

EDUCAR EM UMA CULTURA DO ESPETÁCULO: REFLEXÕES SOBRE ALGUNS DESAFIOS

EDUCATION IN THE CULTURE OF SPECTACLE: REFLECTIONS ON SOME CHALLENGES

Neura César¹

Orcid.org/0000-0003-4897-7147

Resumo:

O presente artigo busca discutir os desafios da educação em uma cultura do espetáculo, dando ênfase ao valor adaptativo e suas implicações para o processo educativo atual. É em torno do marco social da cultura do espetáculo que o texto articula a reflexão e aponta para o papel fundamental dos educadores neste processo. A análise sugere que o fracasso escolar e a atual crise da escola possuem causas históricas e atuais, agravadas por novas formas de cultura. Entre as várias reflexões levantadas a partir do texto, discute-se que, apesar dos nobres objetivos dos educadores, infelizmente constata-se que as contradições entre a cultura oficial e a cultura do espetáculo se traduzem em conflitos entre a escola e as novas tecnologias, entre a motivação dos alunos e o conhecimento escolar e, contribuem para o crescimento do fracasso educativo. O estudo aponta para a necessidade de inclusão da compreensão profunda das grandes mudanças sociais e das formas de sentir, pensar, ser, fazer e viver das novas gerações como conteúdos a fundamentar a qualificação dos educadores, em especial, dos professores, no intuito de construir uma prática pedagógica mais criativa, crítica e transformadora.

Palavras-chave: Educação. Cultura do espetáculo. Fracasso escolar.

Abstract:

This article discusses the challenges of education in a culture of the spectacle, emphasizing the adaptive value and its implications for the current educational process. The text articulates reflections on the culture of spectacle social march and points to the fundamental role of teachers on this process. The analysis suggests that school failure and the current school crisis have historical and current causes, aggravated by new forms of culture. Among the various reflections raised from the text, one discusses that, in spite of the noble objectives of the educators, unfortunately one realizes that the contradictions between the official culture and the culture of the spectacle translate in conflicts

¹ Doutora em Psicologia Social e Institucional pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2015), mestre em Educação pela Universidade Federal do Mato Grosso (2010) e graduada em Serviço Social pela Universidade Federal de Mato Grosso (2004) e em Pedagogia pelo Centro Universitário de Várzea Grande (2008).

between the school and the new technologies, between students motivation and school knowledge and, they contribute to the growth of educational failure. The study points to the need to include a deep understanding of the great social changes and the ways of feeling, thinking, being, doing and living of the new generations as content to support the qualification of educators, especially teachers, in order to build a more creative, critical and transformative pedagogical practice.

Keywords: Education; Spectacle culture; School failure.

INTRODUÇÃO

Ao falar de educação na atualidade, temos a preocupação de fazer com que a escola e os educadores reflitam sobre as profundas transformações decorrentes das novas formas de cultura. Julgamos que a reflexão deva ser feita com o objetivo de entender o desafio que é educar as gerações que nasceram e cresceram em uma cultura do espetáculo para a partir daí, entendermos a sequência de dificuldades, fracassos, desencantos, descrenças, desinteresse escolar, desinteresse dos professores, falta de sintonia, desafios e as crises que envolvem a escola. Temos, sobretudo, a preocupação de pensar sobre os altos níveis de sensorialidade, de concreção e de emotividade potenciados por esta cultura e o que isso implica para a racionalidade, a abstração, a reflexão e o silêncio que exige a cultura tradicional.

Envoltos, então, sob o marco condicionante da cultura do espetáculo, a escola, a educação e a cultura são convocadas a convergir com ela, injetar realidade cotidiana nos processos educativos, integrar, transformar. Avançar nesta cultura requer repensar o papel da escola, dos professores, dos meios pelos quais são desenvolvidos os processos educativos, com vistas à construção de uma escola que seja lúdica, alegre, promotora de mudanças, movimento, inclusão e transformação.

Nesse sentido, este artigo tem primeiramente o objetivo de argumentar sobre o perfil da sociedade do espetáculo. A seguir, faz-se uma incursão pelos componentes que essa cultura se baseia e pela sinergia dos meios de comunicação. Procura-se, então, traçar uma linha transversal entre os desafios da realidade contemporânea e o fracasso escolar. Por fim, abordam-se as crises e os desencontros da escola.

O PORQUÊ DE COMPREENDER A SOCIEDADE DO ESPETÁCULO COMO ENCRUZILHADA CULTURAL

De início, é necessário perguntar pelo significado do conceito de cultura. Dentre os vários conceitos existentes, para Guareschi (2012, p.97) cultura significa “tudo o que o ser humano produz. Na realidade, cultura é o resultado da ação do ser humano sobre a natureza: o que surge daí é cultura”. Também Morin, abordando o mesmo tema, nos oferece uma acepção interessante, que é a seguinte:

Cultura é um corpo complexo de normas, símbolos, mitos e imagens que penetram o indivíduo em sua intimidade, estruturam os instintos, orientam as emoções. Esta penetração se efetua segundo trocas mentais de projeção e identificação, polarizadas nos símbolos, mitos e imagens da cultura, como nas personalidades míticas ou reais que encarnam os valores (os ancestrais, os heróis, os deuses). Uma cultura fornece pontos de apoio imaginários à vida prática, pontos de apoio prático à vida imaginária;

ela alimenta o ser semi-real, semi-imaginário que cada um secreta no interior de si (sua alma), o ser semi-real, semi-imaginário que cada um secreta no exterior de si e no qual se envolve (sua personalidade). (MORIN, 1967, p.17)

Vejamos agora como esse conceito se desenvolve na sociedade atual, isto é, a do espetáculo. Lembremos que os parâmetros culturais desta sociedade se modificaram. Hoje, os meios de massas audiovisuais e informáticos (em particular a televisão) desempenham um papel fundamental na construção e interpretação da realidade e do imaginário das novas gerações.

O conceito de “Sociedade do espetáculo”, desenvolvido pelo teórico francês Guy Debord nos anos 60 descreve uma sociedade de mídia e de consumo, pautada na produção e consumo de imagens, mercadorias e eventos culturais. Para Debord (1997, p.14) “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada pelas imagens”. O espetáculo também unifica e explica uma grande diversidade de fenômenos aparentes.

Fortalecendo esta perspectiva, Kehl (2004, p. 142) assinala que “há meio século, estamos vivendo em uma sociedade regulada majoritariamente não mais pela política ou pela religião, nem pela repressão imposta pelas diversas pedagogias, mas pelo espetáculo.” A autora discorre que, essa cultura, desde a teorização sobre a sociedade do espetáculo nos anos 60 e 70, se expandiu e afeta toda a realidade social.

A cultura do espetáculo, para Ferrés (2000, p. 20) refere-se “à cultura popular, que convive, para o bem e para o mal, com a cultura oficial”. O autor argumenta que essas culturas, em algumas ocasiões se potencializam ou se complementam. Já em outras, se contrapõem e até mesmo se ignoram. É preciso ao menos sublinhar que, a maior parte das pessoas, particularmente os mais jovens, está mais exposta à cultura do espetáculo do que à cultura oficial (cultura escrita, do livro). E requer ter em conta também, que é esta cultura que os seduz muito mais (ENGUIITA, 2012; FERRÉS, 2000).

É evidente que o espetáculo não é algo característico da cultura contemporânea. Todas as culturas no decorrer da história desfrutaram de alguma forma de espetáculo. Por exemplo, na Grécia Clássica teve o Olimpo, as dramaturgias e belas poesias, as batalhas retóricas e guerras violentas e sangrentas. A Roma Antiga, por sua vez, viveu suas orgias, as grandiosas batalhas políticas, o espetáculo do Império, os diversos monumentos e honras aos vitoriosos Césares. A vida medieval igualmente criou e viveu seus espetáculos e exibições.

Entretanto, a cultura que pode ser assim denominada é a nossa. As outras culturas caracterizam-se como cultura com espetáculo. As formas de espetáculos estavam circunscritas no espaço e no tempo. Atualmente, o desenvolvimento das novas tecnologias da informação e da comunicação, sobretudo a televisão, o vídeo e a internet, permitem que a pessoa tenha acesso a qualquer tipo de espetáculo em sua própria casa a qualquer hora do dia e da noite. Isso tem decisivamente determinado perfis e trajetórias nas sociedades e culturas contemporâneas, principalmente nos países capitalistas (KELLNER, 2004; GABLER, 1998).

O entretenimento sempre foi o principal campo potenciado pelo espetáculo. No entanto, o espetáculo impregna até tal ponto a vida das pessoas que, na atual sociedade do infoentretenimento, tanto o entretenimento como o espetáculo entranharam-se pelas esferas da política, economia, religião, sociedade e vida cotidiana mediante formas impressionantes e inovadoras. Na atualidade, as

formas de entretenimento criam seus próprios espetáculos e contribuem para a sua multiplicação. Desde a televisão, internet, cinema, teatro, publicidade, informativos, programas políticos, a música e outras áreas da cultura incorporam a cultura do espetáculo a suas iniciativas e produtos. Há um forte embasamento na espetacularidade e na fascinação. A alta tecnologia se espalha e produz novas mídias, como o ciberespaço, a multimídia e a realidade virtual (DEBORD, 1997; KELLNER, 2004).

Para Neal Gabler (1998), nessa era do espetáculo, tudo tende a se converter em atuação, interpretação e exposição. A própria vida está se tornando um filme. A simples presença de uma filmadora, câmera fotográfica ou celular faz com que qualquer pessoa possa acabar se sentindo um ator, um intérprete. Parece que nós criamos nossas próprias vidas como se fosse um gênero para o cinema ou para a televisão, tornando-nos “imediatamente, intérpretes e plateias de um grande espetáculo em desenvolvimento” (GABLER, 1998, p. 4). O autor citado diz que somos astros em ascensão. O desejo da fama nos leva a transformar nossas existências em entretenimento que é transmitido a plateias que são formadas por nossos semelhantes. Mas, este divertimento tem um estilo próprio. Segue os *scripts* da cultura da mídia, adotando seus padrões e sua moda, seu estilo e visual. O entretenimento, segundo Gabler (1998, p. 9), é “provavelmente, a força mais persuasiva, poderosa e resistente do nosso tempo – uma força tão absoluta que se transformou em vida” de tal maneira que é impossível fazer uma distinção entre ambos.

Assim, o *star system*, o fenômeno das estrelas, que teve sua origem em *Hollywood* e ficou limitado durante muito tempo ao âmbito do espetáculo profissional (atores e atrizes do cine ou de teatro, cantores, esportistas etc.) hoje pode ser visto em muitos outros âmbitos da existência: há políticos-estrela, jornalistas-estrela, juízes-estrela, mães-estrela [...] (FERRÉS, 2000; MORIN, 1989). A visibilidade transformou-se em requisito indispensável para alcançar o êxito e a fama. O mundo do espetáculo vai penetrando todos os setores da sociedade, impregnando suas estruturas e suas estratégias comunicativas. Afirmo Kehl (2004, p. 50): “Dependemos do espetáculo para confirmar que existimos e para nos orientar em meio aos nossos semelhantes”.

Com relação à atividade política, Lipovetsky (2009) aponta que o problema é que a política espetáculo mascara os problemas de fundo, substitui os programas pelo encanto da personalidade e ainda, pode entorpecer a capacidade de reflexão e de análise em proveito das reações emocionais e dos sentimentos irracionais de atração ou de simpatia. Segundo Debord (1997, p. 32), o espetáculo é uma ferramenta de pacificação, aceitação e de despolitização. “É uma permanente Guerra do Ópio”. Assim, conclui Kehl (2004, p. 143): “na sociedade do espetáculo o espaço da política é substituído pela visibilidade instantânea do *show* e da publicidade, a fama torna-se mais importante do que a cidadania”.

Atualmente vivemos no mundo das imagens, as quais condicionam nossa maneira de ser, fazer e de pensar. A imagem aparece como garantia, não mais do valor de uma realidade, mas, de sua simples existência. A lógica que se impõe a partir da imagem espetacular é: “o que aparece é bom e o que é bom aparece” (DEBORD, 1997, p. 12), de tal modo que o reconhecimento social das pessoas depende inteiramente da visibilidade. Assim, “a realidade é o que está aí e a verdade é o agora” (GUARESCHI e BIZ, 2005, p. 49). Impõe-se a estratégia da passarela. Isto é, tudo se torna virtual, existe para ser contemplado.

No dizer de Ferrés (2000, p. 23), hoje a “imagem se converte no referente que há que reproduzir na vida cotidiana”. Para o autor, hoje algumas pessoas parecem sentir-se vivas somente quando estão conectadas ao mundo da imagem ou quando reproduzem na sua vida o estilo da moda que é ditado pela imagem. Para ele, a sociedade capitalista está constituída por criaturas que têm sido redesenhadas para viver a vida como uma representação de si mesma.

É nesse sentido que podemos compreender a afirmação de Debord (1997, p. 13) que “toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de *espetáculos*. Tudo o que era vivido diretamente, tornou-se uma representação”. Por aí se explica o mundo da moda ou da política. Assim, a denominada cultura da imagem tem levado a desenvolver maneiras específicas de pensar, de fazer e de ser, a partir das formas de expressão que se converteram em hegemônicas.

Um aspecto relevante a ser observado é que parece que a escola ainda não se deu conta do desafios que é trabalhar com as gerações de estudantes que foram nascidos e crescidos nesta era. O problema é como ela concebe e lida com o saber. Como se adapta ao saber. Talvez o desafio mais importante dos docentes e de todos nós, é fazer uma análise profunda dos traços que definem esta cultura e procurar se integrar e convergir com ela. É preciso considerar, por exemplo, que uma criança pode ficar muito tempo frente à televisão, sem nada entender, mas não conseguirá ficar nem um minuto frente a um livro que não tenha imagens.

Além disso, ainda hoje muitas vezes o estudante é concebido como aquele que deve acompanhar, em silêncio e atento, o que o professor ensina e que ele tem pouco a contribuir no processo educacional. Como a geração da cultura do *zapping*, da MTV (*Música, dança*), da rádio FM (programações: *dance music*), dos *walkmans*, celulares, videogames, *Iphone*, TV, computadores, poderá ficar tão parada por tanto tempo no mundo de silêncio e imobilidade que tem caracterizado a escola? No entanto, quer queiramos ou não, a cultura contemporânea se embrenhou definitivamente no terreno da cultura oficial e exige novas respostas.

A Escola, torna-se, assim, um lugar “carrancudo”. Nada que se refira às brincadeiras e ao lazer encontra espaço na sala de aula e mesmo no ambiente escolar. A seriedade é a marca da escola. Ela não permite o riso, a gargalhada e os sorrisos espontâneos. Opõe-se ao brinquedo, à brincadeira, ao lúdico. Assim poetizaram cantando Nelson Mota e Lulu Santos (1983): “[...] Há tanta vida lá fora, aqui dentro sempre” ... É necessário que as crianças e jovens saiam para a rua, e lá fora “sorrirem” sem serem condenados. A escola não precisa ser assim, tão severa. O trabalho educativo pode ser desenvolvido com autoridade, em um ambiente prazeroso, descontraído e alegre. Deve haver uma possibilidade de o estudante ser feliz na escola. Sentir-se pertencente a ela. Por isso, é altamente necessário se pensar acerca de como ser comunicativamente eficaz nos processos de ensino-aprendizagem hoje.

O PENTÁGONO ESTRATÉGICO DA NOVA CULTURA

A expressão estratégia deriva do grego *strategos*, que significa "general no comando das tropas" (TAVARES, p. 1, 2008). Já no dicionário Aurélio, Ferreira (1999) conceitua a palavra estratégia como combinação engenhosa para conseguir um fim. Se prestarmos a devida atenção ao

conceito vamos notar que a sociedade transforma-se em uma sociedade do espetáculo, na qual é produzida uma cultura matizada pelo espetáculo, com um programa estratégico espetacular, um plano de ação projetado para atingir um objetivo específico. Nesse sentido, que estratégia surge como uma posição exclusiva e valiosa, focalizando a escolha pelo sensacional, sensorial, emotivo, demarcando uma posição única e espetacular.

Desde um ponto de vista fenomenológico, Ferrés (2000) distingue entre cinco grandes traços de discussão que definem a nova cultura: a potencialização do sensorial, do narrativo, do dinâmico, do emotivo e do sensacional. Eis as descrições resumidas destes traços.

A potencialização do sensorial é um ponto fulcral nos ventos da nova cultura, sob diferentes aspectos. Isto porque o audiovisual é multissensorial. Isto é, afeta mais os sentidos do que a linguagem escrita e implica de modo direto a visão e os ouvidos e de forma indireta os outros sentidos. A comunicação audiovisual privilegia mais a concreção do que a abstração. A abstração era a base da cultura escrita oriunda da era do alfabeto e da imprensa. Na cultura da imagem, em troca, o material, o concreto e o sensível primam sobre o conceitual. Há um investimento nos contornos, nas formas, nas cores, nas músicas, no ritmo, produzindo uma gratificação primária derivada de uns significantes que garantem um prazer imediato. É a cultura da hiperestimulação sensorial. Ela confere ao receptor uma impressão gratificante de onipotência e onipresença. Em alguns casos se pode falar de uma sobredose de estimulação. Isso pode levar a pessoa a uma embriaguez sensorial e “impedir a ativação da mente racional” (FERRÉS, 2000, p. 26), anulando qualquer possibilidade de distanciamento reflexivo ou crítico. Os neurobiólogos denominam esse estado de “sequestro emocional” (GOLEMAN, 1995, p. 54). Refere-se às situações nas quais se produz um transbordamento da emotividade que impede a ativação dos processos reflexivos. Além disso, a proliferação de estímulos sonoros gera na pessoa uma intensa vibração que afeta todo seu corpo (MCLUHAN, 1969). Assim, as novas invenções técnicas concorrem na potencialização da experiência sensorialmente gratificante através da ilusão da presença e vibração corporal. A tecnologia da realidade virtual coroa esta progressiva ascensão para o planeta da ilusão perceptiva e da vibração sensorial, favorecendo a imersão neste universo multissensorial.

A potencialização do narrativo se converteu em prioridade na cultura da imagem. A narrativa não é patrimônio nem exclusivo e nem diferenciador da cultura do espetáculo. Mas, foi com a hegemonia da imagem que a narrativa chegou ao seu apogeu, adquirindo grande importância social, tornando-se onipresente e menos discursiva. A estrutura do relato é adotada tanto na televisão, nos filmes, nas séries, nas retransmissões esportivas, nos concursos televisivos, nos videogames, nas peças publicitárias e até mesmo as notícias dos informativos hoje fogem da fórmula do discurso para acolher a dos relatos (GUBERN, 1996; KEHL, 2004). Tudo passa a ser personalizado e dramatizado. Quer dizer, reconvertido em conflito, narrada para atrair mais eficazmente. Apesar do triunfo social do relato sobre o discurso, é preciso observar que não há relato sem um discurso implícito, latente. As ideologias e as pautas de comportamentos não são comunicadas de maneira explícita, mas de forma implícita, as quais tendem a ser interiorizadas não de modo consciente, mas inconsciente (FERRÉS, 2000).

A potencialização do dinâmico é um ponto de grande relevância nos ventos das novas tecnologias da comunicação. Como obra do mundo tecnológico, o movimento teve a sua origem no cinema, fato este que se exprime de maneira bastante rica nas mudanças de planos, de objetos, de

peças etc., sendo o dinâmico a sua própria essência. É graças a esta engenhosa descoberta que passamos do estático (fotografia) ao dinâmico (cinema). Daí em diante, tudo aposta a favor de um dinamismo cada vez mais vertiginoso (SANTAELLA, 1996; FERRÉS, 2000). Na sequência surgiu o dinamismo derivado da estimulação sonora: das músicas, das vozes e dos efeitos sonoros. A televisão, por sua vez, incrementou ainda mais este dinamismo utilizando sofisticados mecanismos tecnológicos de digitalização e configuração das imagens e novas formas de expressão. A TV, mais do que o cine, privilegia o conflito, a velocidade, o ritmo vertiginoso, o movimento físico trepidante, a mudança (KEHL, 2004). A informática – internet – também é cada vez mais dinâmica, tanto na incorporação das imagens no movimento como a rapidez de prestação dos seus serviços. “A velocidade é a forma de êxtases que a revolução técnica há regalado aos homens” (KUNDERA, 1995, p. 8). Assim, este dinamismo tratado nas tecnologias, tem repercutido de maneira decisiva na atividade do receptor ante as imagens.

A potencialização do emotivo é essencial na dinâmica da linguagem audiovisual, sobretudo na televisão. No entanto, a emoção não é um artefato exclusivo da cultura audiovisual. É evidente que a poesia e a novela trazem nas suas formas de expressão a conexão com o emotivo. Mas, as emoções, na linguagem escrita, provêm quase unicamente dos significados, não dos significantes. Já na cultura audiovisual, em troca, os significantes têm predomínio e estes “geram umas emoções primárias que são prévias, que não necessitam passar pelo intelecto” (BERGMAN, 1988, p. 84). As formas, os contornos, as cores, o movimento das realidades representadas e da própria câmera, a mudança de planos, as músicas e os efeitos sonoros são portadores de emoções, de maneira direta, inevitável. Além disso, em todos os relatos audiovisuais, recorre-se aos mecanismos psicológicos de implicação emotiva: a identificação com uns personagens e a projeção de sentimentos para outros. Isso pode levar a uma excitação emocional. Ferrés (2000, p.33) adverte novamente que “o receptor pode sentir-se tão gratificado pelas emoções primárias que renuncie de forma consciente ou inconsciente a satisfação emocional derivada da ativação da mente racional”.

A potencialização do sensacional é inerente a todo processo de comunicação. O Sensacional é precisamente o que causa sensação, o que surpreende, o que impacta. Está ligado ao exagero, à intensificação, valorização da emoção (AMARAL, 2005). A busca do sensacional é, pois, uma necessidade comunicativa de primeira ordem. Na cultura do espetáculo, os recursos mais utilizados são os de caráter mais elementar: a gratificação sensorial. É neste contexto social que entra em jogo a competição derivada da tirania das audiências, sobretudo entre as redes de televisão. A busca do sensacional se revela no fato de privilegiar os acontecimentos extraordinários sobre os ordinários, os excepcionais sobre os cotidianos, os especiais sobre os comuns. O privilégio é dado ao “nunca visto” (BOURDIEU, 1997, p. 61). Isto é, à novidade, à surpresa, ao extraordinário e à moda. A moda, talvez, seja o melhor exemplo de uma realidade que se impõe, mais por sua novidade, do que por seu valor intrínseco. Assim, na falta de notícias excepcionais, recorre-se a um aspecto excepcional, por exemplo, à dramatização, às cenas espetaculares, como a dor, a violência, às vezes de maneira grotesca, degradante e até mesmo com um tratamento impactante, de *shock* (FERRÉS, 2000; KEHL, 2004; SODRÉ e PAIVA, 2002). É a busca pela exclusividade, que resulta aqui na uniformização e na banalização da realidade. Flaubert tinha razão: “É preciso pintar bem o medíocre” (BOURDIEU, 1997, p. 27). Isto é, tornar extraordinário o ordinário, o diário em excepcional. A sensibilidade do receptor vai se adaptando às mensagens surpreendentes, de maneira, que na busca para surpreender, o emissor se vê obrigado a recorrer à fórmula circense.

A SINERGIA DOS MEIOS: CONVERGÊNCIA, ESPETÁCULO E AUDIÊNCIA

O interesse aqui é mostrar que hoje não se trata somente da televisão, mas a maior parte das novas invenções técnicas comunicativas evoluiu, ao todo ou em parte, para usos sociais que apostam em favor dos parâmetros do espetáculo, como tentei descrever. Por essa razão, é necessário falar de uma espécie de sinergia dos meios, de uma confluência, multiplicidade ou convergência, de uma cooperação concordante para produzir, de maneira intencional ou involuntária, alguns efeitos similares sobre o receptor.

Ultimamente está havendo uma ampla tendência de se definir a fusão dos meios de comunicação com o conceito de rede. A metáfora da rede ou cultura da convergência, de acordo com Ferrés refere-se,

Às conexões múltiplas que se podem estabelecer entre dispositivos tecnológicos, as interações entre uma multidão de códigos da comunicação multimedial, as relações entre uma multiplicidade de documentos e de textos ou as conexões múltiplas que as pessoas, instituições e culturas podem estabelecer entre elas graças as novas tecnologias e as novas práticas comunicativas. (FERRÉS, 2014, p. 93-94)

Segundo o autor, as tecnologias são cada vez mais integradoras, sinérgicas e convergentes. Essa convergência tecnológica remete aos processos de fusão ou integração de tecnologias em um único dispositivo multimídia, satisfazendo uma multiplicidade de objetivos vinculados à informação e a comunicação. O consumo dos meios de comunicação pelos telespectadores também é sinérgico. Esse consumo não somente se realiza em imagens (televisão), mas, sobretudo em interação com os outros meios de comunicação, como a internet, as redes sociais digitais como o Facebook, o Twitter, o Whatsapp, o Instagram.

Sodré (2002, p. 24) referindo-se ao novo entorno comunicativo, fala de “um novo âmbito existencial, um quarto *bios*, o *bios* midiático, marcado pela virtualidade e pela tecnointeração”. Essas inovações tecnológicas, por sua vez, jogam em favor do dinamismo, da mobilidade, do incremento da sensorialidade, da hiperestimulação, da mudança constante de ponto de vista. Potencializam também a emotividade, a vibração e a vertigem sensorial.

Os videogames são considerados um expoente de todos os parâmetros expressivos que se tem definido como atributos da cultura do espetáculo. Tanto Gubern (1996), como Ferrés (2000), mostram a importância desse meio de comunicação, pois como os demais meios, os videogames potencializam a multissensorialidade e a hiperestimulação, o dinamismo vertiginoso, a rapidez. Também, aproveitam com frequência a estrutura dos relatos míticos, incorporam os mecanismos psíquicos de implicação emotiva – identificação e projeção de sentimentos – e, ainda, potencializam a relação mente-corpo, isto é, exigem aprender a pensar com os dedos.

É fundamental dar-mo-nos conta de que essa tendência sinérgica, isto é, a dinâmica da multissensorialidade e da hiperestimulação é tão extraordinária, que pode ser encontrada, inclusive em meios de comunicação mais clássicos, os quais podem ser considerados diretamente vinculados à

Galáxia de Gutenberg (MCLUHAN, 2005)². Por exemplo, os jornais e as revistas contêm cada vez mais fotografias, ocupando grande espaço; concedem mais importância à cor, à textura do papel, ao desenho das páginas e ao tamanho e formato das letras, tanto nos títulos como no conjunto dos textos. Sob a perspectiva expressiva, as frases são cada vez mais curtas, seguindo o ritmo trepidante ditado pela cultura do *zapping*. O estilo também é cada vez mais direto, mais conciso, mais implicativo e menos literário ou retórico. O privilégio é dado cada vez mais às notícias espetaculares, sensacionalistas, emotivas e as peças publicitárias tomam grande espaço. Estes são os que conferem ao jornal ou às revistas suas variedades e colorido, seu *plus* de conteúdo icônico e de impacto emotivo.

Também a informática guia-se por esta linha do dinamismo. Originou-se de maneira exclusiva vinculada às letras e aos números. As imagens foram incorporadas com o aumento da capacidade operativa. Transformou-se em um universo tecnológico caracterizado por um dinamismo vertiginoso, rápido e eficiente. A aparição da realidade virtual com imagens em movimentos incrementou sua potência. A tridimensionalidade da internet – letras, números e imagens –, o acesso em tempo real e a interatividade criam no receptor uma extraordinária sensação de imersão em um universo real. A internet coroa esta progressiva ascensão para o universo da ilusão perceptiva, da vibração sensorial e das experiências sensoriais gratificantes, produzidas antes por tecnologias como o *walkman* e o amplificador (FERRÉS, 2000).

Assim, a expansão tecnológica via valorização das imagens, da concreção, do dinamismo, da sensorialidade e da emotividade produz um novo desenho social. Confirma isso a evolução dos computadores, dos televisores, da telefonia celular, os avanços da digitalização de imagens, a aparição da multimídia e, sobretudo, o desenvolvimento do ciberespaço, definido hoje como um imenso mercado eletrônico, global ou como diz Cebrián (1998, p. 175), um “novo mundo de farândola eletrônica”, como resultado de seu perfil lúdico.

O que interessa salientar é que hoje se privilegia a imagem, uma representação do mundo concreto, em que se potencializa o sensorial, o narrativo, o dinâmico, o emotivo, o sensitivo, o sensacional e o emotivo. De outra parte, a palavra escrita, chamada de cultura oficial, sublinha uma representação do mundo conceitual, reflexiva, estática e analítica. Assim, as contradições entre a cultura oficial e a cultura popular se traduzem em conflitos entre a escola e as novas tecnologias desde o computador, a internet, a televisão, o tablete etc. E em meio a esta dicotomia, os índices dão conta do crescimento no fracasso escolar dos estudantes.

Certamente, seria necessária uma compreensão mais profunda das grandes mudanças sociais para que a cultura oficial possa dar novas respostas, mas respostas não de defensivas ou de sentimentos de ameaças, que só incrementam as distâncias em relação à cultura atual. A escola, longe de opor-se a essa cultura, deve se aliar a ela e aproveitar todo seu potencial mobilizador. Contudo, a própria instituição escolar tem dificuldades de avaliar seus próprios fracassos e, por isso, suas respostas à sociedade não são tão satisfatórias.

² Galáxia Gutenberg: refere-se a ascensão dos novos valores visuais, em virtude do advento da imprensa de tipos móveis. Explicação da transformação do homem da cultura oral e manuscrita no homem da cultura topográfica moderna. McLuhan defende que é a invenção da tipografia (livro...) que marca a grande transformação. (TEIXEIRA, Anísio, 1972).

FRACASSO ESCOLAR: DESAFIOS, DILEMAS E EQUÍVOCOS

Apesar do muito que se tem estudado e discutido sobre a Educação Brasileira, o fracasso escolar ainda se impõe de forma alarmante e persistente em nossas estatísticas, revelando que o sistema escolar ampliou o número de vagas, mas não implementou uma política que garanta um ensino eficiente às nossas crianças e dê-lhes acesso à cidadania (ENGUITA, 2012; FREIRE, 1996). Qualquer educador com um mínimo de sensibilidade deveria inquietar-se ante a esta triste realidade brasileira.

Pesquisas revelam que em consequência da repetência sucessiva, mau desempenho, atrasos, muitos alunos fracassam ao final da educação básica em seus estudos e os abandona antes de concluir o grau escolar, sendo que isto cresce à medida que as séries avançam. Por exemplo, o crescimento do índice de jovens que concluíram o ensino médio até 19 anos é um indicativo do acúmulo de fracasso escolar, conforme demonstramos a seguir: 2013, 54,3%; em 2012, 53% e em 2007, 46,6% (INEP, 2016). Outras pesquisas já apontavam anos anteriores que se fossem analisados o Ensino Fundamental e Médio juntos, apenas 40% dos que ingressam no nível obrigatório, concluem o 3º ano do Ensino Médio, dentro de aproximadamente 13,9 anos (INEP, 2007). A escola que deveria ser local de promoção do desenvolvimento das potencialidades de todos os indivíduos, torna-se, para muitos, palco de fracassos ou de desenvolvimento insatisfatório e precário. Por que o estudante não aprende? Por que ele evade da escola?

Até a década de 1980, o fracasso escolar é explicado basicamente pela falta de empenho e esforço do estudante. Também culpabilizavam os pais pelo insucesso do filho. A escola saía ileso destas avaliações. Quando a instituição escolar foi denunciada como um dos fatores determinantes do problema, foi no sentido de culpabilizá-la e aos seus educadores, ficando de fora o contexto social e político. Desde a década de 1990, observa Patto (1999), que a reprovação e evasão na escola pública de nível obrigatório continuam a assumir proporções inaceitáveis, sobretudo no ensino médio, etapa escolar fundamental para o acesso dos jovens ao mercado de trabalho e ao ensino superior.

O fracasso escolar, para Enguita (2012), pode ser, entre outras coisas, porque a escola tornou-se desinteressante para os estudantes. Para o autor, hoje a escola não é a única janela para o mundo. Ela já garantiu esse interesse quando representava a principal e a melhor – se não a única – janela para o mundo. Hoje os estudantes estão rodeados por diversas janelas – a internet, os meios de difusão, os celulares, televisão –, as quais têm fácil acesso. O problema da escola hoje é mais de despertar o interesse do que de perdê-lo.

O fato é que os altos índices de fracasso escolar implicam quebrar o estigma de associar esse processo aos estudantes e às suas famílias como os principais responsáveis pelo mesmo (PATTO, 1999; ENGUITA, 1989). Em termos simples, é necessário assumir que há falha do meio social e, sobretudo, fracasso da escola, apesar dos esforços de adaptação de muitos educadores. Talvez o fracasso não seja do estudante, mas da instituição educacional, que teria de assegurar o êxito da maioria. Talvez é preciso falar do problema do fracasso da escola, mais do que de problema de fracasso escolar do estudante e, assim, buscar na mesma instituição escolar as causas e soluções para os problemas escolares.

A ideia de que o estudante não seja o único responsável pelo fracasso escolar, talvez se sustente, por exemplo, nas inúmeras personalidades da história que o vivenciaram, mas que logo

brilharam em outras áreas não acadêmicas. Os esportistas Bruce Jeanner e Magic Johnson e os atores como Cher e Tom Cruise. Também há algumas pessoas notáveis que fracassaram na escola e triunfaram no âmbito acadêmico, intelectual ou artístico como Albert Einstein, Thomas Edison (disléxico), Auguste Rodin, Pablo Picasso, os estadistas Nelson Rockefeller (disléxico famoso) e Winston Churchill, o físico Harvey Cushing e Santo Agostinho. Essas pessoas superaram as dificuldades escolares. Mas, a maioria dos que fracassam hoje não. Por quê? Talvez nestes casos o fracasso escolar pode ser resultado da incapacidade da escola de se aproximar mais da cultura popular e também dos interesses e das motivações das novas gerações (ENGUIITA, 2012; FERRÉS, 2000).

Fica a questão se o fracasso escolar não é exatamente o resultado, qual seja, da maneira como a escola está instituída ainda hoje e, se assim for, nada melhor do que assumir sua responsabilidade e procurar vencer os problemas cruciais e crônicos de nossos sistemas educacionais. Assim, ela será eficaz na sua função de promover o conhecimento e se tornará, de fato, um instrumento valioso para evitar a marginalidade de milhares de crianças e jovens.

INSTITUIÇÃO ESCOLAR: CRISES E DESENCONTROS

Postam (1990) distingue três crises que afetaram a educação ocidental ao longo da história humana. Na sua visão, a primeira crise remonta à Grécia do século v a.C., quando Atenas substituiu a cultura oral pela cultura escrita, a partir da invenção do alfabeto. Já a segunda ocorreu na Europa do século XVI, em meio às grandes transformações da cultura geradas pelo surgimento da imprensa. A terceira grande crise refere-se ao momento educativo atual e é produzida como consequência da revolução eletrônica e tecnológica (advento da cultura da imagem), sobretudo a datar da invenção da televisão (POSTMAN, 1990, p. 182).

É preciso ao menos sublinhar que os meios de massas audiovisuais e as novas tecnologias e práticas comunicativas têm exercido grande influência no processo socializador das novas gerações, instaurando novas formas de comunicação e interpretação da realidade, papel este que antes era reservado unicamente às instituições tradicionais como a escola e família.

Quando se refere à relevância da televisão dentro da cultura brasileira - somam- se a esta a internet, as redes sociais como Facebook, Twitter, Instagram, Whatsapp - e ao número de horas que as pessoas passam diante da televisão “estima que 95,1 % das residências do país possuam aparelhos de televisão, alcançando um total de mais de 155 milhões de televisores e o brasileiro assiste, em média, cerca de 5 horas e meia de televisão por dia” (EMERIM, 2014, p. 13). Pesquisas recentes atestam essa grande quantidade de tempo na frente da televisão por grande parte da população (BRASIL, 2015). Pesquisas nos Estados Unidos avaliaram que um estudante que conclui seus estudos de nível obrigatório esteve umas dezesseis mil horas ante o televisor. As perguntas que tais dados suscitam seriam: Será que os profissionais responsáveis pela educação já se perguntaram seriamente a respeito das mudanças profundas que essa realidade gera nas novas gerações? Mais do que isso: que mudanças profundas deveriam implicar no sistema educativo e na prática pedagógica?

Esse quadro presente na instituição escolar – fracassos e crises – leva a desejar uma urgente revisão do projeto educacional brasileiro com o intuito de melhorar a atuação na qualidade do que se ensina e de como se ensina; do que se aprende e de como se aprende. Tal desafio só poderá ser

enfrentado, primeiro, se a escola acompanhar o mesmo passo da sociedade do espetáculo. Se a escola ainda quiser ser interessante, ela necessita se adequar radicalmente às mudanças substanciais que foram produzidas na sociedade (POSTMAN, 1990; ENGUITA, 2012). Daí que a revisão em profundidade é uma necessidade de primeira ordem. Em segundo lugar, com a globalização e o avanço das tecnologias, é imprescindível que o processo de aprendizagem seja analisado e promovido sob uma perspectiva que considere além do contexto social em que esta prática acontece, principalmente abordar uma metodologia que contemple também a subjetividade de cada educando, reconhecendo que cada pessoa é única, completa, possui sonhos, medos, frustrações, e, por isso, necessita ser compreendida em sua totalidade (BOCK *et al.*, 2002). De qualquer modo, este caminho poderá tornar realidade a educação humanizada (FREIRE, 1996).

Outro desafio que precisa ser superado pelos educadores é a tendência à subestimação aos efeitos das novas invenções técnicas (ECO, 2001; FÉRRÉS, 2000). Para esses autores, muitos educadores consideram essas novas tecnologias audiovisuais e eletrônicas como uma simples amplificação ou prolongação das antigas, sendo utilizadas apenas como simples apoio da cultura verbal ou literária tradicional. Cabe remeter à “síndrome do espelho retrovisor” de McLuhan (1969). Hoje é necessário volver o olhar para o sistema educativo. Como bem alertou Enguita (2012, p. 1): “ou a escola se abre às possibilidades que o desenvolvimento tecnológico e social lhe oferece, ou a sociedade prescindirá cada vez mais dela”.

Uma das muitas respostas de “esperança” (FREIRE, 1993) para atender a estes desafios da cultura no espaço da escola e no micro-espaço da sala de aula, é a redefinição do conceito de cultura e em particular, repensar a tarefa do educador e o papel da escola. É preciso analisar as formas de ensino e de aprendizagem que propõe a escola e as formas em que vivem as novas gerações que frequentam a instituição escolar. Sabemos da existência de todo um processo ideológico e interesses na condução dos processos políticos e pedagógicos, mas Freire (1993) nos motiva a acreditar que o educador seja esperança, e desenvolva ações criativas e transformadoras junto e com o seu educando.

CONCLUSÕES

Torna-se mais uma vez de vital importância reconhecermos que, se por um lado a escola apresenta problemas – não são poucos – por outro lado não faltam propostas para solucioná-los. Não resta dúvida de que ela desempenha um importante papel em nossa sociedade. Agora fica o desafio de encontrar, uma maneira mais gostosa, mais lúdica, motivadora, criativa, interessante e socialmente necessária de “fazer escola”. “Ninguém nasce feito. Vamos nos fazendo aos poucos, na prática social de que tomamos parte” (FREIRE, 1993, p. 79).

Na busca pela superação das velhas formas de se pensar a educação, o ensino e a cultura, está, também e sem dúvida, a necessidade de os educadores e todos os profissionais da cultura considerarem que, se os ventos sopram na direção da pura sensorialidade, emotividade e dinamismo, o que é necessário nas aulas é compensar isto. Essa compensação pode ser feita mediante aulas e atividades mais motivadas, dinâmicas, prazerosas e problematizadoras, despertando o interesse do alunado, na medida em que unem os saberes (conhecimento) com a criatividade (prazer) e criticidade (problematização). É importante pensar que o nosso receptor atual, o estudante, está sendo, foi e será cada vez mais modificado pela cultura do espetáculo e, sobretudo, pela cultura do *zapping*, que é

causa e consequência da hiperestimulação sensorial e exige cada vez mais gratificação sensorial nos meios e mensagens.

Acredita-se que o educador que atualmente pretenda ser eficaz, deve ser capaz de potencializar o sensorial, o concreto e o emotivo. Isto é, aprender a potencializar a capacidade de sedução. Para isso deve criar um ritmo comunicativo, didático, flexível, dinâmico e variado. Utilizar linguagens audiovisuais na escola, a metáfora, a narração, o humor, as notícias televisivas e midiáticas (injetar realidade na escola, falar da vida cotidiana), para fazer aulas mais motivadas, prazerosas, despertando o interesse pela aprendizagem. É a capacidade de integração e convergência com essas novas maneiras de ser, de pensar, de viver que nos ajudará a construir uma escola inclusiva, integradora, lúdica e transformadora. Em outras palavras, uma educação mais humanizada.

Sem dúvida a qualificação do corpo docente é um aspecto essencial neste processo para que ele possa, conduzir com êxito, o conhecimento escolar e o pensamento crítico do seu alunado. Onde quer que ela ocorra, a prática exige que os profissionais envolvidos estejam sempre em constante desenvolvimento. A nova necessidade requer a formação dentro de uma perspectiva pedagógica humanizada, pois a mesma ensina valores importantes, como empatia, colaboração, tolerância, boa convivência e preparam os educandos para o exercício da cidadania. Essa relação próxima e mais as atividades criativas e problematizadoras, somando-se a implementação de políticas públicas eficazes, que segundo Paulo Freire (1996), são essenciais de uma educação cheia de amorosidade, poderão produzir um melhor desempenho dos estudantes, emergindo daí como resultado na forma de aprimoramento da concentração, uma maior participação e engajamento nas aulas e, conseqüentemente, a diminuição da evasão e fracasso escolar. A sonhada educação lúdica, humanizada e transformadora só é possível tornar-se realidade com um empenho coletivo.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Márcia Franz. Sensacionalismo: um conceito errante. **Intertexto**, Porto Alegre, RS, UFRGS, v. 2, n. 13, p. 1-13, julho/dezembro, 2005. Disponível em: www.seer.ufrgs.br/intexto/article/download/4212/4464. Acesso em 20 out 2014.

BERGMAN, Ingmar. **Lanterna mágica**: uma autobiografia. Rio de Janeiro: Guanabara, 1988.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

BOCK, Ana Mercês Bahia; FURTADO, Odair; TEIXEIRA, Maria de Lourdes Teixeira. **Psicologias**: uma introdução ao estudo de psicologia. 13ª ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia**: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom, 2015. Disponível: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acesso em 30 mar 2015.

CEBRIÁN, Juan Luís. **La red**. Cómo cambiarán nuestras vidas los nuevos medios de comunicación. Madrid: Taurus, 1998.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. 6ª ed. São Paulo: Perspectiva, 2001.

EMERIM, Cárilda. A essência da televisão aberta contemporânea. In: **Sessões do Imaginário**, Porto Alegre, v. 19, n. 31, pp. 12-19, 2014. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/fzva/ojs/index.php/famecos/article/view/19212/12234>. Acesso em 22 nov 2014.

ENGUITA, Mariano Fernández. Entrevista com Mariano Fernández Enguita: Em busca de sentido na sociedade do conhecimento. In: **Revista Pátio**, n. 14, ano IV, setembro, 2012. Disponível em: <http://loja.grupoa.com.br/revista-patio/artigo/7475/em-busca-de-sentido-na-sociedade-do-conhecimento.aspx>. Acesso em 10 mai 2016.

ENGUITA, Mariano Fernández. **A face oculta da escola: educação e trabalho no capitalismo**. Porto Alegre: ARTMED, 1989.

FERRÉS, Joan. **Educar en una cultura del espectáculo**. Barcelona: Paidós Ibérica, S.A., 2000.

FERRÉS, Joan. **Las Pantallas y el cerebro emocional**. Barcelona: Gedisa editorial, 2014.

FREIRE, Paulo. **Política e Educação**. São Paulo: Cortez, 1993.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa**. São Paulo: paz e terra, 1996.

FERREIRA, Aurélio. **Novo Aurélio**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

GABLER, Neal. **Life the Movie: How Entertainment Conquered Reality**: Knopf, 1998.

GOLEMAN, Daniel. **Inteligência emocional: a teoria revolucionária que redefine o que é ser inteligente**. 58ª ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 1995.

GUARESCHI, Pedrinho Arcides; BIZ, Osvaldo. **Mídia, educação e cidadania: tudo o que você deve saber sobre mídia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.

GUARESCHI, Pedrinho Arcides. **Psicologia social crítica: como prática de libertação**. Porto Alegre: EdUPUCRS, 2012.

GUBERN, Román. **Del bisonte a la realidad virtual. La escena y el laberinto**. Barcelona, Anagrama, 1996.

Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP). Disponível em: <http://www.inep.gov.br/>. Acesso em 23 mai 2016.

KEHL, Maria Rita. O espetáculo como meio de subjetivação. In: BUCCI, Eugenio e KEHL, Maria Rita. **Videologias: ensaios sobre televisão**. São Paulo: Boitempo, 2004.

KEHL, Maria Rita. Visibilidade e espetáculo. In: BUCCI, Eugênio e KEHL, Maria Rita. **Videologias: ensaios sobre televisão**. São Paulo: Boitempo, 2004.

- KELLNER, Douglas. A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo. In: **Líbero**, Ano VI, Vol 6, nº 11, 2004. Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/libero/article/view/3901/3660>. Acesso em 10 mai 2016.
- KUNDERA, Milán. **La lentitud**. Barcelona: Destino, 1995.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- McLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 14 ed. São Paulo: Cultrix, 2005.
- McLUHAN, Marshall. **O meio é a mensagem**. Rio de Janeiro: Record, 1969.
- MORIN, Edgar. **As estrelas: mito e sedução no cinema**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.
- MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século vinte: o espírito do tempo**. Rio de Janeiro: Forense, 1967.
- MOTTA, Nelson; SANTOS, Lulu. Como uma onda. In: CD **O Ritmo do Momento**, com músicas cantadas por Lulu Santos, 1983.
- PATTO, Maria Helena Souza. **A produção do fracasso escolar: histórias de submissão e rebeldia**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 1999.
- POSTMAN, Neil. **La desaparición de la infantesa**. Barcelona: Círculo de Lectores, 1990.
- SANTAELLA, Maria Lúcia. **Cultura das mídias**. São Paulo: Experimento, 1996.
- SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. **O império do Grotesco**. Rio de Janeiro: MAUAD, 2002.
- SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002a
- TAVARES, Freud. **O conceito da estratégia empresarial**. Disponível em: <http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos/Conceito_da_estrategia_empresarial.htm>. Acesso em 21 fev 2008.
- TEIXEIRA, Anísio. Prefácio In: MACLUHAN, Marshall. **A galáxia de Gutenberg: a formação do homem tipográfico**. São Paulo, Editora Nacional, Editora da USP, 1972.