

IMPLICAÇÕES FORMATIVAS DA RELAÇÃO ENTRE A INDÚSTRIA CULTURAL E A INFÂNCIA: UM OLHAR SOBRE A SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

CULTURAL INDUSTRY AND CHILDHOOD: A LOOK AT CONTEMPORARY SOCIETY

Gracilene dos Santos Almeida¹

Alex Sander da Silva²

RESUMO: Este trabalho aborda a relação entre a infância, mas especificamente o período que vai desde o nascimento até aproximadamente o décimo-segundo ano de vida e a indústria cultural, no contexto da sociedade contemporânea. Tem como objetivo analisar e refletir como ocorre a dinâmica da influência da indústria cultural no decorrer da formação da criança, enfatizando os meios pelos quais esse vínculo se constrói e como se caracteriza essa relação. Também ressaltamos no texto as problemáticas internas a essas relações, bem como os impactos acentuados e predominantes que podem afetar a sociedade contemporânea. Procuramos discutir a dialética da indústria cultural, assim como a condição das crianças ao serem expostas excessivamente aos recursos midiáticos para se desobrigarem da atenção à infância. Para isso, apresentamos a relação da indústria cultural, a ideia de infância em suas implicações formativas no contexto da sociedade atual.

Palavras-chave: Indústria Cultural. Infância. Sociedade Contemporânea.

ABSTRACT: This work deals with the relationship between childhood and the cultural industry in the context of contemporary society, with the aim of analyzing how the dynamics of cultural industry influence during the formation of the child, emphasizing the means by which this bond is built and how this relationship is characterized. It also highlight the internal problems of these relations and the sharp and predominant impacts that can affect contemporary society. For this, we present the idea of childhood and its fragility in the social context. In addition, we try to discuss the dialectics of cultural industry, as well as the incoherent posture of parents in exposing children excessively to the media resources in order to free themselves from child care.

Keywords: Cultural Industry. Childhood. Contemporary Society.

¹ Graduada em Pedagogia na Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC.

² Doutor em Educação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande de Sul (2010). Pós-Doutorado PNPd/CAPES no PPGE/UNIMEP, no núcleo de História e Filosofia da Educação (2014). Atualmente, é professor do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC).

Saberes Pedagógicos, Criciúma, v. 5, nº1, janeiro/abril 2021. – Curso de Pedagogia – UNESC

INTRODUÇÃO

Ao falarmos em sociedade contemporânea, logo a associamos à ideia de uma sociedade modernizada, que utiliza os meios tecnológicos para desenvolver suas atividades corriqueiras. Mas não só para isso. Também, principalmente, para acelerar os processos do raciocínio lógico e, desse modo, obter o ganho de tempo por meio da praticidade dos processos. Porém, em defesa desse exercício do raciocínio, questionamo-nos até que ponto essa modernização, em situações nas quais os tempos mudaram em muitos aspectos e de uma forma geral, aplica-se também à nossa maneira de viver e à vida das crianças.

Neste artigo, se trata de um ensaio teórico crítico que tem por objetivo analisar a relação existente entre a indústria cultural e o desenvolvimento da infância no contexto da sociedade contemporânea. Para isso, tomaremos como base o conceito de indústria cultural de Theodor Adorno, mais especificamente o texto “A Indústria Cultural”, que compõe o livro de Gabriel Cohn intitulado Comunicação e Indústria Cultural (COHN, 1977, p.287-295, 1977). Quanto à infância na sociedade contemporânea, utilizaremos como referência o texto de Sônia Kramer (1978), que tem por título “A ideia de Infância na Pedagogia Contemporânea”. Sabemos que as mídias exercem uma grande influência nos paradigmas presentes na sociedade atual e que, de certa forma, isso tem interferido no desenvolvimento das crianças.

A metodologia dessa pesquisa será bibliográfica seguindo o pressuposto do termo que remete a problemática em questão. Para isso dividimos a estrutura de trabalho em três tópicos: o primeiro relata o conceito de Indústria cultural na visão de Adorno, articulando com a visão de outros autores como Citelli (2004), Coelho (1986) e Severiano (2006), Lipovetsky (1989). Em sequência apresentamos a infância na contemporaneidade a partir da perspectiva de Kramer em articulação com autores como Santos (2013), e (2002), Steinberg e Kincheloe (2001), Souza (2010), Miller (2003), Rotondaro (2002), Camargo (2015). Para finalizar o discurso falamos sobre as implicações formativas da relação entre a indústria cultural e a infância revisamos os autores Hobsbawm (1994), Giddens (2003), Beck (1999), Vorotto, (2004), Zuin (2001 e 1999), Barbosa (2010), Adorno (1977).

Consideramos que esses autores por estudarem sobre essa temática poderão contribuir para a discussão sobre as questões relacionadas às influências da mídia e ao

estabelecimento dos padrões éticos sociais da sociedade atual, bem como sobre a relação dos conteúdos propagados – produtos, materiais e simbólicos –, vinculados a uma ideologia nebulosa, disfarçada de cuidado, que é constantemente veiculada pela grande indústria da cultura. Na maioria das vezes, essas interferências da mídia distorcem o comportamento natural da infância e acarretam sérios problemas ao desenvolvimento da criança. Não é sem sentido, portanto, a previsão do artigo 76, do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) ao determinar que as emissoras de rádio e televisão somente exibirão, no horário destinado ao público infanto-juvenil, programas que tenham a finalidade educativa, artística, cultural e informativa, exigindo-se que as exibições sejam precedidas do aviso de classificação.

De acordo com o estudo sobre o uso precoce das mídias pelas crianças, realizado pelo laboratório de pesquisa da Escola Superior Propaganda e Marketing-ESPM *Media Lab* que investiga as transformações cruciais no modo como a sociedade contemporânea se comunica e inclina-se a crescente tendência da cultura digital, afirma que: “(...) assistir aos vídeos ou clipes *on-line* e utilizar redes sociais são as atividades praticadas mais citadas pelas crianças e pelos adolescentes com idades entre 11 e 16 anos em vários países.

No Brasil onde há grande desigualdade entre as classes sociais mesmo em algumas famílias sem muito poder aquisitivo se observa as referidas crianças conviverem com as diversas mídias e tecnologias de modo precoce, especialmente quando pertencem a famílias com maior recurso financeiro. A relação das crianças com os espaços, também vão de encontro ao interesse dos pais, que acabam agregando ao convívio familiar, a solução profissional, assim, elas (as crianças) tendem a preferir mais os passeios no *shopping*, os brinquedos industrializados, os jogos eletrônicos, as roupas e os sapatos a irem à praça ou à praia, de modo que, aos poucos, vão sofrendo mudanças em seu jeito próprio de ser criança, assemelhando seu comportamento ao dos adultos, concretizando, desse modo, o pensamento dessa tendência de que é algo comum da infância.

Em razão disso, podemos dizer que a cultura da mídia tem efeitos significativos na formação cultural da infância e na sua identidade. Kellner (2001, p. 235) compreende que “a cultura da mídia ocupa, em certo sentido, o lugar de instituições tradicionais como a família, a escola e a igreja, tornando-se instrumento de socialização e fornecedora de elementos formadores de identidade.” De certa maneira, a autora indica que existe uma espécie de cultura

da mídia que tem ocupado uma posição importante. Além disso, com relação a essa posição, ela sugere que há algumas consequências desse movimento. Dentre os aspectos relativos às implicações salientadas pela autora está o de que a assim chamada “cultura da mídia” influencia a sociedade como um tipo de instituição social ou, ainda, posiciona-se no campo social.

Destarte, a cultura pode ser entendida como um elemento importante na compreensão dos efeitos e implicações da mídia produzida nela, ou seja, para entendermos as mídias e os seus impactos na vida dos sujeitos no contexto da sociedade contemporânea, é fundamental que observemos o modo como elas se relacionam. Além disso, a autora indica que existe um lugar social ocupado por elas e que, desse modo, elas compõem o conjunto de elementos que constituem as bases das práticas sociais e das instituições sociais, bem como para os sujeitos.

Abordaremos, nesse texto, primeiramente, o significado do termo Indústria Cultural criado pelo filósofo Theodor W. Adorno, pensando ser ele relevante para a compreensão da dinâmica da produção de bens culturais na sociedade contemporânea. Em síntese, falaremos dos pontos semelhantes e contraditórios existentes sobre os conceitos de cultura de massa e indústria cultural. Em seguida, tratamos do conceito de infância, a partir da visão da autora Sonia Kramer, entendendo que a pesquisadora consegue fazer uma definição da infância numa perspectiva contemporânea. Por fim, trazemos nossa reflexão a respeito das implicações formativas da relação entre a indústria cultural e a infância no contexto da sociedade contemporânea.

2 O CONCEITO DE INDÚSTRIA CULTURAL

Neste primeiro momento, pretendemos elaborar alguns aspectos do conceito de “Indústria Cultural”. Sua definição foi empregada pela primeira vez em 1947, no livro *Dialektik der Aufklärung*³, escrito por Adorno e Horkheimer, pesquisadores integrantes da chamada Escola de Frankfurt, escola esta que foi fundada em 1924 na Alemanha e que era formada por pensadores que preocupavam-se com o contexto social e cultural do surgimento de teorias e

³O título *Dialektik der Aufklärung* foi traduzido para o português como “Dialética do Esclarecimento” por Guido Antônio de Almeida. Em nota preliminar, o tradutor justifica sua escolha pela tradução de *Aufklärung* para “esclarecimento” e não “iluminismo” ou “ilustração”.

Saberes Pedagógicos, Criciúma, v. 5, nº1, janeiro/abril 2021. – Curso de Pedagogia – UNESC

valores do mundo da sociedade industrial avançada. “A Escola de Frankfurt surgiu com o claro propósito de tentar instaurar uma teoria social capaz de interpretar as grandes mudanças que estavam ocorrendo no início do século” (TANAKA, 2001, p. 81). Ao pensar na transformação da cultura em mercadoria, esse termo foi idealizado e aplicado pelos autores para designar a situação da arte e da produção de bens culturais na sociedade capitalista industrial. Ao falarmos de indústria cultural, não se trata especificamente de grandes polos fabris de produção industrializada em série, seja de bens materiais ou simbólicos. Entendemos, como foi pensada pelos autores frankfurtianos, que a utilização dos meios de comunicação são os meios pelos quais a Indústria cultural se utiliza para estabelecer padrões, normas e ideologia pela classe dominante, com um único objetivo final – o lucro.

Nesse sentido, passa-se a valorizar mais a produção intelectual tornando-a assim mais um produto no mercado. Para Adorno (1977), toda a práxis da indústria cultural transfere, sem mais, a motivação do lucro às criações espirituais, a produção dos bens culturais diz respeito aos interesses da própria sociedade que o produz como mercadorias. Desse modo, “A partir do momento em que essas mercadorias asseguram a vida de seus produtores no mercado, elas já estão contaminadas por essa motivação” (ADORNO, 1977, p. 288).

Os autores Adorno e Horkheimer (1985) esclarecem as diferenças entre os conceitos de Indústria Cultural e de Cultura de Massa. Para eles, a Cultura de Massa é algo intrínseco da sociedade, isto é, uma cultura feita pelas massas para as massas, no qual o objetivo não está ligado diretamente a comercialização, mas a preservação e divulgação das características próprias regionais que são moldadas segundo as suas tradições, fatos históricos, credos e credices, entre outros costumes distintos. Por outro lado, a Indústria Cultural se caracteriza como um sistema que de forma sutil utiliza os meios de comunicação para suscitar padrões e juízos de valor recorrentes, com o propósito de se criar uma percepção comum voltada ao consumismo personificado.

Adorno (1977, p. 289), em seu texto *Industrial Cultural* afirma que “Cada produto se apresenta como individual; a individualidade mesma contribui para o fortalecimento da ideologia, na medida em que se desperta a ilusão de que o que é coisificado e mediatizado é um refúgio de imediatismo e de vida”. A Indústria Cultural se diz “cultural”, mas o que se vê é uma produção comercializada, pois tudo nela é planejado e ordenado com o objetivo voltado

ao capitalismo. Adorno vai dizer, a exemplo disso, que o cinema, o rádio e a televisão, a indústria cultural em geral, eram produção de cultura do povo, eram tidos como lazer e utilidade pública. Nesse sentido, para o autores frankfurtianos,

O entretenimento e os elementos da indústria cultural já existiam muito tempo antes dela. Agora, são tirados do alto e nivelados a altura dos tempos atuais. A indústria cultural pode se ufanar de ter levado a cabo com energia e de ter erigido em princípio a transferência muitas vezes desajeitada da arte para a esfera do consumo, de ter despido a diversão de suas ingenuidades inoportunas e de ter aperfeiçoado o feitio das mercadorias. (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 126).

Sendo assim, o que normalmente era considerado uma forma comum de lazer para a sociedade, atualmente transformou-se em oportunidade de ganhos de capital além de manipulação do entretenimento das pessoas. Nesse sentido, pode-se dizer que a Indústria Cultural tem todos os elementos característicos do mundo industrial moderno, ao transformar os bens culturais em mercadoria numa grande indústria da cultura, que cumpre uma função específica de propagar a ideologia dominante, que é um componente do todo sistema capitalista.

Segundo Adorno *apud* (CITELLI; LEITE, 2004, p. 30),

A TV pode tornar-se um instrumento de alienação, enquanto produto de indústria cultural ela interfere na formação e na consciência do consumidor, o que está longe de ser inofensivo na medida em que propaga o conformismo mediante modelos e estruturas que não permitem a criticidade.

O conceito de modernidade gira em torno do avanço tecnológico, da globalização e da conectividade e está vinculado àquilo que é novo, que é inédito. O uso do termo modernidade consolidou-se na Revolução Industrial e está normalmente relacionado ao desenvolvimento do capitalismo.

Já a ideia de consumo difundida na sociedade se fortificou justamente pelo fato de ser apresentada por meio da fictícia necessidade de renovação constante. O ideal de consumo, de acordo com Severiano (2006, p. 181), “[...] não é criado para ser alcançado, mas para manter os consumidores em estado de perpétua insatisfação, que é o combustível do consumo”, o que causa o contínuo descontentamento com um objeto de consumo já obtido e a busca incessante por novos modelos a serem consumidos.

Lipovetsky (1989, p. 294) também analisa a questão da novidade ao introduzir a ideia de que, semelhante à moda, a publicidade trabalha princípios como “[...] originalidade a qualquer preço, a mudança permanente, o efêmero”.

Os aparatos tecnológicos nos proporcionam conforto, comodidade, funcionalidade e simplicidade. Assim, hoje podemos fazer nossas tarefas corriqueiras com muito mais praticidade do que em tempos passados, contudo, o que há por trás da Indústria Cultural? O que o consumismo indica? Quem regulamenta as ideologias no contexto de comunicação de massa? Os bens culturais são convertidos em produto de consumo, o sistema capitalista gera uma desigualdade econômica em cuja ideologia escondida vale mais quem possui mais.

Segundo Adorno (2002, p. 9): “A racionalidade técnica hoje seria a racionalidade da própria dominação, isto é, o caráter repressivo da sociedade que se autoaliena.” Neste sentido, a Indústria Cultural monta e dissemina um ambiente onde a técnica assume o poder da classe burguesa sobre a sociedade simulando o poder econômico já existente na sociedade. Atendendo ao apelo da mídia, convencidos pelo valor da tecnologia de ponta, os homens têm seguido essa tendência cultural na ânsia pela aquisição de futilidades. Consequentemente, uma exploração desenfreada de mão de obra monta um cenário de um sistema de controle e domínio por meio de produtos industrializados.

Dessa forma, o ser humano tem perdido o seu raciocínio crítico, que reflete suas ações, e tornou-se um instrumento da Indústria Cultural, um mero consumista compulsivo. Um refém do próprio ego. A cultura, portanto, tem a potencialidade de organizar; já as nossas condutas e ações podem ser valorizadas ou condenadas, moldadas e, dessa forma, reguladas a partir de uma padronização difundida pelas matrizes que determinam a Cultura Popular. À medida que os valores vão sendo trocados, produtos vão coisificando-se e o sujeito vai se tornando coadjuvante nesse cenário onde o “ter” é princípio fundamental para o “ser”.

Podemos então entender que a Indústria Cultural é um conceito que diz respeito à condição moderna da sociedade ocidental. Ela indica que há alguns modos de funcionamento dessa sociedade que favorecem o florescimento de certas mentalidades e relações mais próprias do consumo e não da experiência.

Na sequência, entraremos na segunda seção deste artigo, que indica alguns aspectos sobre a noção de infância na contemporaneidade, partindo principalmente do pensamento de Sônia Kramer.

3 INFÂNCIA NA PERSPECTIVA DA CONTEMPORANEIDADE

O conceito da infância é uma construção social segundo os teóricos estudados dentro da perspectiva da contemporaneidade, pois a formação e as transformações da cultura da infância e as mudanças comportamentais estão ligadas diretamente ao vínculo familiar, às relações sociais e à visão de mundo que é absorvida a partir dessas relações.

Diante disso, para compreender como ocorre a relação da criança com a indústria cultural, é necessário considerar o tempo e o espaço em que a criança está inserida, pois as construções conceituais de infância foram se modificando na medida em que a sociedade também foi se configurando.

Atualmente, dado o seguimento do modelo capitalista que estabelece as estruturas funcionais da sociedade, assistimos a um modelo de infância idealizado pela indústria da cultura que não corresponde à perspectiva de uma infância natural desejada. Com base em Kramer (1978), entende-se que, de modo geral, a infância é um período no qual a criança precisa e depende do adulto. Mas essa dependência, contudo, configura-se como um fator social e não natural, e o sentido dessa subordinação varia de acordo com as classes sociais, pois a conjuntura dessa relação não está dada em fórmulas ou métodos, antes, ela é construída socialmente.

Em virtude disso, uma série de mudanças vem acontecendo no desenvolvimento da percepção da criança, uma vez que há vários fatores que contribuem para tais transformações. Atualmente, temos a percepção de que a criança está em fase de descobertas e precisa ser orientada por meio dos conhecimentos previamente determinados pelos adultos, os quais são concebidos como estágio mais evoluído de um ser humano.

Nesse sentido, Santos (2013, p. 10) relata que

A infância hoje é resultado de uma construção social, construída através da cultura, dos movimentos que a sociedade produz, sendo que a humanidade continua em movimento na busca de seu desejo e de sua história. A infância surge com o intuito de proteger as crianças, marcados por uma série de antecipações da vida adulta, e precisam ser amparadas pelos adultos para

desenvolverem-se. Sendo então, um momento inicial do desenvolvimento humano, momento cronológico dos primeiros anos de vida que antecede a puberdade, caracterizada por diversas características específicas.

Santos (2013) e Kramer (1978) reforçam o conceito de infância como uma construção social, e a necessidade fundamental de amparo, cuidado e orientação para a produção de uma infância equilibrada. Contudo, os sujeitos que compõem essa sociedade contemporânea do mundo globalizado são elementos de um sistema tecnificado, o qual não permite interrupções. Os adultos, principalmente os pais, estão sempre correndo contra o tempo para dar conta de suas tarefas dentro dos prazos. A produção das atividades diárias faz a vida ser muito dinâmica, por isso os adultos, principalmente, estão sempre com muita pressa. E ser criança dentro desse contexto onde tudo é automatizado, onde a busca pela praticidade dos acontecimentos é sempre priorizada pode ser uma tarefa muito delicada para os pequenos.

A infância é um período de heteronímia no qual acontece uma construção que depende de outrem, uma relação que desenvolve o conjunto de princípios, valores e de moralidade que forma o sujeito. Kramer (2002, p. 43) afirma que “[...] as relações entre crianças e adultos são heterogêneas, e é diverso o valor dado às crianças”. Desse modo, é preciso considerar as condições de vida social da infância e não tratar com desprezo, de modo abstrato, a sua significância social. Para isso, é preciso fortalecer a autoestima e ter uma orientação crítica da visão do mundo, pois a consciência da criança é despertada e direcionada por meio de uma relação com outro.

Pensando nisso, observamos que o individualismo só cresce justamente pela ausência do outro, pois só é possível construir alteridade quando existe o outro. Em vista disso, a falta desse apoio na formação pessoal da criança abre uma brecha para outras relações que servirão de base para ela, considerando-se a maquinaria da indústria cultural, a sociedade contemporânea, toda a tecnologia da comunicação e as multiformas das relações midiáticas que interagem com a criança. Pode-se dizer que a indústria cultural toma o lugar do outro no conceito de heteronímia, envolvendo a criança com conteúdo diversos sobre o “porquê” das coisas e toda a subjetividade mecanizada, tornando-a diferente das demais crianças, distorcendo assim sua natureza puramente infantil.

O cultivo do pensamento individualista é, em parte, obra do *marketing* da indústria cultural, que nos leva a pensar em como se dão as relações entre o esquema da indústria cultural e o desenvolvimento da infância. Estão vinculadas, então, aos valores éticos e morais que pensamos ser melhores para a formação humana dessa nova geração, tendo em vista que, atualmente, vemos uma infância que está sendo exploradas por meio do mecanismo midiático, como as propagandas de alimentos industrializados, os objetos tematizados em personagens da *Disney* para todo gosto, como, por exemplo, em canecas, vestes, mochilas e calçados etc., enfim, as mercadorias e os artigos que acompanham essas crianças desde o seu nascimento.

Segundo Steinberg e Kincheloe (2001, p. 11), a infância é um “artefato social e histórico” modelado por forças sociais, culturais, políticas, econômicas e religiosas que, frequentemente, entram em rota de colisão. Isso porque tais forças expõem contradições e idiosincrasias, criam diferentes segmentos e colocam em choque múltiplos interesses a partir daquilo que é valorizado e considerado conveniente para essa ou aquela criança na sua educação e formação. Ou seja, como criação da sociedade e, portanto, como uma produção social, a infância é sempre mutante e sujeita a transformações abrangentes. Desse modo,

A criança é atravessada pelo social em constante movimento, produzindo assim novas infâncias da contemporaneidade. A cultura capitalista é a ordem da vez, marcas como o individualismo, o “ter para o ser”, a busca pela felicidade através de objetos de consumo, estão configurando novas subjetividades. O discurso dos pais é dar o que não se teve, pensando em oferecer para a criança amor, porém o excesso implica em tamponar a falta, burlar a castração simbólica, deturpando o valor da troca simbólica. Assim, “eu te dou tal brinquedo se você obedecer”, e o brincar e o brinquedo perdem o valor simbólico, passando a ser um simples objeto que será deixado de lado por outro, e logo outro, e assim por diante. (SOUZA, 2010, p. 18).

Souza (2010) entende que a criança é um sujeito passivo das transformações sociais e suficientemente capaz de produzir sua própria cultura dentro desse movimento, em meio a esse processo de transição que ela está sujeita. Também considerando os aspectos de formação de um sujeito dentro dessa cultura capitalista, compreendemos que a criança consegue se adaptar, produzindo meios próprios de formação da infância, independentemente da Cultura da Indústria.

Além disso, as crianças de hoje têm lidado com problemas que as de alguns anos atrás não conheciam, como, por exemplo, a configuração de família na sociedade

contemporânea, com a troca ou a extinção de papéis, a qual pode servir de base para sintomas que afetam o comportamento na infância, como agressividade, transtorno de atenção e o *déficit* de aprendizagem, dentre outros. Atualmente, vem chamando a atenção de muitos profissionais que atuam nas clínicas infantis a patologia da depressão na infância, isso indica que comprometimentos importantes no desenvolvimento infantil quanto às funções sociais, cognitivas e emocionais, pois esses fatores são determinantes na construção do seu ser, de maneira que pode afetar a criança, sua família e o grupo social no qual está inserida (MILLER, 2003).

Segundo Rotondaro (2002), se faz necessário que se tenha um ambiente agradável, estruturado adequadamente é capaz de suprir as necessidades básicas em que a criança possa desenvolver-se com equilíbrio emocional, e principalmente, que cuidados, bem como proteção e acolhimento sejam garantias vital. De outro modo quando isso não é subvertido, “a criança aciona seus mecanismos de defesa natural para encarar as dificuldades, e isso consequentemente compromete a construção da personalidade no decorrer da infância.”

Outra questão que podemos observar é que a demanda do trabalho e a grande estrutura social têm comprometido a relação familiar, roubando-lhe o tempo que poderia ser dedicado ao diálogo. Por exemplo: ao chegar em casa, os pais, mesmo não estando em horário de trabalho, estão ocupados respondendo *e-mails* ou fazendo uso do celular e de aplicativos, dentre eles o *WhatsApp*, para resolverem questões e demandas do trabalho. A criança sente a falta dessa presença. Na verdade, toda a família sente a falta desse tempo juntos. Todavia, quando estão juntos, os pais preferem não falar de coisas que vão desagradar a criança e cedem às vontades dela. É nesse ponto que a relação das influências midiáticas toma vez nesse cenário, despertando o interesse da criança para o consumo e pregando a ideia de que ser é ter o poder de compra e o prazer na exibição dos bens materiais, tendo em vista que os pais, para compensarem a culpa de não conseguirem dar a assistência devida, tentam satisfazer os desejos supérfluos das crianças, mostrando o quanto elas são importantes por meio do valor dos objetos.

De acordo com Hennigen (*apud* CAMARGO, 2015), “[...] o problema não são os brinquedos, roupas e materiais escolares que reproduzem o universo infantil, mas o condicionamento das crianças a consumir cada vez mais, sem espaço para a imaginação, a criatividade e as relações”. Em consequência, a informações chegam até a criança, contudo não

são reproduzidas da mesma forma como as recebe, no seu consciente ela reelabora significados diferentes, conciliando-as ao seu cotidiano.

Kramer (1978, p. 26-27), nesse sentido, esboça um pensamento pedagógico comum sobre as direções do que ela chama de “utilização ideológica da ideia de infância para o adulto” em geral, na atualidade. E isso significa que:

O adulto elabora uma imagem da criança como um ser contraditório, fraco, inacabado, imperfeito e desprovido de tudo e atribui estas características à própria "natureza infantil". Mas esta ideia de natureza está apenas dissimulando as relações da criança com o adulto e com a realidade social. Na realidade, estas características presentes na imagem que o adulto apresenta da criança e que ele atribui à "natureza da criança" são a expressão das relações entre a criança e o adulto em um quadro social determinado. A imagem da criança no pensamento pedagógico comum é a imagem elaborada por um adulto e uma sociedade que se projeta na criança, de uma criança que procura identificar-se ao modelo criado por esta projeção. Esta imagem visa apenas dissimular ideologicamente determinadas formas de relacionamento que o adulto e a sociedade estabelecem com a criança.

Conforme a autora, na sociedade contemporânea, é estabelecida uma relação de subordinação da criança, ou seja, é natural que o adulto exerça sobre a criança a tentativa de uma autoridade constante. De um modo convencional, a sociedade adulta entende o direito de dar ordens à criança em função do adulto, e a obediência e o respeito como virtudes principais da infância. Nesses termos, o mundo que cerca a criança é totalmente hostil, pois ela não tem liberdade social para definir suas escolhas, pois está sempre cercada, sendo espionada, invadida e interrompida pelos paradigmas sistemáticos das significações dos adultos, que as julgam em constante reprovação.

4 IMPLICAÇÕES FORMATIVAS DA RELAÇÃO ENTRE A INDÚSTRIA CULTURAL E A INFÂNCIA

Nesta seção, trataremos mais propriamente das discussões sobre o tema, da relação entre a Infância e a Indústria Cultural e suas implicações formativas, tendo em vista a sociedade contemporânea. Com a possível relação entre as duas noções, podemos entender que, ao mesmo tempo em que o sujeito vai inoculando a si mesmo com certa quantidade de conteúdos socioculturais. A nosso ver, na contemporaneidade, o sujeito vai indo em direção ao epicentro

da civilização, quer dizer, enquanto se constitui formalmente com vistas a tornar-se completamente ajustado, agem nele tensões opostas de forças internas que se ligam pela linguagem por meio de figuras estéticas de lugares da existência simbólica nos quais a univocidade da vida se manifesta intentando que o novo seja a juntura de ligação entre sujeito e sociedade.

No aspecto político e econômico, durante a Revolução Industrial, o conceito de infância não existia e as crianças de famílias operárias, para ajudarem nas despesas, eram obrigadas a cumprir jornadas de trabalho semelhantes às dos adultos, em péssimas condições que caracterizavam uma verdadeira exploração da mão de obra barata. O modelo de produção de Henry Ford (fordista) se alastrou para regiões além dos EUA e no seu país de origem se ampliou para novos tipos de produção da construção civil. Os bens e serviços antes direcionados a uma camada privilegiada da sociedade passaram a ser ofertados em massa. Mas, “o grande fator impulsionador desse surto econômico é a tecnologia” (HOBBSAWM, p. 259. 1994).

A base da sociedade, de acordo com Giddens (2003), não se dava mais em pequenos vilarejos ou povoados feudais administrados anteriormente por monarquias. Com o advento da industrialização e a consolidação do capitalismo, ela se converteu em uma unidade muito mais ampla. Assim, surgem demandas de educação em massa com base em um idioma oficial, por exemplo, e aumenta a necessidade de organização em grande escala por meio de técnicas administrativas eficientes. Nesse sentido:

A sociedade contemporânea é uma verdadeira ‘caixa de pandora’ ou ‘vulcão civilizatório’ que promove o crescente e contínuo processo de liberação aleatória de ‘novos riscos’ que redundam no retorno da incerteza, da imprevisibilidade e da insegurança, em suas dimensões cognitivas e normativas. Este quadro é fruto da ‘modernização reflexiva’, fenômeno em que as consequências do moderno se protegem sobre suas próprias bases: a modernidade começa a desmoronar justamente em razão de seu sucesso (capitalismo industrial). (BECK, 1999, p. 23).

No tocante à cultura industrial, em meados dos anos 80, os brinquedos eram produzidos em série em todo o país. Hoje já não os vemos mais e se eles forem apresentados às crianças da atualidade, não terão o mesmo olhar de antes. Nesse sentido, segundo Adorno (1998, p. 53), “[...] a sociedade em que vivemos – e, salve se negamos sua existência como fazem alguns sociólogos, a sociedade constitui o objeto da Sociologia – é essencialmente

Saberes Pedagógicos, Criciúma, v. 5, nº1, janeiro/abril 2021. – Curso de Pedagogia – UNESC

contraditória em si mesma”. Além disso, a educação, do ponto de vista desse autor, “[...] não é necessariamente um fator de emancipação numa época em que educação, ciência e tecnologia se apresentam – agora ‘globalmente’”, conforme a moda em voga – como passaportes para um mundo “moderno” (ADORNO, 1995, p. 10).

De certa maneira, conforme as ideais de humanização características da modernidade, essas considerações de Theodor Adorno podem soar como um melancólico desânimo, porém, em nossa leitura, significam exatamente o contrário: isto é, a necessidade da crítica permanente. Em sua indicação após o episódio de *Auschwitz*, que ocorreu na Alemanha sob o domínio nazista, foi necessário compor o passado e corrigir o presente prejudicado, garantindo assim que este não permaneça e, que aquele não se reproduza. Quanto à fascinação geral, e particular da educação, o filósofo alerta os educadores, da ameaça ao conteúdo ético, fundamentais do processo formativo no exercício de sua determinação social.

Desse modo, é necessário compreender as múltiplas implicações dos processos formativos e suas cavidades que podem nos levar a um entendimento profundo das sociedades modernas e do modo de vida dos sujeitos dessa contemporaneidade, como exemplo as posturas nos âmbitos educacionais, éticas e econômicas, além de direcionar para uma atualização dos procedimentos educacionais e formativos.

Para que isso ocorra, torna-se necessário não negar a realidade, mas sim buscar compreendê-la e, a partir disso, criar mecanismos para interferir nela. É preciso enfrentar os desafios e construir novas formas de produzir cultura e, com isso, buscar novos modelos de educação. Educação essa que não pode ficar restrita ao ambiente escolar, mas que deve se estender às outras instâncias de socialização das crianças, como a televisão, mídia em geral, cinema, biblioteca, etc. (VAROTTO; SILVA, 2004, p. 188).

Dessa forma, o sistema de ensino, pela sua condição de funcionamento, mantém um momento regressivo de grande latência; no entanto, é também por meio dele que se pode enxergar a única possibilidade de reestruturação da sociedade, a qual se dará por meio dos sujeitos. Assim, é por meio dele que poderemos buscar as condições de possibilidades para as experiências educativas que resultem em melhores resultados para a sociedade como um todo.

Ao contrário do que querem crer muitas das tendências pedagógicas ou mesmo autores renomados da contemporaneidade, entendemos que a abertura para a autocrítica dos

processos pedagógicos pode ampliar as possibilidades em relação às contingências da formação humana.

As práticas reflexivas e dialógicas desmistificam toda essa dominação técnica progressiva da indústria cultural, que tem como um dos efeitos limitar a consciência dos indivíduos autônomos, independentes, capazes de julgar e decidir conscientemente.

A mídia, principalmente a televisiva, dificilmente mostra em seus conteúdos a figura de uma criança ingênua, feliz e infantil, pelo contrário, a criança divulgada se assemelha a um adulto em miniatura. Considerando que socialmente a criança é vista como um ser dependente do adulto e que seu ato de imitação faz parte do processo de construção dos significados que são compartilhados, ela não tem a capacidade de raciocínio definida por estar em fase de desenvolvimento psicológico. “Essa característica social da infância se encontra em todas as classes sociais, em todos os grupos e em todos os domínios da realidade social, embora sob formas diferentes (KRAMER, 1978.p 29).”

Nesse sentido, a condição de dependência da criança perante o adulto é um fato social indiscutível, qualquer que seja a organização social. No entanto, para Kramer (1978), na sociedade contemporânea, onde o modelo econômico capitalista é atuante, percebe-se que é dada certa liberdade à criança para decisões a respeito do que é relativamente importante para ela, como o que comer, quando comer, onde estudar e o que vestir. Dessa maneira, o adulto, mais especificamente os pais, omitem-se em suas responsabilidades, o que reforça toda a influência midiática na questão do gosto e do comportamento e o declínio da assistência diária familiar.

Segundo Zuin (1999), os genitores vêm se desdobrando na tentativa de atender às necessidades sócio afetivas das crianças, no entanto, um dos motivos do declínio dessa assistência diária familiar é a modernidade do mundo globalizado, que atrelada ao avanço das tecnologias têm mudado os paradigmas da sociedade no decorrer da história.

A figura materna, que antigamente era destinada a cuidar da casa e dos filhos, dando-lhes total assistência, atualmente, pela conquista de seus direitos, atua ativamente nas organizações corporativas na sociedade contemporânea (BARBOSA, 2010). Assim, o que se vê são pais submersos por uma rotina de trabalho acirrada e cansativa, priorizando o sustento e o conforto da família em detrimento das necessidades sócio afetivas.

Nesse sentido, os adultos procuram compensar essa falta de atenção, buscando agradar a criança com objetos industrializados e brinquedos eletrônicos, roupas, sapatos e passeios no *shopping*. Nessa perspectiva, chama-nos a atenção a necessidade do cuidado na busca desses meios de conquistar a afetividade da criança (VAROTTO; SILVA, 2004).

Entendemos, dentro desse contexto, que quando a prática estabelecida na busca de se obter a relação familiar é incentivada pelo mito da satisfação pessoal, que é produzido pela indústria cultural por meio da supressão das necessidades tangíveis e pela supervalorização das necessidades ideológicas, assim, na tentativa de satisfazer-se pela aquisição de bens materiais, esse fetiche será sempre um engodo da cultura industrial.

Nesse seguimento, Adorno (1977, p. 295) aponta que “A satisfação compensatória que a indústria cultural oferece às pessoas ao despertar nelas a sensação confortável de que o mundo está em ordem, frustra-as na própria felicidade que ela ilusoriamente lhes propicia.” De certo modo, então, por trás da aparente felicidade desses artifícios, cria-se um transtorno na criança que pode se manifestar nela também na fase adulta quando se associa o significado de felicidade ao poder de consumo desses artifícios. Em consequência, a criança vai perdendo sua identidade e sendo inserida inconscientemente no meio social, o qual a adultizará aos poucos, tornando-a um “ser humano evoluído”, ajustado às regras da sociedade e capaz de assumir suas funções sociais previamente estabelecidas para que a sociedade funcione em harmonia. Subrepticiamente, nessa concepção, a sociedade como um tanto estática e ordenada, e a cultura como regras, bens e valores preestabelecidos dão à criança a incumbência de assimilar os moldes previstos.

Muito se debate hoje sobre o fato de a sociedade contemporânea ser caracterizada por alguns filósofos como “moderna tardia”, a qual é vista por Adorno como ferramenta de uma maquinaria de produção de cultura que especula inegavelmente o estado de consciência e inconsciência de milhões de pessoas para calcular a extensão da sua influência e, principalmente, obter mais lucro. O filósofo também chama a atenção para o interesse político, econômico, social e cultural das organizações empresariais na banalização da arte divulgada pelas mídias. Nesse processo de mercadorização da sensibilidade, vê-se que a arte se torna então parte de uma produção ideológica cujo objetivo é destinado a legitimar o lixo que propositalmente produzem.

Em meio ao conjunto de fatores que indicam uma possível ascensão da indústria cultural sobre a sociedade contemporânea, ressaltamos, em acordo com Adorno (1995), o nosso olhar neste artigo para a compreensão da infância na atualidade, destacando as seguintes questões: como se estabelece essa relação dialética da indústria cultural com a infância? Como o consumo é incorporado no desenvolvimento infantil? Qual ou quais os impactos da exposição das crianças à mídia na sociedade contemporânea? Quais as implicações desse envolvimento dialético na formação crítica e emancipadora desses sujeitos? A partir disso, foi surgindo o desejo e interesse de procurar o fascínio e o fetiche que os objetos adquirem “na” e “por meio” da Indústria Cultural, bem como as possíveis implicações dessas dinâmicas sobre a infância na contemporaneidade.

No dizer de Zuin (2001, p. 9), “os meios de comunicação de massa estão sempre se atualizando”, por meio deles as crianças se envolvem, comunicam-se e divertem-se. Nesse contexto, a tecnificação dá a sensação de que tudo é possível dentro desse universo de opções e trocas. Diante disso, por meio dos contatos via *on-line*, uma grande parte da sociedade acredita ser desnecessária a discussão sobre a massificação e o consumo da produção cultural, pois defende a evolução dos meios como parte do processo de uma sociedade democrática.

Entendemos, entretanto, apoiando-nos em Zuin (2001, p. 9), que “Em uma sociedade tecnificada, nada é mais inconveniente do que a insistência, para muitos anacrônica, da reflexão crítica de que a massificação e o consumo da produção cultural não implicam a concretização de uma sociedade mais justa e democrática”.

Dessa forma, o uso livre e precoce dos aparelhos midiáticos pelas crianças precisa ser pensado e discutido também dentro desse contexto social, tendo em vista as implicações desse envolvimento tecnológico para uma formação crítica, pois a criança tem servido de ferramenta de exploração dos meios midiáticos para produzir conteúdo dessa indústria onde tudo se torna descartável, inclusive os sentimentos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do objetivo proposto para responder às questões sobre a relação da indústria cultural com o fenômeno da Infância nesta sociedade contemporânea, analisamos o conceito de

autores e pesquisadores estudiosos sobre o assunto. Primeiramente, utilizamos o texto de Theodor W. Adorno, intitulado “A indústria cultural, ” que faz parte da coletânea “Público, massa e cultura”, para entendermos o exercício da indústria cultural no meio social, sobretudo das suas influências na sociedade, especificamente na infância.

Aprofundamos o conceito, citando alguns teóricos para ampliar a visão organizacional do maquinário técnico de produção criado pelas classes dominantes e conhecer quem está por trás desse sistema que visa controlar a “cultural do povo”, ou seja, determinar os padrões de vestimentas, de alimentação, de estilo de vida, e que é supostamente aprovado pela sociedade como alguém que possui poder de consumo, por isso pode ser ouvido.

Em segundo plano, examinamos o conceito da Infância no contexto da sociedade contemporânea e suas limitações e frustrações, que vão surgindo com as mudanças das configurações familiares e também reverberam as influências dessa demanda social do modo comportamental e na produção da sua própria cultura.

Entendemos que a implicação dessa cultura industrializada é um fator que não somente se utiliza da criança e a induz a uma infância consumista propriamente, mas torna seus efeitos cruciais na formação dos significados da sua identidade. Significados esses que se confrontam com os valores éticos das relações humanas e da boa convivência.

Portanto, torna-se necessária o descarte dessa identidade consumista e uma reformulação do pensamento crítico que permita ao ser humano resgatar seu espaço de origem como ser racional que é para poder desempenhar seu papel como sujeito social, histórico e cultural. Jobim e Souza (2010) salientam que para compreender o desenvolvimento integral da criança é importante cultivar a linguagem e o lúdico, pois, nesse processo do desenvolvimento da criança, ambos são instrumentos de protesto contra aquilo que lhes está sendo proposto, mesmo nas brincadeiras ou nas atividades cotidianas. Isso mostra a necessidade que possuem de jogar e brincar com a realidade.

Cabe, então, a nós, pedagogas/os atuantes nas escolas, estarmos atentas/os na elaboração de conteúdos que desenvolvam as habilidades, ou no sentido da construção da cidadania. É fundamental, portanto, que as experiências lúdicas sejam priorizadas de forma que tenham um fim em si mesmas, em suas relações, no seu desenvolvimento natural, e não no cumprimento de regras para conquista de objetos, atenção ou posições.

Para concluir, acreditamos que os estudos sobre a relação da indústria cultural e as suas influências sobre o comportamento das crianças, especialmente aquelas que estão em idade escolar, requerem um tempo de estudo mais aprofundado, visto que o tema é vasto e perpassa vários prismas conceituais como influências no campo físico, cognitivo, social, familiar, entre outros.

Este artigo abordou, em pautas mais sucintas, dentro do tempo estabelecido, as interferências da indústria cultural por meio das mídias, dos aparatos tecnológicos, interferências essa que podem afetar o comportamento das crianças e refletindo de modo significativo em todo o seu desenvolvimento social cognitivo e emocional, que resultam em sua visão do mundo. Com a realização desta pesquisa, pensamos contribuir para a melhor compreensão dos efeitos da indústria cultural, não a cultural industrializada propriamente dita, pois precisamos dela como consumidores conscientes, mas, especificamente, a da produção de ideologias que desumaniza as pessoas, que valoriza os bens culturais ou simbólicos acima dos direitos humanos. É responsabilidade nossa, adultos, orientar as crianças para que essa indústria cultural não lhes tire a identidade do que realmente são: humanos!

6 REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. A indústria cultural. In: COHN, Gabriel (Org.). **Comunicação e indústria cultural**. 4ª ed. São Paulo: Nacional, p.287-295, 1977.

ADORNO, Theodor W. **Educação e emancipação**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.

ADORNO, Theodor W. HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**: Fragmentos filosóficos. 2ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **O Iluminismo como mistificação das massas**. In: ADORNO, Theodor. Indústria cultural e sociedade. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

ANAKA, Heiji. A razão redentora: a Escola de Frankfurt. **Akropolis**, 9 (2), p. 69-82, abr/jun, 2001. Disponível em <http://revistas.unipar.br/index.php/akropolis/article/view/1823>. Acesso em: 22 jun. 2019

BARBOSA, Fabiela Aparecida et al. Significados do cuidado materno em mães de crianças pequenas. **Barbarói**, Santa Cruz do Sul, v. 33, n. 1, p.28-49, dez. 2010. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/barbaroi/n33/n33a03.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2019.

BECK, Ulrich. **O que é globalização?** Equívocos do globalismo, respostas à globalização. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

BRASIL. Ministério da Justiça. Portaria n° 264, de 9 de fevereiro de 2007. Regulamenta as disposições da Lei n° 8.069, de 13 de julho de 1990 (**Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA**). Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18069.htm. Acesso em: 22 jun. 2019.

CAMARGO, Gilson. Oferta de produtos com personagens infantis cresce no Brasil e estimula consumo entre crianças. **Jornal Extra Classe**. Publicado em 6 de janeiro de 2015. Disponível em: <https://operamundi.uol.com.br/samuel/39051/oferta-de-produtos-com-personagens-infantis-cresce-no-brasil-e-estimula-consumo-entre-criancas>. Acesso em: 18 mar. 2019.

CITELLI, Adilson; LEITE, Ligia Chiappini Moraes (Coord.). **Aprender e ensinar com textos não escolares**. 3ª ed. São Paulo: Cortez, 2004.

COELHO, José T. **O que é indústria cultural**. 8ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1986.
ESPM - Escola Superior de Propaganda e Marketing **Geração Youtube: Um mapeamento sobre a produção e consumo de vídeos por crianças. 0 a 12 anos – Brasil 2005/2016**. São Paulo. 2016. Disponível em: <http://pesquisamedialab.espm.br/criancas-e-tecnologia/>. Acesso 15 mar. 2019.

GIDDENS, A. **A constituição da sociedade**. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

HOBSBAWM, Eric. **Era Dos Extremos: O Breve Século XX (1914-1991)** 2ª edição. São Paulo: Companhia das Letras, 1995. Disponível em: <http://bibliotecadigital.puc-campinas.edu.br/services/e-books/Eric%20Hobsbawm-1.pdf>. Acesso em: 22 mar. 2019.

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

KRAMER, Sonia. Autoria e autorização: questões éticas na pesquisa com crianças. **Cadernos de Pesquisa**, Rio de Janeiro, v. 116, n. 1, p.41-59, jul. 2002. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/cp/n116/14398.pdf>. Acesso em: 22 abr. 2019.

KRAMER, Sonia; HORTA, José Silvério Baia. A idéia de infância na pedagogia contemporânea. **Revista de Educação AEC**, Rio de Janeiro, v. 30, n. 1, p.26-35, dez. 1978. Disponível em: <http://www.rbep.inep.gov.br/index.php/emaberto/article/download/1365/1339>. Acesso em: 16 mar. 2019.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MILLER, J. **O livro de referência para a depressão infantil**. São Paulo: M. Books, 2003.

ROTONDARO, Daniela P. Os desafios constantes de uma psicóloga no abrigo. **Ciência e Profissão**, v. 22, n. 3, p. 8-13, 2002.

SANTOS, S. V. S. dos. **A gente vem brincar, colorir e até fazer atividade – a perspectiva das crianças sobre a experiência de frequentar uma instituição de Educação Infantil**. Dissertação de mestrado em Educação, UFMG, Belo Horizonte, 2013.

SEVERIANO, Maria de Fátima Vieira. Pseudo-individualização e homogeneização na cultura do consumo: reflexões críticas sobre as subjetividades contemporâneas na publicidade. **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 6, p.105-121, dez. 2006. Disponível em: <http://www.revispsi.uerj.br/v6n2/artigos/pdf/v6n2a09.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2019.

SOUZA, Gisele de. **Educar na Infância: Perspectivas histórico-sociais**. São Paulo: Contexto, 2010.

SOUZA, Solange Jobim e. **Infância e Linguagem: Bakhtin, Vygotsky e Benjamin**. 11ª ed. – Campinas, SP: Papirus, 2008.

STEINBERG, S. R. & KINCHELOE, J. L. **Cultura infantil: a construção corporativa da infância**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

VAROTTO, Mirte Adriane; SILVA, Mauricio Roberto da. Brinquedo e indústria cultural: sentidos e significados atribuídos pelas crianças. **Motrivivência**, Florianópolis, v. 16, n. 23, p.169-190, dez. 2004. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/motrivivencia/article/view/2034/3906>. Acesso em: 30 mar. 2019.

ZUIN, Antônio Á. S. **Indústria cultural e educação: o novo canto da sereia**. São Paulo: FAPESP, 1999.

ZUIN, Antônio Á. S. Sobre a atualidade do conceito de Indústria Cultural. **Cadernos cedes**, v. 54, n. 21, p. 9-18, 2001. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ccedes/v21n54/5265.pdf>. Acesso em: 01 mar. 2019