” (ADORNO, 2010, p. 9).

As crianças, atualmente, vivem em um contexto histórico e cultural diferente do contexto de seus pais e avós. Infância, na realidade, é um conceito moderno que teve seu marco no início do Século XVII como preocupação entre os intelectuais devido à nova era que surgia. Traremos neste texto um breve histórico deste conceito moderno que é a infância.

Na atualidade, as pessoas estão se tornando pais e mães com mais idade e tendo um menor número de irmãos para seus filhos. Conseqüentemente, a quantidade de membros das famílias é menor, raramente encontramos famílias com mais de três filhos.

Destarte, em geral, as crianças se tornam o centro das atenções dos pais e avós, com fácil acesso a bens materiais e informações, através da televisão e outras mídias. Como nos mostra Postman (2005), a infância está desaparecendo. Nesse meio, as crianças estão sendo expostas ao mundo adulto cada vez mais cedo e, com isso, vem o consumismo se misturando e ficando inerente ao mundo infantil.

Neste trabalho, usaremos o termo Indústria Cultural, proposto por Adorno e Horkheimer, no livro *Dialética do Esclarecimento*, publicado em 1947. Entretanto, Indústria Cultural será o termo usado neste artigo para nos remeter às mídias eletrônicas contemporâneas, como televisão, computador, celular, *tablets*, rádio etc. Segundo

Adorno e Horkheimer (1985, p. 103-104), “a indústria cultural desenvolveu-se com o predomínio que o efeito, a performance tangível e o detalhe técnico alcançaram sobre a obra, que era outrora veículo da ideia e com essa foi liquidada”.

O termo Indústria Cultural veio para substituir a expressão *cultura de massas*, tida por Adorno e Horkheimer (1985) como incorreta, pois não expressaria a realidade do termo. Ou seja, a cultura é uma condição que, na realidade, é atribuída às massas pela classe dominante, fazendo, dessa forma, prevalecer seus interesses na sociedade. Cohn (1998, p. 18) elucida que “é significativo que, enquanto na expressão ‘cultura de massa’ ela aparece como nome, na sua contrapartida crítica ela esteja na condição de predicado”.

A Indústria Cultural “dedica-se à produção de bens simbólicos destinados ao consumo de massa. Por meio dela, tudo se torna negócio, pois sua finalidade é a produção de cultura com fins lucrativos e mercantis” (TERUYA; CAMURRA, 2007, p. 10).

Assim, compreendemos que a mídia contemporânea domina a vida das crianças em seu cotidiano e as influencia, incutindo o consumismo. Ocorre que a Indústria Cultural planeja seus conteúdos almejando as crianças e adolescentes como seu público alvo mais relevante, pois são os mais vulneráveis. Consequentemente, destina seus produtos ao consumo em massa e, nessa perspectiva, tudo se torna um negócio voltado ao lucro. A Indústria Cultural visa uma produção de cultura em massa com finalidades mercantis, não se preocupando em formação de valores e crianças e adolescentes críticos. Neste contexto, Adorno (1995, p.79) nos mostra que “o ensino acerca dos veículos de comunicação de massa não deveria consistir apenas em aprender a escolher o que é certo, mas sim, desenvolver aptidões críticas, conduzir as pessoas à capacidade de desmascarar ideologias”.

As crianças, atualmente, passam mais tempo em frente às mídias eletrônicas do que com os pais, amigos ou na escola. Isso repercute nelas uma influência relevante,

pois o que lhes é inculcado é o que a parte dominante da sociedade quer que prevaleça. A família deixou de ser a única autoridade, perdendo o espaço para a Indústria Cultural.

Notamos, cada vez mais, que as crianças, e também os adolescentes, embora estes não sejam o foco deste texto, são mais vulneráveis e influenciáveis e, deste modo, se encaixam nos modelos que a Indústria Cultural apresenta e veicula. As crianças, em especial a partir dos seis anos, quando adentram no Ensino Fundamental I, estão em etapa de construção de sua identidade. Neste sentido, conjecturamos que devido às crianças passarem tempo demais assistindo televisão, seriados em Netflix e outros¹, passam a se identificar com os produtos eletrônicos que lhes são propagados e o “ter” acaba por fazer parte da vida das crianças.

Os pais, por sua vez, sentem-se frustrados em não atender aos pedidos dos filhos, terminando por fazer a maioria da vontade dos pequeninos e, desta forma, a identidade de nossas crianças vai se construindo nos moldes da Indústria Cultural, tanto na forma de ser como de pensar.

No presente trabalho, mostraremos que as influências da mídia e aparelhagens eletrônicas, ou seja, a Indústria Cultural, (de)formam a formação das crianças, em especial no Século XXI, no qual vemos crianças com acesso acelulares, televisão e computador cada vez mais cedo. Para desenvolver essa temática, tomamos como base os textos de Adorno (1985, 1986, 1995) sobre a Indústria Cultural.

Por fim, apresentamos a nossa pesquisa de campo com 25 crianças, entre 6 e 11 anos, com as quais realizamos entrevistas que foram interpretadas com base na Teoria Crítica. Os apontamentos mostram o reflexo e o impacto que a Indústria Cultural tem sobre as crianças.

Apreendemos uma grande interferência dos conteúdos eletrônicos contemporâneos nos gostos e nas preferências das crianças. A pesquisa de campo nos

¹No item em que apresentamos a Pesquisa de Campo abordamos essa questão e verificamos que os pais e responsáveis pelas crianças acabam estimulando-as a assistir programas e usar os equipamentos eletrônicos.

revela essa vinculação da Indústria Cultural no subjetivo infantil. As entrevistas com as crianças nos permitiram averiguar que elas passam um longo tempo com os aparelhos eletrônicos, que supera o tempo que passam com seus pais, familiares, professores, na escola e com boas leituras.

Conceito de Infância no Século XVII

As primeiras preocupações com a criança como centro das atenções surgiram efetivamente no Século XVII e, nesse contexto, o significado de infância. Essas modificações se deram de forma gradativa. A concepção medieval de educação não chega ao fim apenas por conta do início da Modernidade. As antigas estruturas não foram imediatamente abandonadas, apenas lentamente estabeleceu-se um novo modo de perceber as coisas. A escola passa a se preocupar de uma maneira diferente com a educação e a formação da juventude: “Nesse contexto, os valores e o saber que estavam sendo privilegiados eram outros, bem como a forma de construí-los” (GASPARIN, 1994, p. 33).

Analisando o livro *História Social da Criança e da Família*, de Ariès (1981), vemos que a passagem da criança tanto pela família como pela sociedade era insignificante, ou seja, era tão rara e breve que não chegava nem ao menos tocar a sensibilidade infantil. Tanto que, caso algum filho morresse, os pais poderiam ficar desolados, mas, a regra geral, era que logo outro o substituiria, pois a criança não chegava a sair do anonimato.

No novo tipo de sociedade que surgiu a partir do final da Idade Média, foi gerado um novo sentimento nas famílias em relação às crianças. A família começou a ser vista como um lugar de proteção e, com isso, ocorreu a valorização desta instituição. Os filhos passaram a ser a prioridade dos pais.

Conseqüentemente, a criança tornou-se um ser individual no seio familiar. Cada ser era individual nesse novo modelo de sociedade que estava surgindo, na qual começa o processo do individualismo, onde cada ser é único e inigualável. Podemos ver esse fortalecimento familiar nas artes, nas pinturas (HILSDORF, 2006). A família, portanto, virou o lugar de uma afeição entre os cônjuges e entre pais e filhos.

Esse sentimento de infância, afirma Ariès (1981), aconteceu principalmente através da importância que se passou a dar à educação. Não se tratava mais apenas de educar os filhos para transmitir-lhes a herança e um ofício. “Tratava-se de um sentimento inteiramente novo: os pais se interessavam pelos estudos de seus filhos e os acompanhavam com uma solicitude habitual nos séculos XIX e XX, mas outrora desconhecida” (ARIÈS, 1981, p. XI).

A criança, até o século XVII, não era o centro das atenções familiares. Após esse período, como vimos, houve mudanças. O educador Comenius (2011), foi um marco nessa divisão de pensamento e marcou, a partir de então, o papel social das crianças. A representação da criança frágil, necessitada de amor, carinho e cuidados extremos é uma imagem recente.

Observamos que desde os meados do século XVII até hoje, no século XXI, houve mudanças comportamentais das crianças e da organização familiar. As famílias que eram grandes, com muitos filhos e avós morando juntos, tornaram-se pequenas. Inferimos, a partir de nossas leituras, que a família se tornou anacrônica e a figura da família vem sendo substituída pela Indústria Cultural. Infância é um conceito moderno, e também em mudança. Conjecturamos, ainda, que as famílias atuais de classe média veem os filhos como unidade de consumo.

As próprias estruturas familiares condensam seus filhos no propósito da Indústria Cultural e, assim, a infância vai se perdendo. Afirmamos isso, pois notamos que os pequenos estão cada vez mais sendo influenciados pela mídia, almejando ter eletrônicos de última geração, não desgrudando desses eletrônicos contemporâneos,

como celulares, *tablets*, computador, notebook, rádios etc., e não sendo crianças. Tratemos disso no próximo item.

A (de)formação da infância pela Indústria Cultural na formação das crianças

Conforme analisamos, as crianças passaram a ser paparicada em seus lares a partir do Século XVII. Destarte, como nos aponta Postman (1999), a infância é fruto do Renascimento.

Entretanto, esse autor ressalta que essa mesma infância, delicada, merecedora de cuidados, desprotegida, está se perdendo devido à mudança na estrutura da infância. Neste esteio, a infância está desaparecendo.

Na perspectiva de Postman (1999), a principal responsável desta mudança é a mídia eletrônica (seja televisão, rádio, celulares, *tablets*, vídeo game). Para este autor, os meios de comunicação transformam a socialização das crianças de modo negativo. Ainda no horizonte de Postman (1999), a mídia escrita gerou a infância e a eletrônica a fez sumir. Desta forma, toda a aparelhagem digital e eletrônica contemporânea rompeu a divisão entre a infância e a fase adulta.

Crianças estão passando cada vez mais tempo com esse tipo de mídia, seja celular, *tablets*, computador, televisão etc. A principal referência para a infância atual é a Indústria Cultural e não mais a família, devido à sua grande influência sobre as crianças.

O texto *Televisão e Formação*, de Adorno (2010), que mostra um estudo entre os professores Theodor Adorno e Hellmut Becker acerca da influência da televisão na formação dos estudantes das Escolas Superiores da Alemanha, alude ao uso em demasia da televisão,

Suspeito muito do uso que se faz em grande escala da televisão, na medida em que creio que em grande parte das formas em que se apresenta, ela

seguramente contribui para divulgar ideologias e dirigir de maneira equivocada a consciência dos espectadores. (ADORNO, 2010, p. 77)

Adorno (2010) utiliza a televisão como parâmetro, mas abarcamos em nossa explanação toda a mídia eletrônica. Destarte, estamos inclinados a concordar com Adorno (2010), compreendendo que a Indústria Cultural influencia de forma negativa na formação das crianças, pois divulga as ideologias da classe dominante, contribuindo para a alienação das crianças.

Apropriamos a posição de Adorno relativa à televisão para todas as mídias contemporâneas, uma vez que é atual firmar que é preciso analisar os conteúdos que passam na mídia, visto que refletem os interesses de seus produtores que perpetuam o interesse da classe dominante.

Costa (2001) nos mostra que o conceito de Indústria Cultural visa apontar a forma como a arte está se submetendo à condição de mercadoria. As crianças estão expostas a essas condições, ou seja, de mercadorias. Não há uma pré-seleção do que estará exposto para as crianças lerem, ouvirem, assistirem ou jogarem com essas mídias contemporâneas. E, desta forma, a formação subjetiva das crianças vai se formando ou deformando, conforme os ensinamentos da Indústria Cultural.

O conceito de indústria cultural busca identificar a forma como a arte se submeteu à condição de mercadoria. Isto tem o peso de assinalar que mesmo que determinados artefatos culturais venham a ter isoladamente qualidades que se diferenciem dos padrões medianos, de forma articulada e sistêmica, constituem segmentos que buscam a integração do consumidor à lógica da circulação da mercadoria. A chave deste argumento está em reconhecer que a Teoria Crítica toma como referência de análise a estrutura dos sistemas de comunicação em sua incorporação pela dinâmica de expansão do capitalismo. O argumento de que este setor da produção promove a hierarquia das qualidades dos produtos culturais e, no conjunto, cria para cada um, de acordo com o seu nível, parece-nos que não está fadado ao esquecimento. A segmentação de público com produções centradas em poucos emissores possibilita imaginar que esta realidade ainda não foi superada, mesmo com a existência de meios supostamente mais interativos de comunicação. A rede mundial de computadores, se permite pensar na existência de estruturas descentradas, aos poucos vem sendo também potencializada como mais um

setor de produção articulado com outros da indústria cultural. (COSTA, 2001, p. 1)

Os conteúdos da televisão, e de todos os eletrônicos contemporâneos, veiculam valores e ideias que repercutem no processo de formação da criança, em especial em idade escolar, no Fundamental I, de 6 a 11 anos (antes de adentrarem na adolescência). Conforme Soifer (1991, p. 51), “a criança mais nova, por não ter uma organização e solidez em seu psiquismo, não consegue diferenciar a fantasia da realidade”, configurando a sua vulnerabilidade.

Esse panorama é agravado em um “país como o nosso, onde os interesses políticos e financeiros determinam, na maioria das vezes, mais direta do que indiretamente, a produção dos bens culturais” (ZUIN, 1994, p. 172).

Adorno (1995) advogava que o ensino deveria desenvolver nos sujeitos habilidades críticas para que pudessem desmascarar as ideologias veiculadas na mídia, ou seja, se nas escolas ensinássemos o que Zuin (1994) afirmou ser necessário, o senso crítico, a mediação entre a mídia e as crianças, as ideologias dominantes seriam desmascaradas.

E ainda:

A educação seria impotente e ideológica se ignorasse o objetivo de adaptação e não reparasse os homens para se orientarem no mundo. Porém ela seria igualmente questionável se ficasse nisto, produzindo nada além de pessoas bem ajustadas, em consequência do que a situação existente se impõe precisamente no que tem de pior. (ADORNO, 1995, p.141-142)

Compreendemos que as mídias eletrônicas que as crianças do Século XXI têm acesso, e com facilidade, pois são os próprios responsáveis das crianças que as colocam frente-a-frente com a tecnologia, têm como ideologia inculcar nas crianças uma falsa consciência. Ou seja, as mídias transmitem informações que foram antes premeditadas e vêm carregadas de valores tidos como corretos e positivos, isto é, valores da classe dominante que não quer cidadãos críticos na periferia.

Ressaltamos que os programas de televisão, jogos de vídeo game, celulares, jogos nos *tablets*, seriados, comerciais publicitários nos canais fechados, enfim, toda a mídia cultural, se entrelaçam com a Indústria Cultural. As mídias veiculam e disseminam os valores, ideais e atitudes que intervêm no processo de formação tanto escolar, como subjetiva das crianças, em especial entre os 6 e 11 anos, quando são mais vulneráveis, sem a solidez em seu psíquico, e não conseguem distinguir a fantasia da realidade. “Nessa perspectiva, é pressuposto que a atuação da indústria cultural impede a formação de indivíduos autônomos, capazes de decidir conscientemente. Ela representa a expansão das relações mercantis a todas as instâncias da vida humana” (TERUYA; CAMURRA, 2007, p.10).

Portanto, dos programas midiáticos são raros os que realmente visam colaborar no desenvolvimento de um pensamento crítico para as crianças. A maioria desses conteúdos não só deixam de cooperar, como colocam barreiras na formação crítica, não só das crianças como dos cidadãos em geral. Em sua época, Adorno já compreendia a

[...]‘televisão como ideologia’ simplesmente como o que pode ser verificado, sobretudo nas representações televisivas norte-americanas, cuja influência entre nós é grande, ou seja, a tentativa de inculcar 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 justamente em pensar problematicamente conceitos como estes que são assumidos meramente em sua positividade, possibilitando adquirir um juízo independente e autônomo a esse respeito. (ADORNO, 1995, p. 80)

Quanto à formação crítica, fazemos alusão ao que diz Adorno:

O conceito de formação possui um duplo significado em face da televisão, e espero não ser considerado pedante ao me deter na distinção desses dois significados. Por um lado, é possível referir-se à televisão enquanto ela se coloca diretamente a serviço da formação cultural, ou seja, enquanto por seu intermédio se objetivam fins pedagógicos: na televisão educativa, nas escolas de formação televisiva e em atividades formativas semelhantes. Por outro lado, porém, existe uma espécie de função formativa ou deformativa

operada pela televisão como tal em relação à consciência das pessoas, conforme somos levados a supor a partir da enorme quantidade de espectadores e da enorme quantidade de tempo gasto vendo e ouvindo televisão. (ADORNO, 1995, p. 76)

Destarte, observamos que as crianças, como parte frágil de toda essa relação, acabam por se identificar com os apelos da Indústria Cultural. Isso ocorre, pois estão em uma etapa de suas vidas na qual necessitam edificar sua identidade através de identificações e como a Indústria Cultural está à mercê da sociedade consumista, acaba manipulando as crianças a consumir os seus objetos de propaganda.

A sociedade de consumo montou a armadilha na qual a mídia assume o papel do sedutor, transformando-se na imensa vitrina onde ficam expostos os 'objetos' do suposto desejo. Nela se mesclam o sublime e o grotesco, fazendo do real o palco para o pastiche e o fetiche. Um aspecto, entretanto, aflora como um dado novo, merecedor de destaque, porque totalmente ausente e impensado na história da sedução: o encantamento vazio. (LUCCHESI, 2002, s.p.)

Estamos inclinados a concordar com Zuin (1994) que afirma que a escola não deve ignorar a televisão, e nós abarcamos essa ideia para toda mídia eletrônica, mas ensinar as crianças a usá-la sem serem usadas. Reiteramos, de acordo com Zuin (1994), que se faz necessário o desenvolvimento de pesquisas acerca da forma de mediação das relações mídia e criança, para que estas não sejam deformadas pelos meios de comunicação.

Na perspectiva desse autor,

A integração dos meios de comunicação aos processos educacionais é tarefa urgente e necessária. No entanto, as práticas pedagógicas acerca da leitura crítica das diversas mídias esbarram na falta de formação de professores para desenvolver um trabalho de leitura crítica das imagens e narrativas midiáticas. Justificasse, por tanto, a necessidade de pesquisas que apresentem propostas de leitura dos conteúdos midiáticos, para que, assim, os educadores tenham uma formação que contribua com o desenvolvimento de crianças e jovens autônomos e críticos em relação às mídias. (ZUIN, 1994, p. 170)

Dessa forma, a nosso ver, a escola deve desenvolver nas crianças esse senso crítico acerca da mídia eletrônica, escrita, rádio etc., para que elas não se tornem consumistas alienadas. Devemos, como educadores, fornecer estrutura para debater esses assuntos em sala de aula. Conforme Pucci (2012, p. 4), o conhecimento

não tem outra luz além daquela que, a partir da redenção, dirige seus raios sobre o mundo [...]. Seria produzir perspectivas nas quais o mundo analogamente se desloque, se estranhe, revelando suas fissuras e fendas, tal como um dia, indigente e deformado, aparecerá na luz messiânica. Obter tais perspectivas sem arbítrio nem violência, a partir tão somente do contato com os objetos, é a única coisa que importa para o pensamento. É a coisa mais simples de todas, porque a situação clama irrecusavelmente por esse conhecimento, mais ainda, porque a perfeita negatividade, uma vez encarada face a face, se consolida na escrita invertida de seu contrário. (PUCCI, 2012, p. 4)

Não é tarefa simples, e nem ao menos fácil, resolver o problema de como ensinar as crianças a serem críticas e reflexivas acerca de todo conteúdo midiático. Sabemos que a escola, e seu currículo, deve discutir e promover pesquisas nesse sentido. A partir das leituras de Adorno, podemos concordar com Zuin (1994) que são necessários programas que atendam a essa demanda e não à cultura de massa da classe dominante e consumista. Ensinar nossas crianças sobre o que é política e os perigos da Indústria Cultural.

Neste esteio, de acordo com Zuin (1994), baseando-se em Adorno (1995), é necessária a união de pais, escola e educadores, voltada para atitudes de resistência. Conhecer os poderes e falácias da Indústria Cultural e desenvolver o senso crítico para combater a servidão humana. Ensinar o juízo crítico, para não termos cidadãos alienados que saem do serviço, em ônibus lotado, sem dinheiro para comprar os alimentos para seus filhos e apenas pensam no jogo de futebol de logo mais à noite. Ensinar as crianças a se defenderem dos apelos sexuais que estão nas novelas. Usar a capacidade de reflexão dos educadores para desenvolver a reflexão nas crianças, que estão se tornando alienadas, carentes e consumistas cada vez mais cedo. Dessa forma, os educadores contribuem para o desenvolvimento de consciências críticas.

[...] o desenvolvimento de um alfabetismo crítico deve fortalecer o poder dos indivíduos, ao capacitá-los para aprender a ver através das mistificações de seu ambiente, a ver como ele é construído e como funciona e a ver como eles podem se libertar dos aspectos dominantes e opressivos e aprender a refazer a sociedade como uma modalidade do eu e da atividade social. O diálogo é importante nesse processo e sugiro que o ensino de um alfabetismo crítico em relação à mídia é um excelente meio de fazer com que os/as estudantes falem sobre sua cultura e experiência, para articular e discutir a opressão e a dominação cultural. (KELLNER, 2001, p. 126).

PESQUISA DE CAMPO

Apresentamos, como parte do trabalho, entrevistas realizadas com 25 crianças, escolhidas aleatoriamente, em uma praça pública no centro da cidade de Piracicaba, na data de 13/06/2018, um feriado local. Como o comércio da cidade funcionou normalmente no feriado, havia bastante movimento.

Antes de conversar com as crianças, estabelecemos contato prévio com suas famílias para explicitar o nosso objetivo e solicitamos permissão para realizarmos a pesquisa. Explicamos para as famílias, e para as crianças, que se tratava de uma entrevista com questionário em folha de sulfite, com as perguntas e opções para assinalar uma resposta, visando coletar dados para uma pesquisa de Doutorado, não sendo obrigatório responder e se identificar. Conforme lemos a carta-convite, também deixamos claro que, caso se sentissem constrangidas em responder alguma questão, poderiam deixar em branco ou até mesmo abandonar a entrevista. Não houve nenhuma intercorrência no decorrer das entrevistas.

Selecionamos, propositadamente, crianças com idades de 6 a 11 anos, pois, neste trabalho, focamos a influência da Indústria Cultural na (de)formação das crianças e acreditamos que seja a partir dessa faixa etária o grande problema. Depois dos 11 anos, o sujeito é considerado adolescente e foge do espectro de nossa pesquisa, e antes dos 6 anos, acreditamos que a criança não seja o público-alvo principal da mídia contemporânea.

Portanto, primeiramente, abordamos perguntado a idade, depois, para fins estatísticos, fomos selecionando 12 meninos e 13 meninas.

Apresentamos, a seguir, como as crianças responderam às perguntas.

Tabela 1

Pergunta 1: Assistem mais a Canais Abertos ou Fechados (incluindo aqui a Netflix).	
Aberto	08
Fechado (Incluindo Netflix)	13
Outros (Youtube)	04
Total	25 crianças

A partir dessa pergunta apreendemos que a maioria das famílias possuem alguma forma de canal fechado, seja a TV por assinatura, como a Netflix, e também utilizam o Youtube (a maioria porque não possui assinatura de TV paga e nem assina a Netflix). Isso representa que 68% das famílias entrevistadas possuem uma forma de TV fechada. O gráfico abaixo representa os dados coletados:

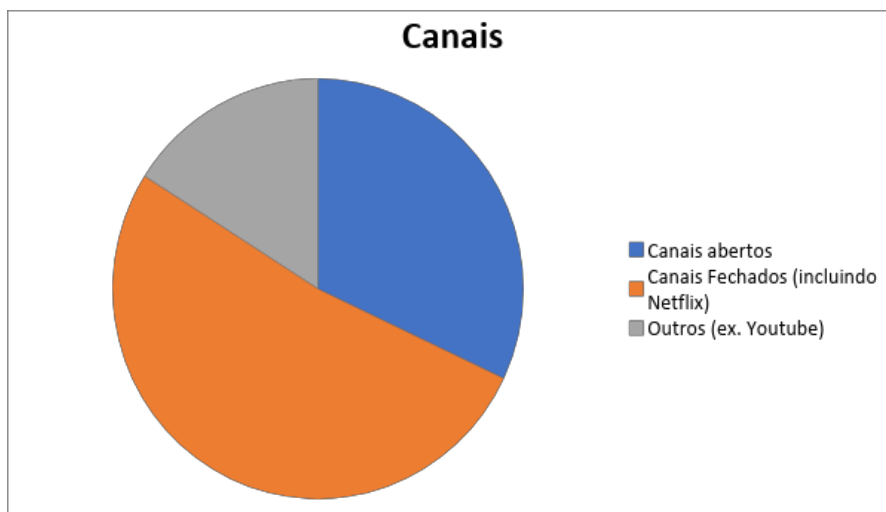


Tabela 2

Pergunta 2: O que assistem?	
Desenhos em canais abertos ou fechados	08
Filmes em canais abertos ou fechados	04
Novelas em canais abertos ou fechados	02
Programas de Animais em canais abertos ou fechados	03
Séries (Netflix / canais fechados)	08
Total	25 crianças



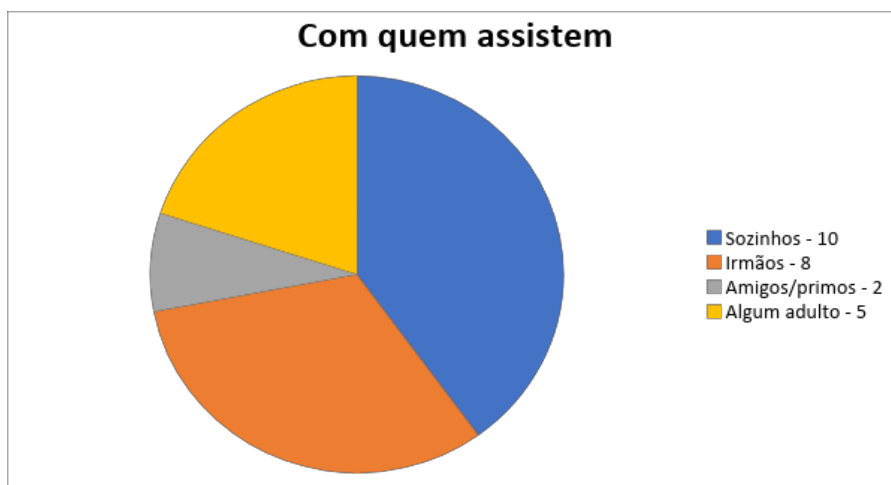
Nessa tabela, ressaltamos que o programa favorito das crianças são os desenhos (seja em canal aberto ou fechado), seguidos de séries (na Netflix ou canais fechados), os programas de animais empatam com filmes, e apenas uma única criança gosta de assistir novela. Conversando com essa criança, juntamente com seu responsável, ela disse que assiste novela por causa de sua avó. A casa possui apenas uma televisão e a avó (com quem mora) assiste somente novelas e missas na TV.

Nesse item, o que nos chamou a atenção foi que 8 crianças (32%) assistem séries, em canais fechados ou na Netflix, de conteúdo adolescente e até mesmo adulto.

Assim como as crianças que assistem filmes e novelas (24%) se entretêm com programas de faixa etária adulta ou adolescente. As respostas nos sugerem que, desde a infância, 56% das crianças entrevistadas já estão sendo inseridas precocemente nos assuntos relativos à sexualidade. Sem contar que adentram no mundo do consumismo e do padrão de beleza que a Indústria Cultural impõe.

Tabela 3

Pergunta 3: Com quem, frequentemente, assistem TV, jogam vídeo game, ou brincam no celular/tablet²?	
Sozinhos	10
Irmãos	08
Amigos/primos	02
Algum familiar adulto	05
Total	25 crianças



A maioria das crianças assiste televisão, ou interage com celulares e *tablet* sozinha, sem supervisão de adultos (isso representa 40% das crianças entrevistadas).

² Quando nos referimos a celulares e *tablet* estamos abrangendo *Iphone*, *Ipad*, *Smartfones*, celulares comuns, *tablets* comuns, infantis etc., ou seja, toda a aparelhagem digital contemporânea.

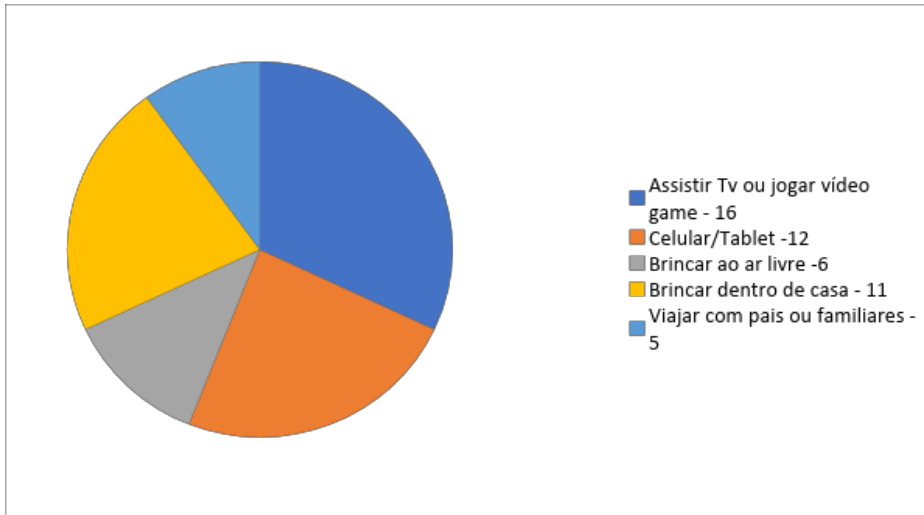
32% das crianças assistem TV/celular/*tablet* com seus irmãos e apenas 25% assistem, ou jogam, junto com algum familiar adulto. A família, que consideramos ser o eixo central na educação das crianças, tem sido omissa em acompanhar as atividades que informam e formam seus filhos.

Tabela 4

Pergunta 4: O que mais fazem frequentemente quando estão de férias?	
Assistem TV (ou jogam vídeo game)	16
Ficam no celular/ <i>tablet</i>	12
Brincam ao ar livre (bola, carrinho, boneca, parquinho etc.)	06
Brincam dentro de casa (bola, carrinho, boneca, parquinho etc.)	11
Viajam com os pais/familiares	05
*Total (25 crianças e 50 respostas)	25 crianças e 50 respostas

*As dez crianças responderam duas opções.

Perguntamos o que as crianças mais fazem durante as férias e enfatizamos a elas que a pergunta se tratava do que elas mais fazem, e não do que mais gostam de fazer. Nessa pergunta, todas as 25 crianças responderam duas alternativas. O gráfico abaixo representa o enfoque das crianças.



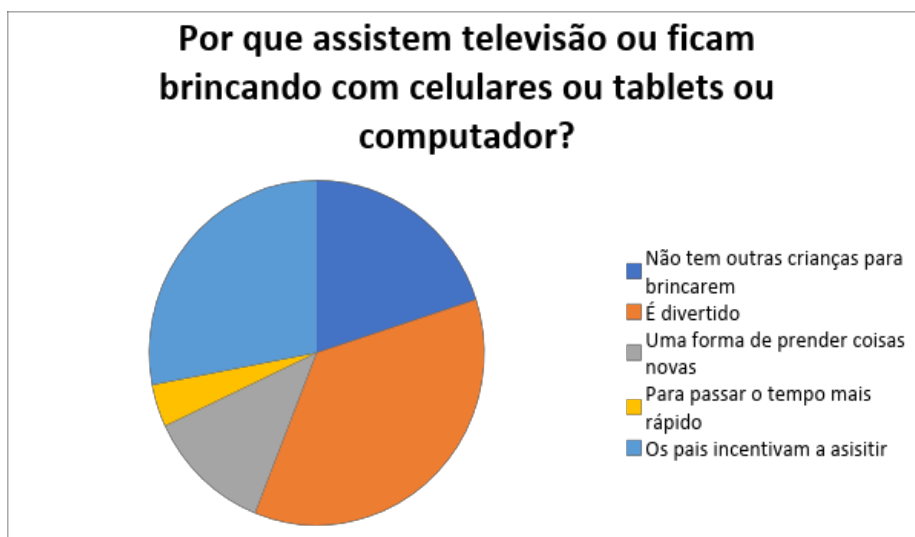
Apreendemos, conversando com as crianças, que a maioria assiste bastante televisão ou joga vídeo game, brinca com *tablets* ou celulares. Observamos também que a maioria das crianças, principalmente de 6 a 8 anos, gostam bastante de brincar de bola, carrinho, boneca, entre outras coisas, mas dentro de casa.

As crianças alegaram que brincam dentro de casa, pois os responsáveis não deixam que brinquem na rua, por medo da violência. Ressaltamos que grande parte dos responsáveis que fica com as crianças não as levam frequentemente à parques públicos, parquinhos de bairro, zoológico ou outra forma de entretenimento de baixo custo, conforme apreendemos das entrevistas.

Em conversa com as crianças e os responsáveis, eles disseram que a maioria das vezes que saem juntos nas férias vão a shoppings e cinemas. Constatamos que, mesmo sendo custosos esses passeios, os responsáveis fazem isso, pois desta forma eles se divertem também. Perguntadas se frequentam museus, teatros do Sesc e outros eventos gratuitos, como parques públicos que a cidade de Piracicaba oferece, as crianças responderam que os pais dificilmente as levam.

Tabela 5

Pergunta 5: Por que assistem televisão ou ficam brincando com celulares ou tablets ou computador?	
Não tem outras crianças para brincarem	07
É divertido	04
Uma forma de aprender coisas novas	03
Os pais incentivam a assistir e não levam os filhos a passear (mesmo em parques públicos)	10
Para passar o tempo mais rápido	01
Total	25 crianças

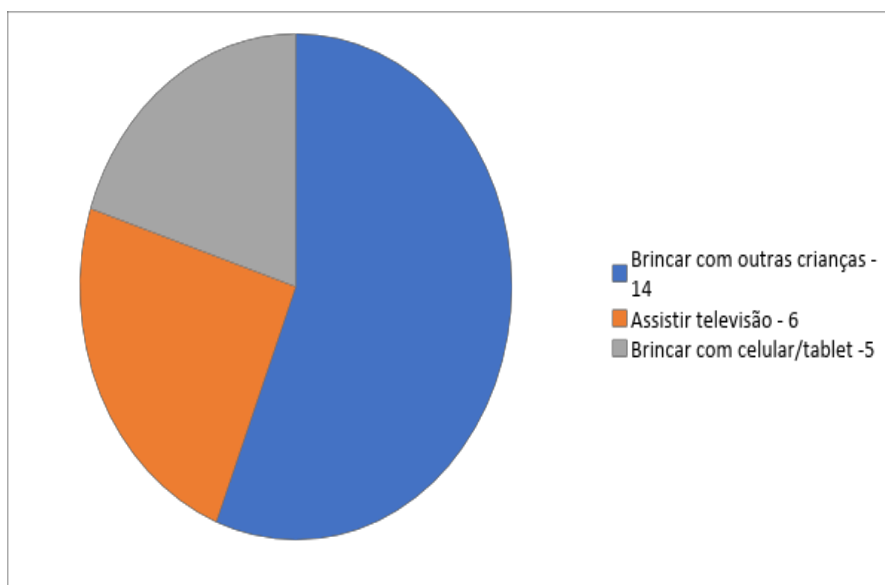


Essa pergunta reflete uma discussão decorrente da pergunta anterior, pois vemos que as crianças entrevistadas, de 6 a 10 anos, ficam bastante em frente à televisão e ao celular por falta de opções que os pais oferecem a seus filhos. Isso foi uma reclamação das crianças. A maioria respondeu que assiste televisão pelo fato de não poder brincar na rua devido ao medo da violência, e porque os pais ou responsáveis não as levam em lugares para entretê-las. As crianças também alegaram não ter outras crianças para brincarem, seja por serem filhos únicos, ou por terem irmãos bem mais velhos, não

terem primos ou vizinhos. Ouvimos as respostas de que os programas que assistem são legais, que o tempo passa mais rápido e que aprendem coisas novas no celular e na TV.

Tabela 6

Pergunta 6: Preferem assistir TV, brincar no celular ou com outras crianças?	
Brincar com outras crianças	14
Assistir TV	07
Brincar com o celular	05
Total	24 crianças



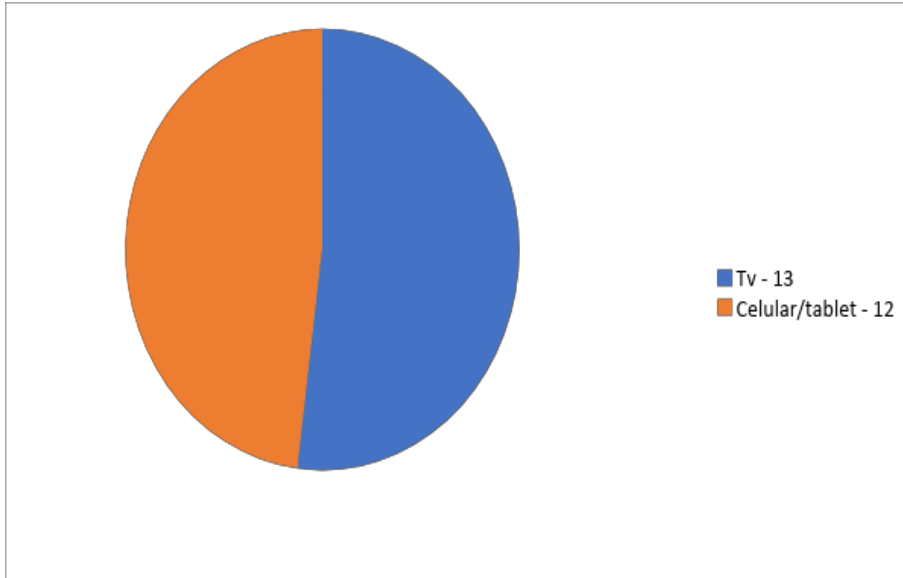
O gráfico acima mostra que dentre as 25 crianças entrevistadas, 14 (56%) preferem brincar com outras crianças a assistir televisão (24%), ou brincar e jogar no celular e no *tablet* (20%). Talvez, a realidade com adolescentes, ou crianças com mais de onze anos, seja diferente e prefiram o celular a televisão ou a companhia de outros familiares.

Com a entrevista, apreendemos que as crianças estão sentindo carência de seus pais, no sentido que sentem falta de diálogo com seus familiares, falta de brincadeiras ao ar livres com familiares e colegas. As brincadeiras acabam por ser restritas com amigos na escola. Deprendemos da conversa com os pais, que há a preguiça, o cansaço e a exaustão para levar os filhos até uma praça com parquinho, um museu ou fazer uma caminhada no parque. Entretanto, observamos, que se trata mais de cansaço e não preguiça. A maioria dos pais das crianças entrevistadas trabalha (92%) e ao retornar para seus lares os pais estão com esgotamento físico e mental, sem contar que muitos levam serviço para casa.

Tabela 7

Pergunta 7: Exclusivamente entre celular/tablet e TV, com qual aparelho prefere se entreter?	
<i>Celular/Tablet</i>	12
TV	13
Total	25 crianças

*Dentre as 25 crianças entrevistadas, entre 6 e 10 anos, 9 crianças possuíam o seu próprio celular. As outras crianças utilizam os aparelhos de familiares (pais, avós, tios, irmãos, amigos, primos).



Nessa pergunta houve praticamente empate entre as preferências das crianças por televisão ou celular/*tablet*.

Portanto, percebemos com essa pesquisa de campo que as crianças, principalmente na faixa etária dos 6 aos 11 anos, estão passando tempo demais na frente da televisão, *tablets*, computadores, celulares etc. Conseqüentemente, de acordo com nossas problematizações, estão mais vulneráveis ao consumismo.

Em muitos casos, o tempo que as crianças passam em frente da televisão excede o tempo que passam em companhia da família, ou até mesmo na escola.

Consideramos que os programas assistidos, em geral, pertencem à Indústria Cultural e que esta veicula ideias influenciadoras nas crianças que, possivelmente, não crescem com uma ideologia crítica e reflexiva.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Acreditamos que os valores e ideais que a Indústria Cultural passa às crianças influenciam na formação subjetiva dos pequenos, uma vez que estão em formação e são mais vulneráveis.

A pesquisa que fizemos reitera que as crianças passam muito tempo com as mídias eletrônicas, sejam elas celulares, computadores, *tablets*, rádio, televisão, vídeo games etc. Através das entrevistas, notamos que os próprios pais acabam incentivando as crianças a isso, pois chegam em casa estafados, levam tarefas do serviço para casa e deixam as crianças à mercê dos eletrônicos.

Apreendemos que as crianças gostam de brincadeiras ao ar livre e de atividades juntamente com outras crianças, no entanto, esses contatos se limitam à escola. Observamos que os próprios pais não propiciam essas atividades aos seus filhos, seja por receio da violência, preguiça ou cansaço do cotidiano. Diante desse quadro, as crianças, expostas mais tempo à mídia, acabam sendo influenciadas ao consumo, por exemplo.

Consideramos difícil solucionar essa questão. Mas, podemos apontar que a escola, pais e educadores devem, de alguma forma, contribuir para que as crianças tenham senso crítico e resistam à manipulação midiática, não corroborando uma formação de crianças alienadas e consumistas. Concordamos com Cohn (1998), quando aponta que:

[...] O componente crítico básico consiste aqui na ideia de que nos produtos da indústria cultural os múltiplos níveis não são constituídos por significados intrínsecos aos requisitos formais da construção da obra, mas por níveis de efeitos, ou seja, de relações calculáveis entre determinados estímulos emitidos e as percepções ou condutas dos receptores. Não se trata, aqui, de mera 'manipulação'. Trata-se de uma modalidade específica de entidades simbólicas multidimensionais, produzidas e difundidas segundo critérios prioritariamente (mas não exclusivamente, embora no limite o sejam) administrativos, relativos ao controle sobre os efeitos no receptor e não segundo critérios prioritariamente estéticos, relativos às exigências formais intrínsecas à obra. (COHN, 1998, p. 20-21)

A proibição da utilização dos eletrônicos contemporâneos não é a solução para a questão levantada, e tampouco significa resistir à ideologia capitalista. Faz-se necessário promover o ensino crítico às crianças para que elas possam assistir, jogar e utilizar as mídias contemporâneas e não serem influenciadas pelas ideias propagadas pela Indústria Cultural, que em regra são sedutoras e fazem com que as crianças desejem os produtos como “objeto do desejo” (LUCCHESI, 2002).

No viés das discussões de Adorno, compreendemos que a Indústria Cultural, através dos meios eletrônicos contemporâneos, influencia as crianças, em especial na idade entre 6 e 11 anos, período da formação em que estão mais vulneráveis. À luz desse autor, entendemos que pesquisar acerca das influências das mídias eletrônicas na formação da subjetividade infantil é relevante para a área da Educação.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T. W. **A atualidade da Filosofia**. Tradução Bruno Pucci e Newton Ramos de Oliveira. Piracicaba: PPGE/Unimep, 2010.

ADORNO, T. W. **Educação e emancipação**. São Paulo: Paz e Terra, 1995.

ADORNO, T.W. (1963). Televisão e Formação. *In*: Adorno. **Educação e Emancipação**. São Paulo: Paz e Terra, 1995. p. 75-96.

ADORNO, T.W. (1962). A Indústria Cultural. *In*: COHN, G. **Theodor W. Adorno**. Coleção Sociologia. São Paulo: Ática, 1986. p. 92-99.

ADORNO, T.W.; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

ARIÈS, P. **História Social da Criança e da família**. 2.^a edição. Rio de Janeiro: LTC, 1981.

COMENIUS, J. A. **Didática Magna**. Tradução de Ivone Castilho Benedetti, 4.^a edição. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

COHN, G. A atualidade do conceito de indústria cultural. *In*: MOREIRA, A. S. (Org.). **Sociedade global**: cultura e religião. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

COSTA, B. C. G. Barbárie estética e produção jornalística: a atualidade do conceito de Indústria Cultural. **Educ. Soc.**, vol.22, n.76, p.106-120, out. 2001,

GASPARIN, J. L. **Comênio ou da Arte de Ensinar Tudo a Todos**. Campinas, SP: Papirus Editora, 1994.

HILSDORF, M. L. S. **O Aparecimento da Escola Moderna**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

KELLNER, D. **A cultura da mídia**. Bauru: EDUSC, 2001.

LUCCHESI, I. Mídia e a sedução sem encantamento. **Observatório da Imprensa**, n. 162, 6 mar. 2002. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/jd060320024.htm>. Acesso em: 20 jun. 2018.

POSTMAN, N. **O Desaparecimento da Infância**. Tradução: Suzana Menescal de A. Carvalho e José Laurentino de Melo. Rio de Janeiro: Grafhia Editorial, 1999.

POSTMAN, N. **O Desaparecimento da Infância**. Tradução: Suzana Menescal de A. Carvalho e José Laurentino de Melo. Rio de Janeiro: Grafhia Editorial, 2005.

PUCCI, B. A Dialética Negativa enquanto metodologia de pesquisa em educação: atualidades. **Revista e-Curriculum**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 1-24, abr. 2012.

SOIFER, R. **A criança e a TV**. Porto Alegre: Ed. Artes médicas, 1991.

TERUYA, T. K.; CAMURRA, L. **Conteúdos televisivos na produção dos desejos infantis e suas implicações no processo educacional**. Relatório de Iniciação Científica [CNPq]. Maringá, PR: UEM, 2007.

ZUIN, A. A. S. Sobre a atualidade do conceito de indústria cultural. **Cadernos Cedes**, ano X XI, n. 54, p. 9-18, ago. 2001.

ZUIN, A. A. S. Seduções e simulacros. Considerações sobre a Indústria Cultural e os paradigmas da resistência e da reprodução em educação. *In*: P UCCI, B. (Org.) **Teoria**

Crítica e Educação: A questão da formação cultural na Escola de Frankfurt. Petrópolis: Vozes/São Carlos: Edufscar, 1994. p.151-176.