Cadernos Cajuína
Revista Interdisciplinar

V. 7 N. 3 ANO 2022

e227303
https://doi.org/10.52641/cadcaj.v7i3.61

A INDÚSTRIA CULTURAL COMO ESPAÇO FORMATIVO ALTERNATIVO[1]

The Cultural Industry as an alternative formative space

Leonardo Henrique Brandão Monteiro[2]

RESUMO: Este trabalho tenta realizar uma reflexão bibliográfica acerca da indústria cultural, como instituição formativa alternativa à escola e que frequentemente tem seus elementos cultuais industrializados colonizando o espaço escolar. De modo que, o enfoque é nos modos como o que chamamos, hoje, de indústria cultural se articulou com elementos culturais prévios a ela, e como, hodiernamente se insinua sobre a formação escolar, de modo a, muitas vezes, a subordinar. O escrito segue uma estrutura que primeiro versa sobre os processos de enculturação na Europa (MARTIN-BARBERO, 1997), antes mesmo de uma indústria cultural emergir, para depois debater sobre como estes processos atingem as dimensões subjetivas dos seres humanos. Após estas duas seções, descreve-se a proliferação e a consolidação da Indústria Cultural em terras brasileiras, de modo a debater o que estes processos impuseram às dinâmicas sociais. A extensão gigantesca e a presença ubíqua das indústrias culturais e os modos como elas afetam as maneiras de se encarar o aprender contemporaneamente são trabalhadas na penúltima seção. Por fim, discute-se na seção que encerra o *paper* não apenas a invasão da indústria cultural sobre terrenos, outrora, reservados à escola, mas também a aparente subordinação desta instituição as lógicas da indústria cultural.

Palavras-chaves: Mercantilização da Educação; Educação Informal; Educação pela mídia.

ABSTRACT: This paper attempts to perform a bibliographical reflection about the cultural industry as an alternative formative institution to the school, and that often has its industrialized cultural elements colonizing the school space. Thus, the focus is on how what we call today the cultural industry articulated itself with cultural elements prior to it and how, nowadays, it insinuates itself into school education in a way that often subordinates it. The paper follows a structure that first deals with the processes of enculturation in Europe (MARTIN-BARBERO, 1997), even before a cultural industry emerged, and then discusses how these processes affect the subjective dimensions of human beings. After these two sections, the proliferation and consolidation of the Cultural Industry in Brazilian lands are described to discuss what these processes have imposed on social dynamics. The gigantic extension and ubiquitous presence of the cultural industries and how they affect contemporary ways of looking at learning are addressed in the penultimate section. Finally, the concluding section discusses the invasion of the cultural industry into terrain once reserved for the school and the apparent subordination of this institution to the logic of the cultural industry.

Keywords: Education Mercantilization; Informal Education; Media Education.

[1] O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.
2 Doutorando em Educação no Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal de São Carlos. Orcid: http://orcid.org/0000-0002-5323-1107. E-mail: monteiro.hb.leonardo@gmail.com.

V. 7 N. 3 ANO 2022
e227303
https://doi.org/10.52641/cadcaj.v7i3.61

INTRODUÇÃO

Em um famoso escrito sobre educação, Arendt (2005) a define como forma de inserir as novas gerações na cultura da geração atual. A escola havia tomado para si esta função integradora das novas gerações à cultura. Contudo, esta função de socializar as novas gerações na cultura se estrutura no século XX por outros caminhos, que não necessariamente à escola. Esta forma de experienciar a cultura e a relação com conhecimentos não-escolares serão mediadas por aquilo que Adorno e Horkheimer (1985) nomeiam de indústria cultural. Este escrito tenta refletir sobre as formas como um espaço de aprendizado não-escolarizado colonizado por estes processos de industrialização da cultura se constituiu. Realiza-se neste *paper* um diálogo intenso com a obra de Martin-Barbero (1997) que realizou um grande esforço para reconstruir quais seriam as mediações que possibilitaram a emergência da indústria cultural, este pesquisador defende que não bastava a existência de tecnologias como o cinema, o rádio ou a televisão para o advento de tal. De modo que enfoca em quais seriam as condições de mediação existentes que permitiram sua consolidação.

Enquanto a escola se consolidava como transmissora de conhecimentos necessários à vida produtiva diversos outros saberes deveriam ser desconsiderados. Martin-Barbero (1997) aponta que as instituições escolares funcionavam a partir de dois princípios 'educativos' o preenchimento de recipientes vazios, pois os alunos eram considerados como tábulas rasas e a moralização materializada na pretensa extirpação de vícios. Estes princípios possibilitavam a desativação de uma consciência popular anterior à instituição escolar. Esta mudança na forma de transmissão dos conhecimentos tem como consequência a criação de um sentimento de vergonha nas classes sociais subalternizadas de seus elementos culturais. A escola, entretanto, se encontra dentro de uma forma disciplinar de espraiamento do poder pelo tecido social, uma forma de poder que Foucault (2008b) nomeou como biopoder. Han (2018) ao analisar este tipo de poder assevera que este se detém sobre o corpo, de forma a potencializar as forças produtivas em um movimento que parte de fora, para dentro dos sujeitos. Por isso o panóptico concebido por Bentham, serve de exemplo tão vivo à análise de Foucault (1987) sobre a sociedade disciplinar. Dentro deste modelo é o olhar exterior que controla/limita/produz as ações corpóreas que estes sujeitos irão realizar. O taylorismo é expressão desta lógica, os movimentos corporais são condicionados em relação a uma otimização

V. 7 N. 3 ANO 2022
e227303
https://doi.org/10.52641/cadcaj.v7i3.61

da produção. Porém, o próprio Foucault (2006) aponta o enfraquecimento desta lógica disciplinar a ocorrer no século XX.

Contudo, não apenas de repressão e disciplinarização viveu o processo de enculturação das massas. A ascensão do capitalismo, segundo Martin-Barbero (1997), modifica positivamente as formas de viver – no sentido de fomentar novos desejos. A partir de uma ótica que se vale intensamente do conceito de hegemonia gramsciano, este autor refaz os processos históricos que construíram as sociedades de massas do século XX. Se Foucault (2008b) demonstra como as cidades foram organizadas, na transição do Antigo Regime à um novo regime imbricado com o capitalismo, como meio de disciplinar o cidadão para que este produza riquezas, Martin-Barbero (1997) se debruça sobre uma produção cultural que medeia e separa as classes, legitimando na esfera da cultura este novo regime e as relações que dele se desdobravam. Inclusive, esta produção cultural iniciada muito antes mesmo do surgimento de tecnologias que poderiam transmitir a mesma mensagem de forma simultânea a toda uma população, antecede a própria emergência do biopoder analisado por Foucault (2008a) e situado por este no século XVIII. Entretanto, impossível não perceber os diálogos intensos entre estes dois processos. Em ambos os casos não houve apenas processos de repressão aos modos de vida populares. Pois, para a construção de uma hegemonia é necessário que exista uma dimensão produtiva na consolidação destas relações hierárquicas. Tanto que desde o século XVII começa a se produzir cultura destinada às classes populares. A este processo o autor nomeará de enculturação.

A ENCULTURAÇÃO DAS MASSAS ATRAVÉS DE TECNOLOGIAS BASEADAS NA ESCRITA, SOBRETUDO

Este processo de enculturação ocorreu com diversas nuances, não raro hibridizando diversos elementos. A ideia de um leitor individual com seu livro, na maioria dos lugares, não combinava com a realidade da das pessoas, pois estas se juntavam em volta de uma fogueira e atentamente ouviam uma que lia algo em voz alta. Martin-Barbero (1997) identifica, deste modo, a existência de uma leitura oral que se situa na transição de uma cultura oral para uma baseada na escrita. Durante esta transição Martin-Barbero (1997) indica a existência de um tipo literário que a fomenta. O pesquisador se valerá da literatura de cordel espanhola e da *colportage* francesa, como casos de análise. Apesar de possuírem diversas diferenças entre si, estes dois modelos também

ISSN: 2448-0916

V. 7 N. 3 ANO 2022
e227303
https://doi.org/10.52641/cadcaj.v7i3.61

possuem grandes semelhanças. Imergem as classes populares em um mundo escrito e realizam a mediação entre o culto e o popular. Cabe ressaltar que para se consolidar uma hegemonia é necessária a existência de uma circulação cultural. Esta circulação ocorre com vários traços industriais. Martin-Barbero (1997), a partir do caso francês se debruça sobre processos nos quais elementos de tradições orais passam a ser adaptados para uma cultura escrita, e vendidos em série[3], estima-se que a produção anual de folhetos deste tipo possa ter chegado a cerca de 20 milhões por ano. Outra fonte de circulação de saberes eram os almanaques, que misturavam os mais variados tipos de saberes, desde conhecimentos científicos a saberes mágicos, passando por saberes de higiene, todos embaralhados em suas páginas. De mesmo modo, histórias como as de bandoleiros e narrativas de acontecimentos, principalmente de crimes, movimentavam esta cena editorial voltada às camadas populares da população.

Apesar de estes tipos de literatura serem desconsideradas como tal em certos círculos de literatos, elas representaram um movimento de normalização e formalização das massas por meio da tecnologia, racionalidade produtiva e técnica de fabricação. Havia um processo de fabricação industrial de materiais impressos que eram dirigidos às massas e considerados como cultura do vulgo. Estes materiais impressos dos mais diversos tipos, desde os de literatura como os folhetins ou de notícias de crime em formato de narrativa até os de conhecimento prático, são descritos por Martin-Barbero (1997, p. 147) como de "conhecimentos ou receitas, textos de ciências extas ou ocultas, tabuadas de aritmética e calendários meteorológicos". Neste contexto ressalta-se a importância dos almanaques, que serviram como veículo de mestiçagem e transmissão dos mais diversos conhecimentos. Estes processos inauguram uma nova forma de experiencia de classes subalternizadas com o saber e com a cultura, nas quais existe um diálogo com saberes de classes hegemônicas e uma desvalorização de saberes subalternos. Martin-Barbero (1997) argumenta que sem estes constructos culturais, não haveria uma cultura de massas no século XX, bem como, não haveria um tão forte solapamento de saberes populares, bem como, da consolidação de uma hegemonia.

[3] Para se ter uma base disto que ficou conhecido como "*Bibliothèque Bleu*", Martin-Barbero (1997: 147) traz o relato Ch. Nissard que foi encarregado pelo governo francês de investigar esta literatura: "Dos 450 títulos que se conservaram, 120 são livros de piedade, 80 são "romances" ou peças de teatro, 40 são livros de história e o resto, livros "práticos", sejam de conhecimentos ou receitas, textos de ciências exatas e ocultas, tábuas de aritmética e calendários meteorológicos; também canções, umas dedicadas ao amor e outras às virtudes do vinho".

ISSN: 2448-0916

V. 7 N. 3 ANO 2022
e227303
https://doi.org/10.52641/cadcaj.v7i3.61

Entretanto não apenas uma cena editorial produzida em série e destinada às classes populares se constrói, mas diversos outros elementos da cultura europeia passam a ser produzidos em série. Martin-Barbero (1997) analisa o caso de uma produção iconográfica para as classes populares. Se por um lado, a prensa de tipos móveis possibilitava a reprodução de escritos dos mais diversos, por outro a gravura permitia uma grande reprodução de imagens. Apesar de em um primeiro momento estas gravuras serem predominantemente de temas religiosos, outros temas profanos também passam a fazer parte. Em 1660 se estabelece no noroeste da França, na cidade de Epinal a maior indústria de imagens de seu tempo. Produzindo todo tipo de imagens: estampas religiosas, cartas de jogo e de tarô, dominós, almanaques, coleções de soldados, ilustrações de canções e diversas outras. As narrativas produzidas pelos irmãos Pellerin, estabelecidos na cidade nos anos 1740, irão conferir fama ao local, de forma que o que receberá o nome de "imagens de Epinal" serão as narrativas de imagens lançadas por estes irmãos.

> Inicialmente essas narrativas se dirigem a uma nova clientela, os menores de idade. Trata-se de contar-lhes histórias em imagens mediante uma folha dividida em 16 quadros ou vinhetas consecutivas, dispostas em 4 fileiras que se leem da esquerda para a direita e de cima para baixo. Cada vinheta tem debaixo um pequeno texto escrito. O êxito do formato será tanto que a história em imagens por episódios deixará logo de limitar-se ao público infantil e passará a ser utilizada para todo tipo de narrativas, especialmente as que fazem "caricatura". Seu desenvolvimento iconográfico estará sobretudo ligado à representação imagética de lendas e contos populares (MARTIN-BARBERO, 1997, p. 156).

Após isto, outro grande marco na produção iconográfica será o jornal ilustrado que faz sua primeira aparição com o Penny Magazin de Londres, em 1832.

As inovações tecnológicas na área das comunicações que emergem no século XIX, XX e XXI, deste modo, são lidas não como pontos de ruptura, mas sim de aprofundamentos de dinâmicas sociais existentes e decorrentes de séculos de interações sociais e modificações culturais. Contudo, estas inovações também modificam as interações sociais e a esfera da cultura. Ou seja, os seres humanos "trabalham com máquinas que trabalham com eles (INGOLD, 2015, p. 110)". Entretanto, há uma assimetria fundamental nas relações entre humanos e não-humanos, de modo que, em geral, ao formamos um sistema humano-ferramenta, a parte humana deste possui preponderância. Ao encarar as ferramentas de comunicação tecnológica de forma processual, como Ingold (2015) percebe outros tipos de ferramentas, duas dimensões são fundamentais em suas análises: a funcional e a narrativa. Estas duas dimensões se misturam e formam dois lados de uma

ISSN: 2448-0916

V. 7 N. 3 ANO 2022
e227303
https://doi.org/10.52641/cadcaj.v7i3.61

mesma moeda. Pois, toda tecnologia, no sentido de ferramenta produzida pelo humano para interagir com o mundo, possui narrativas que se corporificam ao serem (re)utilizadas. Ou seja, as funções das coisas não estão ligadas a atributos intrínsecos a elas, mas às suas estórias.

Dentro desta chave podemos refletir sobre duas inovações tecnológicas na área das comunicações, o telégrafo e as prensas rotativas. Ambas localizadas nos Estados Unidos e que podem ser uma forte hipótese para pensarmos a força de uma imprensa de massas nesse país e sua exportação para a Europa. Postman (2005) aponta como as duas inovações se coadunaram para fomentar o que ele chamou de indústria da notícia, a prensa rotativa permitia produzir jornais ilustrados de forma muito mais veloz e em tiragens maiores, ao passo que, o telégrafo permitiu que informações viajassem de forma desencarnada através da eletricidade.

O impacto de telégrafo pode ser dimensionado se compararmos com uma outra forma de enviar uma mensagem a alguém que não se encontra presente no mesmo espaço, sem que haja uma locomoção humana, como por exemplo os sinais de fumaça eram utilizados por nativos do que hoje conhecemos como América do Norte, pelos chineses, principalmente, do alto das torres da Grande Muralha e pelo conclave católico que elege o novo sumo-pontífice da religião católica. Sterling (2008) assinala que esta é uma forma de comunicação que permite que as mensagens sejam vistas a longas distancias estas mensagens também eram enviadas por meio de códigos, os quais emissor e receptor deveriam conhecer bem. As semelhanças com o telegrafo são interessantes, entretanto eles terminam por aí. Sterling (2008) aponta que nunca houve uma padronização precisa dos sinais de fumaça e esta era uma forma de comunicação, extremamente dependente da luz do dia, e as mensagens que eram transmitidas, quase sempre, possuíam caráter militar ou prático.

O telégrafo, por sua vez, possuía um código estabelecido por seu criador e conhecido por todos os emissores e receptores. Como assevera Postman (2005), o telégrafo se amalgama a imprensa de massas estadunidense e as mensagens por ele transmitidas, são as mais variadas não sendo as práticas, preferidas em relação as inúteis[4]. Dentro deste movimento afirma Postman (2005, p. 85):

> O que o telégrafo fez foi criar um mundo de informação anônima, descontextualizada, em que as diferenças entre Maine e Texas tornaram-se cada

[4] Na Europa, entretanto, Sterling (2008) assevera que na maioria dos países, durante o século XIX o uso dos telégrafos se restringia a área militar.

ISSN: 2448-0916

V. 7 N. 3 ANO 2022
e227303
https://doi.org/10.52641/cadcaj.v7i3.61

> vez mais irrelevantes. O telégrafo também afastou a História para o fundo do quadro e ampliou o presente instantâneo e simultâneo. Mas o mais importante é que *o telegrafo iniciou o processo de tornar a informação incontrolável.* Quando o telégrafo nos deu notícia vinda de parte nenhuma, também a deu num volume sem precedentes, pois a quantidade de informação é uma função da velocidade com que ela pode ser gerada e transmitida. Notícia vinda de parte nenhuma significa notícia vinda de toda a parte, a respeito de tudo e em nenhuma ordem particular. O telégrafo criou um público e um mercado não só para a notícia, mas para a notícia fragmentada, descontínua e essencialmente irrelevante, que até hoje é a principal mercadoria da indústria da notícia (grifado no original).

Inegavelmente um mercado da notícia, hoje, se espraia a partir desta lógica baseada em fragmentos, descontinuidades e irrelevâncias. Contudo, cabe pontuar o quão estas sociedades urbanas e massivas do século XIX já consumiam "inutilidades" culturais. Martin-Barbero (1997) aponta a grande disseminação de folhetins entre as camadas populares, ou mesmo, a proliferação da imprensa na Europa, apontada por Habermas (2003) que deixa de funcionar como algo que tornava públicas as discussões das esferas governamentais e cada vez mais se atrela a divulgação de amenidades. Outro elemento importante das asseverações de Postman (2005), se faz justamente sobre a velocidade e o volume da proliferação de informações, que irá coadunar com as afirmações de Rosa (2019), acerca das modificações nos modos de se viver e se relacionar com o tempo na Europa desde a aurora do capitalismo, até a hodiernidade. Para Rosa (2019) este persistente processo de aceleração ou dinamização social é o núcleo da Modernidade e dos processos modernizadores, neste modelo não faz sentido conceber a Modernidade como um projeto, mas sim como uma compulsão estrutural à estabilização dinâmica. De modo que, este processo se torna cada vez mais claro e mais veloz conforme surgem tecnologias, principalmente na área de comunicação e transportes. Ramos (2009) ainda indica que uma imprensa periódica sintetiza a Modernidade do século XIX, ao apresentar cristalizada temporalidades e espacialidades fragmentadas, de forma a deslocalizar o processo comunicativo.

A INDÚSTRIA CULTURAL ATUA SOBRE A "ALMA" DE SEUS CONSUMIDORES

O localismo das análises foucaultianas e de outras análises centradas na Europa, ignoram os acontecimentos nas Américas, mesmo aqueles que aconteceram nos Estados Unidos, país que

ISSN: 2448-0916

V. 7 N. 3 ANO 2022
e227303
https://doi.org/10.52641/cadcaj.v7i3.61

após a Segunda Guerra Mundial assume a liderança e econômica do Ocidente e de países ocidentalizados como o Brasil. Alexis de Tocqueville (2005) escreveu detidamente sobre a vida e o governo nos Estados Unidos dos anos 1830. Um dos pontos altos de sua obra, é a percepção de que o poder neste país não era exercido sobre os corpos de seus cidadãos, mas sobre o que ele chama de "alma". Ou seja, uma modalidade de poder baseada no controle dos pensamentos, por uma maioria que não permitiria, segundo o francês, que se pensasse diferente dela, sem se tornar um estrangeiro dentre os seus. Adorno e Horkheimer (1985)[5] retomam esta observação de Tocqueville para demonstrar o poder de homogeneização da cultura promovida pela indústria cultural. Habermas (2003) observa que já no fim do século XIX a Europa já havia incorporado a forma estadunidense de uma imprensa de massas. Martin-Barbero (1997) salienta o papel fundamental da disseminação de sociedades de massa, seja na Europa, seja em outros cantos do mundo.

Um certo tipo de fruição estética adotado pela indústria cultural poderia ser identificado já no século XVIII. Desde a última década de 1790, principalmente na França e na Inglaterra proliferaram os melodramas, que eram espetáculos populares que misturavam elementos de teatro, circo e outros em suas apresentações. Martin-Barbero (1997) analisa a sua proliferação e sua dimensão popular, principalmente se levarmos em consideração que o teatro em si era reservado aos estratos considerados cultos da população. Inclusive, existia uma legislação na França que previa ao populacho autorização apenas de representações sem diálogos, sob o pretexto de que o verdadeiro teatro não fosse corrompido. Os elementos do melodrama reverberaram no início da indústria cultural e podem ser percebidos até hoje. O melodrama encenado, possuía toda uma fruição de emoções baseado, predominantemente na mímica, o que era diametralmente oposto do teatro literário burguês, baseado nos textos de celebres dramaturgos. Esta fruição de emoções, era acompanhada por canções e por efeitos sonoros, que aumentavam ou aliviam a tensão do público. Ou seja, a funcionalização da música e os efeitos sonoros, bem como, uma forma de atuação,

[5] Principalmente se considerarmos os primeiros estudiosos da Escola de Frankfurt e o papel da identidade judaica em suas teorias e problemáticas de reflexão, encontramos um caráter "bárbaro" na teorização destes autores pois apesar de se localizarem no Ocidente, estes autores se localizariam em situação semelhante a ameríndios, muçulmanos, africanos ou outros povos de "Terceiro Mundo" (MIGNOLO, 2003: 156-157). Podemos questionar, o quanto esta identidade "bárbara" de tais autores os permitiu, ou não, se distanciar de localismos em suas asseverações.

ISSN: 2448-0916

V. 7 N. 3 ANO 2022
e227303
https://doi.org/10.52641/cadcaj.v7i3.61

adentraram nas novelas de rádio e no cinema mudo de forma a serem condições de sucesso para estas produções.

Não apenas questões técnicas são importadas do melodrama pelo que hoje conhecemos como indústria cultural. A forma de atuação que exagera para demonstrar algumas emoções, assim como, a própria forma de estruturar um drama intenso, que renuncia à complexidade em prol do desencadeamento de emoções no público. Esta relação se baseará em uma experiencia com arquétipos, em uma polarização maniqueísta. Pois, os personagens que são objetos de identificação carregariam consigo um signo positivo, ao passo que os personagens que possuiriam um signo negativo de agressores seriam objetos de projeção. Quatro seriam os personagens básicos do melodrama: o traidor/agressor; a vítima; o justiceiro e; o bobo. Martin-Barbero (1997) ao realizar esta análise do melodrama identifica que há a realização de uma mediação presente nele entre o folclore das feiras e o espetáculo popular-urbano. Ou seja, é uma peça fundamental na sua análise das transformações de uma cultura popular à uma cultura de massas, para enfim, se converter numa cultura massiva.

A INDÚSTRIA CULTURAL NO BRASIL

Dentro desta chave se faz importante debatermos os processos de transnacionalização que irão situar os Estados Unidos como centro irradiador da cultura a partir do século XX. O cinema hollywoodiano fora uma forma pela qual os Estados Unidos puderam expandir seu poder e colonizar outros países, mas de uma forma diferente daquela realizada pelos europeus. O cinema foi o instrumento pelo qual os estadunidenses do início do século XX intentaram, com sucesso, difundir seus comportamentos, ideais e valores (QUINTANERO, 2005). Deste modo, a lógica de poder que estava presente dentre os estadunidenses desde o século XIX será dispersada pelo mundo. Inclusive, na Europa após a Segunda Guerra (ÁVILA, 2018; QUINTANERO, 2005). Na América Latina, por sua vez, desde os anos 1940 serão instalados escritórios da Associação das produtoras de cinema estadunidense que na prática irão fomentar a circulação exclusiva de filmes hollywoodianos, prejudicando inclusive as produções locais de filmes até a atualidade (ÁVILA, 2018; FURTADO, 1978; GATTI, 2005; GOMES, 1980).

ISSN: 2448-0916

V. 7 N. 3 ANO 2022
e227303
https://doi.org/10.52641/cadcaj.v7i3.61

Martin-Barbero (1997) argumenta que a América Latina, apesar de todas as suas diferenças é unificável pela entrada dependente de seus países, todos ex-colônias europeias, na Modernidade. Desta forma, algumas características serão estruturalmente semelhantes a todos os membros deste bloco, que possui diversas especificidades dentro de si. Uma destas características estruturantes será o rápido processo de urbanização vivenciado por elas no século XX[6], desta forma, as sociedades de massas latino-americanas se formam em um contexto técnico no qual já há a existência de meios de comunicação de massa, que não necessitam de requisitos, além dos sensoriais, para serem consumidos, como o cinema, o rádio e a televisão.

Não obstante, este processo era realizado com uma mirada às nações consideradas desenvolvidas. Entretanto, no subcontinente latino-americano o Estado, assume as rédeas da construção não só de um país inserido na Modernidade, bem como, detentor de uma identidade nacional. Sendo que diversas formas de cultura popular são absorvidas neste momento, e lançadas dentro de uma lógica de mercado, seja como forma de curiosidade destinada à estrangeiros, ou então, um patrimônio cultural daquele país, algo que o tornasse diferente dos demais. Neste processo há uma constante apropriação e expropriação de elementos culturais lidos como tradicionais e transformados em símbolos nacionais, os esvaziando muitas das vezes de seus significados e sociabilidades originais (HALL, 2013; MARTIN-BARBERO, 1997). Não à toa Cunha (2009) descreve diversos movimentos de povos indígenas para retomar o controle e por consequência as benesses advindas de elementos de sua cultura que foram expropriados. De um outro lado deste processo, Martin-Barbero (1997) aponta que a explosão populacional das grandes cidades latino-americanas se constituiu com a proliferação de favelas, *villas, miseria e callampas*[7]. Estas construções realizadas na periferia das grandes cidades, modificam o desenho urbano. As demandas destas populações também eram semelhantes, todas elas queriam participar da cidade, usufruir da malha de transportes, da sua rede de educação, da diversão por ela proporcionada e vários outros elementos que apenas poderiam chegar a eles, se fossem amplamente massificados.

[6] Uma exposição do Museu de Arte de São Paulo de nome *Arte do Brasil até 1900*, corrobora com as afirmações de Martin-Barbero (1997), os quadros selecionados presentes em uma plataforma online mostram que dimensões humanas, como seres humanos, ou construções humanas sempre envolvidas pela natureza, salvo quadros de uma tradição de um romantismo indianista. A única obra que mostra uma paisagem na qual as construções humanas não estão imersas em meio a natureza é a Rampa do Porto do Bispo de Benedito Calixto pintada em 1900. A exposição está disponível em: https://artsandculture.google.com/exhibit/arte-do-brasil-at%C3%A9-1900/jAISTqF8WN4CKg.
[7] Estes quatro substantivos são exemplos de nomenclaturas latino-americanas dadas a um conjunto de construções precárias realizadas por habitantes citadinos que não possuíam condições de habitar regiões urbanizadas das cidades.

ISSN: 2448-0916

V. 7 N. 3 ANO 2022
e227303
https://doi.org/10.52641/cadcaj.v7i3.61

Este fenômeno de uma demanda por uma massificação, possui semelhanças com o processo de massificação da cultura que na Europa do século XIX. No entanto, não haverá no Brasil antes dos anos 1960 uma indústria cultural, aponta Ortiz (1988), que possua este caráter integrador, vital ao conceito de Adorno e Horkheimer (1985), que mesmo na Europa desponta apenas nas primeiras décadas do século XX. Segundo Ortiz (1988) a consolidação de uma sociedade urbano-industrial no Brasil irá se consolidar nos anos 1940, esta década marcaria o início da existência, portanto, de uma sociedade de massas. Todavia, se no caso europeu uma sociedade de massas é arrebatada pelos avanços tecnológicos da segunda metade do século XIX e do início do século XX, no Brasil estes preexistem a consolidação dessa sociedade urbana e massiva. Ou seja, enquanto na Alemanha entre 1933 e 1945 um rádio controlado pelo Estado, impulsionava o nazismo em todos os cantos daquele país (ARCANJO, 2006), o Brasil possuirá no ano de 1945, a quantia de 111 estações radiofônicas, nenhuma dotada de alcance nacional, todas marcadas pelo localismo (ORTIZ, 1988). Essas diferenças não demonstram um atraso do Brasil em relação à Europa, mas um caminho de modernização diferente traçado devido a diversas relações que são estabelecidas historicamente.

Todavia, o número de estações de rádio no Brasil sofre um salto, quase triplicando em cinco anos e chegando a 300 estações em 1950. Neste mesmo ano pouco mais da metade da população brasileira com 15 anos ou mais não era alfabetizada (BRAGA e MAZZEU, 2017; PINTO; BRANT e PASCOM, 2000). Ou seja, podemos inferir que a proliferação do rádio, mesmo que neste contexto descentrado e ainda incipiente, como apontado por Ortiz (1988), insere as pessoas, mesmo aquelas que não sabiam ler e escrever no consumo de produtos culturais criados com intenção de lucro. A produção cultural destinada a um consumo massivo nesta primeira metade do século XX, terá como grandes alicerces o modelo de imprensa estadunidense, sendo que os jornais ao contrário dos livros recebiam subsídios na importação de papel, a radionovela, assim como, sua vertente fotonovela, que serão reinterpretadas no Brasil a partir de um modelo italiano do gênero, os programas de auditório, serão populares e servirão de termômetros às rádios, e no cinema os filmes de Hollywood e as chanchadas (ORTIZ, 1988). As chanchadas trazem uma interessante confluência de elementos presentes no teatro ligeiro, uma manifestação já popular no Brasil e que são reelaborados à produção cinematográfica. Existem diversas semelhanças entre o teatro ligeiro e o melodrama praticado alhures.

V. 7 N. 3 ANO 2022
e227303
https://doi.org/10.52641/cadcaj.v7i3.61

A maior parte dos consumidores das chanchadas eram oriundos das classes populares, o que fez com que houvesse uma tentativa da criação de um polo cinematográfico no Brasil que produzisse estes filmes, a Atlântida. Neste contexto emerge a Vera Cruz, que intentava realizar uma aproximação do cinema nacional com o padrão estadunidense, e que Ortiz (1988) argumenta que foi uma iniciativa de frações das elites brasileiras de tentar "elevar o nível cultural" do cinema brasileiro. Ou seja, o cinema enquanto instituição de aperfeiçoamento moral (ADORNO e HORKHEIMER, 1985), de certo modo, espelha a cultura local, e Ortiz (1988) afirma que a tentativa desdobrada sobretudo a partir dos anos 1940 é a de que a cultura brasileira se guie pela cultura estadunidense, o que rompe com uma tradição de mirada à Europa como centro cultural do mundo do qual irradiaria a própria ideia de civilização em nossas terras.

A inserção da televisão no Brasil se faz justamente, logo após este período. Martin-Barbero (1997) aponta que a televisão ao ser inserida nos países latino-americanos, possuirá um caráter de padronização de programas e valores televisivos estabelecidos nos territórios estadunidenses. Mas a sua construção será realizada por capitalistas nacionais, que muitas das vezes, oscilam entre o erudito e o popular, entre o artístico por essência e o técnico. Ortiz (1988), descreve este primeiro período da televisão como período de pioneirismo, no qual, inclusive as propagandas veiculadas pelas emissoras não relatavam qualidades de seus produtos, mas advertiam os consumidores sobre a necessidade de consumo daqueles produtos para que a televisão no Brasil continuasse a existir. Uma das principais figuras da época e que pode ser classificado como uma espécie de figura sintética da época é Assis Chateaubriand, que funda uma emissora de televisão, mesmo após contratar um estudo de mercado estadunidense que chegou à conclusão de que o Brasil ainda não estava pronto para tal empreendimento. A capacidade de sintetizar o momento através de Chateaubriand se dá pois ele, era um capitão de indústria[8] que se lançou no ramo da cultura e fundou a TV Tupi, a TV Cultura, o Museu de Arte de São Paulo (MASP), atuando sempre nas interfaces, entre entretenimento, educação, erudição e massificação. Este caráter de um capitalismo cultural não baseado em bases racionais de estudo de mercado, mas sim em *feelings*, intuições, não será apenas parte integrante da televisão, mas seria componente central à estrutura de toda a

[8] Ortiz (1988), se vale de dois tipos-ideais trabalhados por Cardoso (1964), o capitão de indústria que seria uma espécie de industrial que pauta suas ações pela pessoalidade nas relações estabelecidas no âmbito industrial, seja com funcionários, seja com parceiros comerciais, e, o *manager*, que corporificaria a racionalização das técnicas de funcionamento da empresa capitalista, seja na relação com empregados seja em relação a outras empresas inseridas no mercado.

ISSN: 2448-0916

V. 7 N. 3 ANO 2022
e227303
https://doi.org/10.52641/cadcaj.v7i3.61

indústria brasileira voltada à cultura, por mais que as empresas de propagandas importassem estratégias estadunidenses, toda a publicidade e a programação das rádios e da TV era feita tendo como parâmetros, dimensões subjetivas como o "calor do público", ou então, a quantidade de cartas recebidas.

Além disso é interessante notar que a TV como uma tecnologia comunicativa emergente teve uma aceitação maior pelas classes médias em ascensão na Alemanha (HABERMAS, 2003) e possuía uma dimensão de possibilidade modernizadora no Brasil, que permitiria com se inserisse e dividisse com outros países as distinções por possuir um sistema televisivo (ORTIZ, 1988). Martin-Barbero (1997, p. 249) assinala que a OEA (Organização dos Estados Americanos) proclamará o mote: 'não existe desenvolvimento sem comunicação', de forma que "o *dial* dos aparelhos de rádio ficará saturado de emissoras mesmo em cidades sem água corrente e os bairros de posseiros serão povoados por antenas de televisão".

Entre os anos 1960 e 1970 a televisão irá se consolidar como o meio de comunicação nacional. Pois, em 1970 56% da população era atingida pela programação televisa, em 1982 o número de domicílios com um aparelho televisor chega a 73% (ORTIZ, 1988), este período impulsiona uma relação quase direta entre a casa e a TV no Brasil, em 2012 os lares que possuíam ao menos uma televisão atingem as cifras de 97,21%[9]. No mesmo ano a porcentagem de domicílios no Brasil com ao menos uma geladeira era de 96,65 %[10], além disso, no mesmo ano 94,72%[11] dos lares brasileiros possuíam água encanada. Contudo cabe comentar que os dados sobre os domicílios com um aparelho televisor começam a declinar muito levemente em 2013, na casa dos centésimos, ao passo que os lares com geladeira, veem seus números subir pouco a pouco.

A consolidação da TV como meio de comunicação nacional se constrói a partir de seu uso como meio de integração do território nacional. Ortiz (1988) explora esta construção como uma face da amálgama dos interesses do governo da ditadura militar brasileira e dos empresários da

[9] Fonte: IBGE - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio. Disponível em: https://seriesestatisticas.ibge.gov.br/series.aspx?no=6&op=0&vcodigo=PD282&t=domicilios-particulares-permanentes-posse-televisao. Acesso em 03/12/2021.
[10] Fonte: IBGE - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio. Disponível em: https://seriesestatisticas.ibge.gov.br/series.aspx?no=6&op=0&vcodigo=PD279&t=domicilios-particulares-permanentes-posse-geladeira. Acesso em 03/12/2021.
[11] Fonte: IBGE - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio. Disponível em: https://seriesestatisticas.ibge.gov.br/series.aspx?no=6&op=0&vcodigo=PD274&t=canalizacao-interna-agua-domicilio-origem-abastecimento. Acesso em 03/12/2021.

ISSN: 2448-0916

V. 7 N. 3 ANO 2022
e227303
https://doi.org/10.52641/cadcaj.v7i3.61

comunicação. No terreno de infraestrutura em 1965 é criada a EMBRATEL (Empresa Brasileira de Telecomunicações) e o Brasil se associa a INTELSAT (International Telecommunications Satellite Organization), um consórcio intergovernamental que gerenciava uma série de satélites de comunicação e oferecia serviços de teledifusão. Em 1967 é criado o Ministérios das Comunicações e em 1968 é inaugurado um sistema de micro-ondas que irá conectar todo o Brasil, o que de fato ocorre apenas em 1970 com a finalização de sua implementação na área amazônica. O Estado militar não apenas outorga a operação de todo esse sistema a empresas privadas, como irá reverter enormes quantias monetárias à propaganda. Ou seja, esta integração nacional pela via de uma indústria de bens culturais foi motivo de júbilo para empresários e militares.

A discussão acerca da censura realizada pelos militares no período realizada por Ortiz (1988) ilustra muito bem esta relação. Para os militares a censura servia como forma de repressão e disciplinamento, ou seja, a ideia não era apenas a de reprimir certas condutas e ideias que poderiam ser considerados como um perigo a ordem política instituída, mas também promover certos valores morais. De modo que a ação militar não se opunha as esferas culturais, mas sim, desejava atuar junto a elas. De modo que, as diferenças entre censores e produtores de cultura não residia numa discussão sobre liberdade de expressão, a grande preocupação destes produtores eram as dimensões mercadológicas, pois, por vezes, a censura realizada impedia a comercialização de bens culturais que poderiam ser rentáveis ao empresariado. Desta forma, as contradições entre censura e da cultura produzida industrialmente se expressam apenas de forma pontual, sendo o rigor da censura militar a principal pendenga, e não a existência desta censura colocada em pauta. A vontade de conquistar o mercado interno agora unificado era tão grande que emissoras de TV como a Tupi e a Globo, assinam em 1973 um acordo de autocensura de modo a controlar e redimensionar o conteúdo de seus programas populares, para evitar que estes fossem espetáculos "degradantes" na visão militar.

Se a integração era uma peça ausente à indústria cultural brasileira, outros elementos apontados por Adorno e Horkheimer (1985) na sua conceituação de indústria cultural também irão emergir com força neste período de ditadura militar. Sendo estes a padronização de conteúdos e a racionalização da produção cultural. O investimento em infraestrutura realizado pelo governo possibilitou a criação de redes de rádio e TV, que através de afiliadas regionais disponibilizavam seus programas ao país inteiro. De modo que, um mesmo programa poderia ser assistido de forma

ISSN: 2448-0916

V. 7 N. 3 ANO 2022
e227303
https://doi.org/10.52641/cadcaj.v7i3.61

simultânea por moradores de Oiapoque e do Chuí. Outro ponto importante de inflexão no período é a multiplicação quantitativa de opções culturais que poderiam ser consumidas, em todos os ramos de comunicações de massa, desde o editorial, até o audiovisual. O ramo editorial é paradigmático para compreendermos isto, pois a Editora Abril, expande seu leque de opções de modo a tentar compreender diversos segmentos da população, sejam os universitários com a coleção "Os Pensadores", sejam os amantes de veículos com a revista "Quatro Rodas", entre diversas outras publicações como as revistas Cláudia e Placar, por exemplo. Podemos observar no Brasil a dinamização cultural através de um aumento vertiginoso de opções culturais apontadas por Rosa (2019), como uma das causas da aceleração do tempo social. Esta expansão quantitativa faz parte também do processo de racionalização das produções culturais.

Neste processo de racionalização, os capitães de indústria não irão possuir mais espaço, sendo o mercado cultural tomado pela figura dos *managers*. A ideia de missão que figuras como Chateaubriand possuíam ao trazer a televisão para o Brasil tão presente nos anos 1950, é substituída pela lógica do cálculo. Ortiz (1988) debate diversas dessas racionalizações que irão acompanhar as cadeias de TV, jornais como a Folha de São Paulo, e a dimensão publicitária. Ao que tange o terreno da publicidade cabe salientar a criação de cursos e de agencias no período, bem como, a proliferação de empresas que se dedicam a pesquisar hábitos de consumo e aferir os resultados da publicidade e dos produtos culturais de forma geral. Ortiz (1988, p. 144) afirma que "a implantação de uma indústria cultural modifica o padrão de relacionamento com a cultura, uma vez que definitivamente ela passa a ser concebida como um investimento comercial". Ou seja, toda uma outra dinâmica social se constrói no Brasil a partir desse período. Um outro ponto chave para a compreensão da televisão e sua inserção na dinâmica social está no paradigma sobre o qual ela se espraia. Martin-Barbero (1997, p. 250) argumenta que na América Latina a TV se espalha a partir de duas lógicas estruturantes a privatização das redes e a constituição de um só público, de modo que "sejam reabsorvidas as diferenças, a ponto de confundir o maior grau de comunicabilidade com o de maior rentabilidade econômica", pela produção de um "discurso que, para falar ao máximo de pessoas, deve reduzir as diferenças ao mínimo, exigindo o mínimo de esforço decodificador e chocando minimamente os preconceitos socioculturais das maiorias", o autor aponta o Estados Unidos como irradiador deste modelo de televisão. Este modelo de produção televisiva é estruturado à obtenção de retorno econômico. Hall (2013) assevera que há uma relação vital entre a produção e o consumo

ISSN: 2448-0916

V. 7 N. 3 ANO 2022
e227303
https://doi.org/10.52641/cadcaj.v7i3.61

de produtos veiculados por meio da televisão. Pois, a audiência fornece aos produtores de conteúdo uma série de *feedbacks* indiretos. De modo que é necessário que aquilo que está sendo veiculado estabeleça uma identificação no espectador de modo que este identifique plausibilidade, o que produz legitimidade. Ou seja, dentro da construção da programação televisiva, para que esta gere retornos financeiros vultuosos, que estas se filiem as "leituras preferenciais" de mundo que sua audiência se identifica. Contudo, este modelo traz consigo diversas contradições. Hall (2013) trabalha com o exemplo de um trabalhador que concorda com o discurso midiático sobre o congelamento de salários como forma de controle da inflação, ao mesmo tempo, que entra em greve para que sua categoria profissional específica receba aumento de salários. Justamente sobre essas constantes contradições um público televisivo se forma.

Martin-Barbero (1997) aponta a televisão como veículo de comunicação estadunidense por excelência, ao menos na América Latina. Pois, não bastassem as importações de programas estadunidenses, as produções locais também irão mirar e imitar, em grande medida as estruturas desse país ao fazer produtos televisivos. Aponta também o pesquisador colombiano a tendência de homogeneizar discursos existentes na televisão, que devem atingir a maior parte da população possível, sem chocar seus valores e preconceitos. Diversos outros elementos da cultura estadunidense são exportados ao mundo, a partir dos produtos da indústria cultural, seja o *jeans*, seja o discurso terapêutico (ILLOUZ, 2007). A autora argumenta que estes elementos de uma lógica psicológica estavam presentes em livros, seja de autoajuda, ou com histórias inspiradoras de sucesso no sistema capitalista, ou então, nas multinacionais que passam a se valer da lógica terapêutica como forma de maximizar a produção, assim como, na televisão, ou no cinema. De certa forma, poderíamos identificar uma perpetuação de uma cultura estadunidense durante todo o século XX, que vai para além da reafirmação ideológica presente nos embates da Guerra Fria. Martin-Barbero (1997) encontra na televisão uma padronização de modelos estadunidenses de compreender e olhar para o mundo, que funcionavam como uma nova forma de colonização de seres humanos. Deste modo, a partir de uma consolidação da indústria cultural o mercado poderia educar seus consumidores enquanto os entretém. Ou seja, a Industria Cultural possui um potencial de educar as pessoas de modo que estes se tornem consumidores, ou se reafirmem como tal. Türcke (2001) aponta como passa a existir uma busca por um logotipo, na qual as pessoas passam a ser classificadas e se enxergam no mundo através das marcas que vestem, ou dos objetos que possuem.

V. 7 N. 3 ANO 2022
e227303
https://doi.org/10.52641/cadcaj.v7i3.61

Deste modo, fica evidente que mesmo antes da disseminação massiva de tecnologias digitais à população em geral, já se havia um movimento de colonização onírica dos seres humanos, apenas potencializado de maneira brutal nas últimas décadas.

O APRENDER SE RENDE À LÓGICA DO MERCADO

As dimensões mercadológicas, portanto, se tornam centrais para compreendermos a cultura que se estabelece se século XX, bem como o potencial educativo de uma indústria cultural cada vez mais forte. Pois, ao mesmo tempo que a reprodutibilidade técnica aproxima as massas aos produtos da cultura (BENJAMIN, 2000), os encapsula no papel de consumidores de cultura. Entretanto, o advento de outras tecnologias irá borrar as fronteiras entre consumidores e produtores de elementos culturais sem, no entanto, retirar as dimensões mercadológicas como mediadoras dessa cultura. A formação cultural fora do ambiente escolar passa a ser então mediado quase que inteiramente por estes desígnios mercadológicos. Obviamente que podem ser apontadas exceções a este processo, ao mesmo tempo que pode se apontar a penetração da indústria cultural na escola, seja na utilização de filmes e jornais como elementos pedagógicos, ou então, com a utilização de softwares pedagógicos, ou mesmo pelas recorrentes iniciativas de modernização do espaço escolar, iniciadas nas últimas décadas do século XX e aprofundadas enormemente nas primeiras deste século (PUCCI, 2004; PRAZERES, 2013)

Se na aurora da indústria cultural os atores e atrizes do cinema alçadas as posições de estrela eram o desejo de imitação das massas (ADORNO e HORKHEIMER, 1985; MARTIN-BARBERO, 1997), o pesquisador colombiano aponta que as novas tecnologias passam a ser cada vez mais colocadas no papel de "estrelas" de produções como as de ficção cientifica, por exemplo. Ou então, se tornando elementos de distinção ou de posse de certo logotipo, como os descritos por Türcke (2001)[12]. O movimento de alçar ao estrelato as tecnologias desenvolvidas a partir do século XX - dentro dos âmbitos que nos importam - é fruto não apenas de condições pré-existentes. Estas forneceram um terreno de mediação para estas novas tecnologias de comunicação, que trazem consigo novas sensações aos seres humanos e mudam a forma com que estes experienciam o mundo. Türcke (2010), francamente apoiado nas afirmações de Walter Benjamin

[12] Os anúncios da Apple de novos produtos são um visível desdobramento deste fenômeno, a estrela da companhia no fim do dia sempre será o Iphone. Cf. A apresentação do primeiro Iphone em 2007 para uma visualização do fenômeno https://www.youtube.com/watch?v=vN4U5FqrOdQ. (Acesso em 10/01/2022).

ISSN: 2448-0916

V. 7 N. 3 ANO 2022
e227303
https://doi.org/10.52641/cadcaj.v7i3.61

de que o cinema produz um choque imagético em seu espectador, afirma que há uma conexão entre estímulo imagético e o vício, pois ambos possuiriam a mesma base tríade: divertir, entreter e distrair. Hoje há uma grande quantidade de estudos que intentam compreender se, e de que forma os dispositivos de tecnologia digital causariam vício em seres humanos (HAUG *et al.*, 2015; PANOVA; CARBONELL, 2018[13]). No entanto, de vital importância é identificarmos que estes dispositivos que mudaram a forma como experienciamos o mundo. E que existe uma dimensão de aprendizado enquanto os seres humanos consomem algo que os entretêm, os distrai e os diverte (TÜRCKE, 2010). Não à toa Türcke (2010) enxerga que a linguagem publicitária se infiltra no cotidiano de modo a ser, hoje, a tônica comunicativa de países ocidentalizados, os quais seus habitantes são bombardeados por publicidade na maior parte de seu dia. Podemos afirmar que as sensações produzidas pelos dispositivos, assim como, as produções culturais em formato de mercadoria mediam um processo educativo em massa e de forma individualizada.

Uma das expressões deste processo é a estilização da vida, analisada por Usher (2013). Sob uma lógica que o autor classifica como cultura de consumo, a própria aprendizagem passa a ser integrada como uma experiencia a ser consumida, em um modelo no qual o aluno (consumidor) interage com o professor (facilitador), de modo que a motivação para o aprender deve ser realizada seguindo aquilo que possa ser interessante aos estudantes. Neste interim os educadores passam a ser parte da indústria da cultura ao serem alocados ao papel de comentaristas, de notícias, ou obras escritas e audiovisuais, produzidas sob a égide da indústria cultural, ou mesmo, quando se colocam na posição de vendedores de conhecimento (1999), ao tentar convencer os estudantes a aprender determinados conhecimentos. Mas, os próprios *selves* estudantis, se produzem hodiernamente como projetos de *self* (USHER, 2013), de modo que a construção desses *selves* em intricada relação com a mídia, a publicidade e o consumo. De modo que estas pessoas, constroem seus estilos de vida, tendo como direcionamento a busca da satisfação do prazer imediato. Duas consequências são percebidas advindas disto, a primeira remete a uma multiplicação dos conhecimentos legítimos que passam a ser legitimados pela experiência, que não raro se encontra refém de um estilo de vida que busca insaciavelmente o prazer, de modo que a hierarquização dos conhecimentos se encontra enfraquecida no tecido social. E, por outro lado, se valoriza cada vez mais a individualidade e a

[13] Os dois trabalhos citados são interessantes pois chegam a resultados diversos em relação a existência ou não de vicio entre os usuários de smartphones.

ISSN: 2448-0916

V. 7 N. 3 ANO 2022
e227303
https://doi.org/10.52641/cadcaj.v7i3.61

diferença, assim como, "realizar-se, descobrir a verdade sobre si mesmo e aceitar a responsabilidade sobre si torna-se pessoalmente desejável e economicamente funcional" (USHER, 2013, p. 209). Sendo que a ênfase deste processo recai sobre o autoaperfeiçoamento, o autodesenvolvimento e a autorregulação, sendo que estas dinâmicas se apresentam e se consumam para as pessoas como empoderadoras e até mesmo prazerosas. Esta estilização da vida, fomenta, segundo Usher (2013), a adaptação das pessoas, que não mais tentam mudar o contexto no qual vivem, mas desejam se moldar a ele, através de autoaperfeiçoamentos e outros processos, que incidem sobre si mesmo que advém, sobretudo, da popularização da psicologia (ILLOUZ, 2007 e 2008) e de sua nova faceta do século XXI, a psicologia positiva (CABANAS e ILLOUZ, 2019).

A ESCOLA SE RENDE À INDÚSTRIA CULTURAL E CONSIDERAÇÕES FINAIS

O próprio sistema produtivo do capitalismo que antes se focava em produzir e vender coisas, na aurora do século XXI já havia se convertido em um grande sistema baseado não mais nas coisas que eram produzidas, mas nas ideias que as marcas suscitavam (KLEIN, 2002), o importante nesta nova configuração não é mais vender coisas, mas sim experiencias humanas (YÚDICE, 2002) e o capitalismo se organiza de forma francamente financeira (DELEUZE, 2013). A emergência e consolidação da terapia no século XX também compõe interessante parte desse quadro (ILLOUZ, 2007, 2008). O panorama do século XXI ao que tange estas temáticas traz como mote a ideia de se deve a partir dessa racionalização da vida em todas as suas esferas, inclusive emocional, alcançar a felicidade, e que isto é uma responsabilidade individual (CABANAS e ILLOUZ, 2019). Ou seja, se desenha um cenário de responsabilização individuação e coação dos indivíduos para que eles alcancem não apenas a felicidade, mas a maior produtividade (HAN, 2017). Assim como, os autores salientam a influência dos constructos teóricos de uma psicologia que visa com que as pessoas positivamente procurem aperfeiçoamento psicológico para se tornarem felizes no mundo como ele é hoje, também apontam a presença desses constructos nas formulações de políticas educacionais de vários países. (CIERVO, 2019). Esta presença é tão forte que em um concurso público da Secretaria de Educação de Alagoas para o provimento de cargos de professor no ano de 2021, todos os candidatos deveriam realizar provas que contemplassem conhecimentos

V. 7 N. 3 ANO 2022
e227303
https://doi.org/10.52641/cadcaj.v7i3.61

em Língua Portuguesa, Legislação Educacional e Habilidades Socioemocionais[14]. Estes futuros professores também deverão estetizar suas aulas para que consigam capturar a atenção dos jovens por alguns momentos (PUCCI, 2004). Paralelamente a esta nova articulação, o uso de tecnologias digitais nas escolas é incentivado de forma constante.

Este incentivo para a incorporação de produtos de uma indústria cultural voltada à educação ou de elementos de uma indústria cultural que não os produz necessariamente para a escola é uma tônica desde os fins do século XX, ao menos no estado de São Paulo (PUCCI, 2004). Em uma interessante tese de doutoramento, Prazeres (2013) traz à discussão uma espécie de crença compartilhada pelo Governo do Estado de São Paulo, empresas e grandes conglomerados de mídia de que a educação precisa ser 'modernizada'. Modernização que é entendida por estes atores como inserção de tecnologias digitais no ambiente escolar. Esta crença generalizada permite a convergência de diversos interesses sobre a instituição escolar, que como vimos acima, possui uma conveniência estratégica na forma como a cultura deve ser performada. Ou seja, o descompasso entre os alunos e a instituição escolar, descrito por Sibilia (2012) faz parte da narrativa de uma escola arcaica que precisa de uma reformulação urgente para que ela possa educar os alunos, que devem a todo custo serem formatados para esta nova configuração, assim como, os seres humanos de século anteriores foram formatados para um capitalismo fabril, a partir de uma escolarização compulsória que delimitou parâmetros sobre o que deveria ou não deveria ser aprendido. O alinhamento de discursos que defendem a modernização da escola a partir da adoção e incorporação de tecnologias digitais em seu cotidiano (PRAZERES, 2013) com uma lógica na qual se formam consumidores que passivamente escolher entre o que lhes é ofertado, ao invés de realizarem construções ativas, como se promulga ao se defender a formação de cidadãos atualmente (HAN, 2018) é latente. Hoje, a escola deve idealmente se apresentar de forma a possibilitar que os alunos aprendam uma gama variada de conteúdos, ao mesmo tempo, em que deve entreter para performar e reforçar a forma cultural de entretenimento que se apresenta, hodiernamente, como dominante (COSTA e MOMO, 2009). Se trata de uma constante rearticulação com as dinâmicas sociais que englobam a escola, pois quando a indústria cultural adentra a escola não apenas como

[14] O edital para o certame pode ser conferido em: https://cdn.cebraspe.org.br/concursos/SEDUC_AL_21/arquivos/ED_SEDUC_AL_21_ABERTURA.PDF (Acesso em 23/12/2021.)

ISSN: 2448-0916

espaço formativo alternativo, mas como parte integrante da formação a escola parece se subordinar a ela.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. Tabus a respeito do professor. *In*: ZUIN, Antonio Álvaro Soares; PUCCI, Bruno; RAMOS-DE-OLIVEIRA, Newton (org.). **Adorno: O poder educativo do pensamento crítico**. Petropólis: Editora Vozes, 1999. p. 157–176.

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

ARCANJO, Thiago Soares. O historiador e as novas tecnologias. *In*: , 2006, Porto Alegre. **Reunião de artigos do II Encontro de Pesquisas Históricas - PUCRS**. Porto Alegre: Memorial do Ministério Público do Rio Grande do Sul, 2006. p. 2056.

ARENDT, Hannah. A Crise da Educação. *In*: ARENDT, Hannah (org.). **Entre o Passado e Futuro**. São Paulo: Perspectiva, 2005.

ÁVILA, Eliana Souza de. **A hegemonia do cinema estadunidense : impactos na distribuição do filme brasileiro**. 202 f. 2018. - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018. Disponível em: https://doi.org/001095087

BENJAMIN, Walter. A Obra de Arte na Era da sua Reprodutibilidade Técnica. *In*: LIMA, Luiz Costa (org.). **Teoria da Cultura de Massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2000. p. 221–254.

BRAGA, Ana Carolina; MAZZEU, José Francisco. O analfabetismo no brasil: lições da história. **Revista online de Política e Gestão Educacional**, Araraquara/SP, v. 21, n. 1, p. 24–46, 2017. Disponível em: https://doi.org/dx.doi.org/10.22633/rpge.v21.n.1.2017.9986

CABANAS, Edgar; ILLOUZ, Eva. **Happycracia: Cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas**. Barcelona: Paidós, 2019.

CARDOSO, Fernando Henrique. **Empresário industrial e desenvolvimento econômico no Brasil**. São Paulo: Difel, 1964.

CIERVO, Tássia Joana Rodrigues. **A centralidade das competências socioemocionais nas políticas curriculares contemporâneas no Brasil**. 154 f. 2019. - Universidade Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2019.

COSTA, Marisa Vorraber; MOMO, Mariangela. Sobre a "conveniência" da escola. **Revista Brasileira de Educacao**, [Online], v. 14, n. 42, p. 521–533, 2009. Disponível em: https://doi.org/10.1590/S1413-24782009000300009

CUNHA, Manuela Carneiro da. **Cultura com aspas e outros ensaios**. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

FOUCAULT, Michel. **Estratégia, Poder-Saber: Ditos e Escritos IV**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

FOUCAULT, Michel. **Nascimento da Biopolítica**. São Paulo: Martins Fontes, 2008a.

FOUCAULT, Michel. **Segurança, Território, População**. São Paulo: Martins Fontes, 2008b.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir**. Petropólis: Vozes, 1987.

FURTADO, Celso. **A Hegemonia dos Estados Unidos e o Subdesenvolvimento da América Latina**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.

GATTI, André Piero. **Distribuição e Exibição na Indústria Cinematográfica Brasileira**. 2005. - UNICAMP, Campinas, 2005.

GOMES, Paulo Emilio Sales. **Cinema: trajetória no subdesenvolvimento**. Rio de Janeiro: Paz e Terra/Embrafilme, 1980.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança Estrutural da Esfera Pública: investigações uanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

HALL, Stuart. **Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.

HAN, Byung-Chul. **No enxame: perspectivas do digital**. Petropólis: Vozes, 2018.

HAN, Byung-Chul. **Psicopolítica: Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder**. Barcelona: Herder, 2014.

HAUG, Severin *et al.* Smartphone use and smartphone addiction among young people in Switzerland. **Journal of Behavioral Addictions**, [*s. l.*], v. 4, n. 4, p. 299–307, 2015. Disponível em: https://doi.org/10.1556/2006.4.2015.037

HUANG, Kuo-Ting; ROBINSON, Laura; COTTEN, Shelia R. Mind the Emotional Gap: The Impact of Emotional Costs on Student Learning Outcomes. *In*: COMMUNICATION AND INFORMATION TECHNOLOGIES ANNUAL. [Online]: Emerald Insight, 2015. p. 121–144. Disponível em: https://doi.org/10.1108/S2050-206020150000010005

ILLOUZ, Eva. **Intimidades Congeladas: Las emociones en el capitalismo**. Buenos Aires: Katz Editores, 2007.

ILLOUZ, Eva. **Saving the modern Soul: Therapy, emotions, and the culture of self-help**. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press, 2008.

INGOLD, Tim. **Estar Vivo: Ensaios sobre movimento, conhecimento e descrição**. Petropólis: Vozes, 2015.

KLEIN, Naomi. **Sem Logo: A tirania as marcas em um mundo vendido**. São Paulo: Record, 2002.

LAVAL, Christian. **La escula no es una empresa: El ataque neoliberal a la enseñanza pública**. Barcelona: Paidós, 2004.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações: Comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1997.

MIGNOLO, Walter D. **Histórias Locais/Projetos Globais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

ORTIZ, Renato. **A Moderna Tradição Brasileira**. Brasília: Editora Brasiliense, 1988.

PANOVA, Tayana; CARBONELL, Xavier. Is smartphone addiction really an addiction? **Journal of Behavioral Addictions**, [*s. l.*], v. 7, n. 2, p. 252–259, 2018. Disponível em: https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.49

PINTO, José; BRANT, Liliane; PASCOM, Ana. Um olhar sobre os indicadores de analfabetismo no Brasil. **Revista brasileira de Estudos pedagógicos**, Brasília, v. 81, n. 199, p. 511–524, 2000.

POSTMAN, Neil. **O desaparecimento da Infância**. Rio de Janeiro: Graphia Editorial, 2005.

PRAZERES, Michelle. **A moderna socialização escolar: Um estudo sobre a construção da crença nas tecnologias digitais e seus efeitos para o campo da educação**. 169 f. 2013. - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

PUCCI, Bruno. A Escola e a semiformação mediada pelas novas tecnologias. *In*: , 2004, Piracicaba. (UNIMEP, Org.)**Colóquio Internacional Teoria Crítica e Educação**. Piracicaba: UNIMEP, 2004. Disponível em: http://www.unimep.br/~bpucci/a-escola-e-a-semiformacao.pdf

QUINTANERO, Tania. Cinema e guerra: objetivos e estratégias da política estadunidense no Brasil. **Comunicação e Política**, [Online], v. 23, n. 37, 2005.

RAMOS, Julio. **Desencuentros de la modernidad en América Latina**. Caracas: Fundación Editorial El perro y la rana, 2009.

ROBINSON, Laura; SCHULZ, Jeremy. Net Time Negotiations Within the Family. **Information Communication and Society**, [Online], v. 16, n. 4, p. 542–560, 2013. Disponível em: https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.777761

ROBINSON, Laura; WIBORG, Øyvind; SCHULZ, Jeremy. Interlocking Inequalities: Digital Stratification Meets Academic Stratification. **American Behavioral Scientist**, [Online], v. 62, n. 9, p. 1251–1272, 2018. Disponível em: https://doi.org/10.1177/0002764218773826

ROSA, Hartmut. **Aceleração: A transformação das estrutuas temporais na Modernidade**. São Paulo: Editora UNESP, 2019.

STERLING, Christopher H. **Military communications : from ancient times to the 21st century**. Santa Barbara, California/ Denver, Colorado/ Oxford, England: ABC-Clio, 2008.

TOCQUEVILLE, Alexis de. **A Democracia na América: leis e costumes de certas leis e certos costumes políticos que foram naturalmente sugeridos aos americanos por seu estado social democrático**. 2ªed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

TÜRCKE, Christoph. A luta pelo logotipo. *In*: DUARTE, R.; FIGUEIREDO, V. (org.). **Mimesis e expressão**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2001. p. 109–121.

USHER, Robin. Experência, pedagogia e práticas sociais. *In*: ILLERIS, Knud (org.). **Teorias Contemporâneas da Aprendizagem**. Porto Alegre: Penso, 2013. p. 199–216.

V. 7 N. 3 ANO 2022
e227303
https://doi.org/10.52641/cadcaj.v7i3.61

YÚDICE, George. **El Recurso de la Cultura: Usos de la cultura en la era global**. Barcelona: Editorial Gedisa, 2002. ISSN 1098-6596.v. 53