

INDÚSTRIA CULTURAL E O TRABALHO DOCENTE: CAMINHOS PARA COMPREENDER OS PROCESSOS DE CRIAÇÃO EM ARTE NA EDUCAÇÃO INFANTIL*

*Culture industry and teaching work: paths to understand the process
of art creation in children education*

*La industria cultural y la labor de profesor: maneras de entender los
procesos de creación de arte en la educación infantil*

ANILDE TOMBOLATO TAVARES DA SILVA
Universidade Estadual de Londrina- UEL – Departamento de Educação

CÂNDIDA ALAYDE DE CARVALHO BITTENCOURT
Universidade Estadual de Londrina- UEL – Departamento de Arte Visual

RESUMO O propósito deste trabalho é refletir sobre a relação entre a Indústria Cultural, processos de criação e o Trabalho docente na Educação Infantil, buscando definir a influência e a imposição de estereótipos nos processos criativos pela contribuição de Fayga Ostrower e de reprodução da Indústria Cultural por meio da revisão da literatura e pela contribuição de Theodor Adorno e Max Horkheimer. Argumentamos que a essência da indústria cultural não só permanece atual e interfere nos processos criativos e nas relações de consumo na sociedade contemporânea, como no processo de universalização da semiformação que permeia o Trabalho Docente voltado para a infância. Em contrapartida, acreditamos que o profissional que atua na educação infantil tem o duplo desafio de articular os conhecimentos e leituras de mundo nas práticas pedagógicas e desconstruir as subjetividades impostas pela indústria cultural, ressignificando e a resistência e intervenção crítica dos educadores. Dessa forma, a apropriação de uma teoria e das práticas cotidianas permite uma leitura para além da utilidade e padronização humana, e devolve, efetivamente, aos espaços de educação infantil e, especificamente, ao educador o exercício de sua atividade intelectual e criativa.

PALAVRAS-CHAVE: INDÚSTRIA CULTURAL; PROCESSOS DE CRIAÇÃO; TRABALHO DOCENTE.

* Texto elaborado a partir de estudos realizados no GEPEI – Grupo de Estudos e Pesquisas em Educação e Infância e do projeto de pesquisa: INDÚSTRIA CULTURAL E RELAÇÕES DE CONSUMO: CAMINHOS PARA COMPREENDER OS PROCESSOS DE CRIAÇÃO E O TRABALHO DOCENTE NA EDUCAÇÃO INFANTIL do Departamento de Educação e do Departamento de Arte Visual da Universidade Estadual de Londrina.

ABSTRACT The aim of this paper is to reflect about the relation between cultural industry, creation process and teaching work in early childhood education, trying to define the influence and imposition of stereotypes in creative process by the contribution of Fayga Ostrower and the reproduction of the cultural industry by revising the literature and with the contribution of Theodor Adorno and Max Horkheimer. We discussed that the essence of cultural industry is not just actual, but also interfere creative process and consumerism relations in the contemporary society as in the universalization process from semi formation that permeate teaching work facing infancy. On the other hand, we believe that a professional that acts in early childhood education has a double challenge in articulate knowledge and world's reading in pedagogic practice in deconstructing the subjectivities imposed by cultural industry giving a new meaning to the resistance and critical intervention from educators. This way, the appropriation of a new theory and daily practices allow to read beyond human utility and standardization, returning, actually, to early childhood spaces and, specifically, to the educator the use of his/her intellectual activity and creativity.

KEYWORDS: CULTURAL INDUSTRY; CREATION PROCESS; TEACHING WORK.

RESUMEN El propósito de este trabajo es discutir la relación entre la industria cultural, los procesos de creación y la labor del profesor en la educación infantil, tratando de definir la influencia y los estereotipos imponentes en los procesos creativos con la aportación de Fayga Ostrower y reproducción de la industria cultural a través de la revisión de la literatura y la contribución de Theodor Adorno y Max Horkheimer. Argumentamos que la esencia de la industria cultural no sólo sigue siendo actual y interfiere en los procesos creativos y las relaciones de consumo en la sociedad contemporánea y la erudición del proceso universal que impregna la obra frente Profesor para los niños. Sin embargo creemos que los profesionales que trabajan en la educación infantil tiene el doble reto de articular los conocimientos y percepciones del mundo en las prácticas de enseñanza y deconstruir las subjetividades impuestas por la industria cultural redefiniendo la resistencia y la intervención crítica de educadores. Por lo tanto, la propiedad de una teoría y una práctica diaria permite una lectura más allá de la utilidad y la estandarización humana, volver efectivamente a los espacios de la educación de la primera infancia y, en concreto, el ejercicio educador de su actividad intelectual y creativa.

PALABRAS CLAVE: INDUSTRIA CULTURAL; PROCESOS DE CREACIÓN; ENSEÑANZA.

INTRODUÇÃO

O atual desenvolvimento dos meios de comunicação de massa no cenário contemporâneo solidifica a sensação de que não há obstáculos para impedir que o processo da Indústria Cultural alimente as trocas globalizadas de diferentes produções e valores culturais. A fetichização da técnica e a reificação das consciências teimam em nos lembrar que há uma ênfase sem medida nas relações de produção de mercadoria e consumo. Esse processo influencia o mundo social e econômico, principalmente o mundo das relações humanas e de

trabalho, alterando propósitos, ideias, comportamentos, grupos de relações, preferências, narrativas, imagens, pensamentos e ações. A criança e o adulto acabam sendo contagiados por esse processo de inculcação e ideologias, cabendo, desse modo, um olhar crítico à realidade em favor da superação do que está posto.

Dessa forma, este ensaio objetiva argumentar que a essência da indústria cultural não só permanece atual e interfere nos processos criativos e nas relações de consumo na sociedade contemporânea como no processo de universalização da semiformação que permeia o Trabalho Docente voltado para a infância. Busca definir a influência e a imposição de estereótipos nos processos criativos pela contribuição de Fayga Ostrower, e de reprodução da Indústria Cultural por meio de revisão de literatura dos teóricos da escola de Frankfurt, mais precisamente as ideias de Theodor Adorno e Max Horkheimer e da dinâmica social e econômica, a fim de que os parâmetros de análise possam ser estabelecidos na discussão sobre a formação e atuação docente na educação infantil.

Nossa preocupação é acompanhar o movimento do pensamento acerca do tema da indústria cultural, infância, criatividade e formação de professores de educação infantil e a partir disso, construir nosso próprio percurso para compreender o trabalho pedagógico na educação infantil na contemporaneidade, com vista à superação do que está colocado pela indústria cultural. Assim como, os desafios postos no campo da educação e da prática educativa, os limites e a possibilidade de se assumir a escola como espaço de produção do novo, do não dito, do não pensado em detrimento do que já está instituído.

A INDÚSTRIA CULTURAL E O PROCESSO DE SEMIFORMAÇÃO DO PROFESSOR

A Indústria Cultural é uma realidade procedente da sociedade contemporânea e seu conceito foi apresentado por Horkheimer e Adorno no livro *Dialética do Esclarecimento: Fragmentos filosóficos*, publicado, em 1947, em Amsterdã. Sabe-se que a obra é oriunda, aparentemente, de uma carta escrita por Adorno a Horkheimer, na qual menciona-se a expressão como sinônimo da dialética entre cultura e barbárie, que já se anunciava no início do século XX, e que se constitui em uma das principais contribuições do texto de Adorno às formulações centrais da obra de dialética (Cohn, 1977). A intenção destes autores era denunciar que nas relações de troca de mercadorias a que são reduzidas todas as relações sociais, o produto cultural perde seu brilho, sua unicidade e sua especificidade de valor de uso. Ao se transformar em valor de troca, dissolve-se sua verdadeira essência, e o processo criativo, também se transforma em processo produtivo.

A partir do desenvolvimento das sociedades industriais ou do desdobramento social do que se chamou de Revolução Industrial, assistimos à reinvenção dos modos de subjeção, que modelam o cotidiano e influenciam a esfera da cultura. O que se percebe é que, a partir desse momento, passamos a viver e conviver com uma sociedade conduzida não por um projeto político e ideológico, mas diante de uma sociedade totalmente conduzida pela técnica. A técnica passou a ser a nova estrutura ideológica e, nesse sentido, até a cultura transforma-se em mercadoria.

Horkheimer e Adorno (1985), ao analisarem o impacto das inovações da produção industrial de massa na vida do homem, vão nos dizer que:

O fato de que suas inovações características não passem de aperfeiçoamento da produção em massa não é exterior ao sistema. É com razão que o interesse de inúmeros consumidores se prende à técnica, não aos conteúdos teimosamente repetidos, ociosos e já em parte abandonados. O poderio social que os espectadores adoram é mais eficazmente afirmado na omnipresença do estereótipo imposta pela técnica do que nas ideologias rançosas pelas quais os conteúdos efêmeros devem responder (HORKHEIMER e ADORNO, 1985, p. 127).

A técnica materializada na indústria cultural cria condições favoráveis para a implantação de seu comércio. O valor de uso é absorvido pelo valor de troca em vez do prazer estético, o que se busca é conquistar prestígio e não propriamente ter uma experiência com o objeto. Numa leitura ampla do termo, percebemos que o conceito de Indústria Cultural pode ser identificado naquilo que possui de mais ambíguo. De acordo com Zuin (2001), se os termos - *Indústria e Cultura* - são excludentes, não se realizam completamente, mas, se assemelham à indústria quando destacam a standardização de determinado objeto e quando diz respeito à racionalização das técnicas de distribuição. Entretanto, não se pode defini-lo apenas por esse viés da indústria, pois não se refere apenas ao processo de produção, mas pelo que argumenta Adorno (1986, p.94) “cada objeto carrega em si como marca de sua individualidade”. Essas particularidades, engendradas na fetichização da técnica e na reificação da consciência, nada mais são do que “mercadorias padronizadas que podem ser trocadas e que cobram seus dividendos na consolidação de sua individualidade danificada” (ZUIN, 2001, p. 11).

O conjunto de meios de comunicação como o cinema, o rádio, a televisão, os jornais, as revistas e o computador por meio da internet e redes sociais que formam um sistema poderoso para gerar lucros e por serem mais acessíveis às massas, exercem um tipo de manipulação e controle social, ou seja, a Indústria Cultural não só edifica a mercantilização da cultura, como também é legitimada pela demanda desses produtos. Para esses filósofos, a publicidade já na década de 1940 do século passado se tornara o “elixir da vida da indústria cultural” (HORKHEIMER e ADORNO, 1985, p.151).

A cultura conferiu a todos os seus produtos instrumentais um ar de semelhança, de parentesco, e fornece, por toda a parte, bens padronizados. Cada setor da produção é uniformizado e todos os são em relação aos outros. A partir do desenvolvimento das sociedades industriais, assistimos à reinvenção dos modos de sujeição, que modelam o cotidiano e influenciam a esfera da cultura. Por meio da indústria de produção, obtém-se uma marca da cultura de massa: a serialização, a padronização e a divisão de trabalho. Uma situação que não provém de uma lei de evolução da tecnologia enquanto tal, mas de sua função na economia atual. Para Horkheimer e Adorno (1985, p. 114):

Sob o poder do monopólio, toda cultura de massa é idêntica [...] O cinema e o rádio não precisam mais se apresentar como arte. A verdade de que não passam

de um negócio, eles a utilizam como ideologia destinada a legitimar o lixo que propositadamente produzem. Eles se definem a si mesmos como indústrias, e as cifras publicadas dos rendimentos de seus diretores gerais suprimem todas dúvidas quanto à necessidade social de seus produtos.

O processo criativo, nesse sentido se traduz em arte personificada pela sua disseminação e padronização por meio da publicidade criada na sociedade capitalista, que retrata por meio da simbologia a manipulação de uma série de representações sociais sacralizando momentos do cotidiano. O anúncio que é repassado vai costurando e criando outra realidade que, com base nas relações concretas de vida daqueles que a consomem vai reproduzindo um mundo idealizado. A publicidade age como um espelho mágico, transformando-se, ela mesma, numa arte que reflete aspectos da sociedade que a engendra, alimentando a ilusão de uma ideologia que se quer permanente em seu projeto.

Assim, a indústria cultural integra e administra os níveis do comportamento social como parte integrante das necessidades simbólicas dos indivíduos no contexto mais amplo do desenvolvimento da sociedade industrial. Utiliza a tecnologia e é viabilizada por ela. Ao mesmo tempo, é ferramenta e produto do sistema capitalista, sendo a própria voz do sistema; caracterizada por sua dimensão acultural, técnica, consumo de massas e mercadoria. Horkheimer e Adorno (1985, p. 36) afirmam que a cultura “simula uma sociedade digna do homem, o que não existe [...]”.

A dimensão cultural mais autêntica desse princípio civilizatório desloca-se da dimensão estética/cultural esvaziada de sentido, para reduzir-se a uma dimensão de diversão e lucro cuja finalidade é subsumir o sujeito à lógica do mercado de que se constitui a totalidade da organização social. Cultura e arte que tinham uma concepção como via de expressão e contestação transformam-se em mercadorias reproduzidas em série e designadas de acordo com os interesses do sistema econômico capitalista, e que passam a ser absorvida pelos consumidores que se tornam, não o sujeito, mas o objeto dessa indústria. Nesse sentido, Horkheimer e Adorno (1985, p. 176), ao anunciar a Indústria Cultural enquanto prestadora de serviço ao cliente, afirma:

Não se trata tanto para a indústria cultural de adaptar-se às reações dos clientes, mas sim de fingi-las. Ela as inculca neles ao se comportar como se ela própria fosse um cliente. Seria possível suspeitar que todo esse ajustamento, ao qual ela assevera obedecer também, é ideologia; as pessoas se esforçariam tanto mais para se igualar às outras e ao todo, quanto mais empenhadas estivessem – através da igualdade exagerada, esse juramento público de impotência social – em participar do poder e em minar a igualdade. [...] A indústria cultural modela-se pela regressão mimética, pela manipulação de impulsos de imitação recalçados. [...] Ela consegue fazê-lo tanto melhor quanto mais, em um sistema estabilizado, ela pode contar de fato com tal assentimento, precisando muito mais repeti-lo de maneira ritual do que, a rigor, produzi-lo. O que ela produz não é um estímulo, mas um modelo para maneiras de reagir a estímulos inexistentes.

Apesar do alto nível tecnológico, a cultura veiculada sob a perspectiva da Indústria Cultural cria padrões comportamentais de ajustamento dos indivíduos que são disseminados ao processo mais amplo de circulação de mercadorias, constituindo, assim, a padronização de comportamentos, desejos, ideias. Horkheimer e Adorno (1985, p. 21) afirmam que, “no trajeto para a ciência moderna, os homens renunciaram ao sentido e substituíram o conceito pela fórmula, a causa pela regra e pela probabilidade”. Assim, “toda a pretensão do conhecimento é abandonada”. Quanto mais se afasta do conceito e da possibilidade de negação, tanto mais o pensamento conforma-se com a mediocridade e com a repetição. Para os autores, “quanto mais a máquina do pensamento subjuga o que existe, tanto mais cegamente ela se contenta com essa reprodução” (Horkheimer e Adorno, 1985, p. 38).

Como consequência, o que percebemos é um definhamento do elemento crítico do homem, atuando como mero instrumento a serviço da ordem existente. O pensamento se vê privado “não só do uso afirmativo da linguagem conceitual científica e cotidiana, mas igualmente da linguagem da oposição” (Horkheimer e Adorno, 1985, p. 12). As massas acabam por absorver submissamente as verdades da ciência positiva. Os autores afirmam:

É ainda muito otimista pensar que o indivíduo esteja sendo liquidado como osso e tudo. Pois mesmo na sua negação pura e simples, na supressão da mônada através da solidariedade, estaria plantada ao mesmo tempo a salvação do ser singular, que apenas na sua relação com o universal tornar-se-ia um particular. A situação atual está muito distante disso. [...] Em meio às unidades humanas padronizadas e administradas, o indivíduo vai perdurando. [...] Seu temperamento vivo e sem inibição, suas idéias inesperadas, sua originalidade, ainda que isso não passe de uma particular feiúra, até mesmo sua algaravia, transforma o que é humano em traje de clown. Submetidos ao mecanismo universal da concorrência e não podendo se adequar ao mercado nem se impor nele de outra forma que não seja através da fixação de sua alteridade, mergulham de maneira apaixonada no seu próprio privilégio, exagerando a tal ponto que chegam a erradicar por completo aquilo que são tomados. Eles se vendem como fornecedores de calor humano em meio a frieza comercial [...] (1985, p.118).

O que nos leva a pensar sobre os conteúdos culturais que, por serem veiculados nos aligeiramentos e imediatismos informativos, sustentam um empobrecimento civilizatório, que resulta numa formação social regressiva, que enquadra os indivíduos nos modelos do mercado e da produção. Esse empobrecimento civilizatório nada mais é do que o conjunto de características próprias à vida social coletiva, acarretando ações bárbaras e violentas, próximas do meramente instintivo, atitudes comportamentais reducionistas e imitativas, como o “ignorante feliz, o egoísta simulado, o auto-referente venerado, a idolatria das celebridades narcísicas, a estereotipia corporal, o intelectualismo postiço, o mercantilismo estético, mistificação religiosa do desamparo político e etc.” (DUARTE, 2003, p. 23).

A educação escolar está cada vez mais constituída por uma experiência social “mediatizada” e, portanto, não é idealizada pela emancipação, mas dialeticamente baseada na crítica à semiformação real, e se orienta por possibilidades presentes, embora não concretizadas na experiência das contradições da formação social efetiva. É possível pensar ainda em

formação, se como dizem Horkheimer e Adorno (1985, p. 145), “pseudo-individualidade é um pressuposto para compreender e tirar da tragédia sua virulência: é só porque os indivíduos não são mais indivíduos, mas sim meras tendências das encruzilhadas do universal, é possível reintegrá-los totalmente na universalidade”. Parece que o sujeito e sua experiência não são mais possíveis porque o trabalho de conceituá-lo já está danificado e, no lugar dele nada foi posto, ficando somente a semi-informação:

O semiculto (semiformado) dedica-se a conservação de si mesmo sem um si mesmo. Não pode permitir, então, aquilo em que, segundo toda teoria burguesa, se constituía a subjetividade: a experiência e o conceito. Assim, procura subjetivamente a possibilidade da formação cultural, ao mesmo tempo em que, objetivamente, se coloca todo contra ela. A experiência – a continuidade da consciência em que perdura o ainda não existente em que o exercício e a associação fundamentam uma tradição no indivíduo – fica substituída por um estado informativo pontual, desconectado, intercambiável e efêmero, e que se sabe que ficará borrado no próximo instante por outras informações. (...) A semiformação é uma fraqueza em relação ao tempo, a memória, única mediação que realiza na consciência aquela síntese da experiência que caracterizou a formação cultural em outros tempos. (...) O conceito fica substituído pela subsunção imperativa a quaisquer clichês já prontos, subtraídos a correção dialética, que descobre seu destrutivo poder nos sistemas totalitários. (...) Sob a superfície do conformismo vigente, é inconfundível o potencial destrutivo da semiformação cultural. Ao mesmo tempo em que se apossa fetichisticamente dos bens culturais, está sempre na iminência de destruí-los (ADORNO, 1996, p. 405-406).

As relações que se estabelecem nas grandes cidades de hoje, em tempos da individualização do homem diante do mundo tecnológico, sugerem a amizade concebida como contato social de pessoas que não se tocam mutuamente e a escola reafirma esse sentimento através da inércia ante uma postura não reflexiva e emancipatória de seus saberes e práticas.

Mais do que isso, perdemos a noção das necessidades reais da humanidade. O que é importante nessa relação de mercado e consumo é o valor de troca, quer dizer, o que se ganha, consumindo ou produzindo alguma coisa. A mídia e o próprio investimento em *marketing* têm-se constituído em grandes responsáveis na disseminação e inculcação desses valores comerciais na escola, produzindo necessidades, criando valores para produtos de publicidade, propaganda, controlando a eficácia dos estímulos efetuados junto ao público consumidor e verificando novas oportunidades de mercado, via indústria cultural e lógica de consumo.

O atual homem comum, considerando aqui também o universo infantil inserido em meio à multidão, tem sua identidade fragmentada diante do contato com os atuais aparatos tecnológicos do mundo moderno, que trazem consigo sequências intermináveis de imagens que parecem não só falar por si, mas também por aqueles que as utilizam. “Nossa atenção é concentrada em informações imagéticas para logo em seguida ser pulverizada, uma vez que tal informação é imediatamente substituída por outra num ritmo alucinante” (ZUIN, 2011, p. 623).

A educação escolar, com todos os seus artefatos pedagógicos, junta-se aos da Indústria Cultural provocando a composição de uma espécie de comutação da consciência humana, que é, necessariamente, a repetição mecânica da consciência forjada no contexto da racionalidade instrumental, configurada pelo pragmatismo cultural que tomou conta do ambiente social massificado contemporâneo. Sem dúvida, um cenário no qual é possível vislumbrar as crianças como verdadeiros consumidores compondo a malha social alienante e ainda, dividido e subdividido em níveis de consumo. Cada grupo está mapeado e deve consumir a gama de opções à sua disposição. Há mercados para todos os tipos de consumidores infantis em todas as áreas: alimentação, vestuário, imóveis etc.

A Indústria Cultural integra e administra os níveis do comportamento social como parte integrante das necessidades simbólicas dos indivíduos no contexto mais amplo do desenvolvimento da sociedade industrial. O princípio civilizatório de uma dimensão cultural mais autêntica desloca-se em processos de dimensões estéticas e/ou culturais esvaziados desse sentido, para reduzir-se a uma dimensão de diversão e lucro, cuja finalidade é subsumir o sujeito à lógica do mercado de que se constitui a totalidade da organização social.

O PROCESSO CRIATIVO ANTE A INDÚSTRIA CULTURAL

A criatividade é uma qualidade que faz parte da essência do ser humano. Ao exercer o seu potencial criador, trabalhando, criando em todos os âmbitos do seu fazer, o homem configura a sua vida e lhe dá um sentido, pois criar é necessário. (OSTROWER, 2002, p. 166).

Como necessidade existencial, a criatividade é um potencial inerente a todo ser humano, e diferentemente do que muitos imaginam, não é um atributo exclusivo de algumas poucas pessoas privilegiadas. A capacidade de trabalhar criativamente só é possível porque o homem é dotado da potencialidade da sensibilidade, é um ser criativo por natureza e o processo de criação artística significa a possibilidade de uma ampliação da consciência e um processo de crescimento contínuo.

Nas crianças a criatividade se manifesta no brincar, no faz de conta imaginativo, no fazer solto, nas experiências de desenho, pintura e modelagem das aulas de arte, pois para a criança criar é natural e faz parte do viver e, nessas experiências infantis, segundo Ostrower (2002, p. 127) “a sensibilidade e o raciocínio ainda se processam de uma mesma maneira de ser e partindo de um só impulso a fim de apreender, compreender e controlar as situações e explorar-lhes novas possibilidades”. A criança é espontânea e livre para criar, pois a possibilidade de novas descobertas traz consigo novas experiências. Conhecer, perceber, aprender e interpretar acontece ao mesmo tempo. E essa compreensão nem sempre ocorre de modo intelectual, mas deixa uma “marca” na experiência infantil.

Para Ostrower (1995), a arte não se ensina. Um professor de arte pode transmitir conhecimentos técnicos ou teóricos e oferecer aos alunos a possibilidade de descobrirem seu próprio potencial. A autora afirma, também, que é só com a maturidade que podemos falar de um artista e de uma obra de arte verdadeiros. Dessa forma, argumenta que a atividade de arte das crianças não resulta em criação de uma obra de arte, uma vez que, nas crianças o criar – que está em todo seu viver e agir – é uma tomada de contato com o mundo, em

que a criança muda principalmente a si mesma. Ainda que ela afete o ambiente, ela não o faz intencionalmente; pois tudo o que a criança faz, o faz em função da necessidade de seu próprio crescimento, da busca de ela se realizar (OSTROWER, 2002, p. 130).

O que percebemos e como percebemos está intimamente ligado ao contexto cultural, pois a maneira que certas imagens se organizam em nossa mente indica a interferência direta de nossa cultura e de nossas vivências. Dessa forma, é do cotidiano da criança que são retirados os conteúdos significativos que interferem diretamente na sua capacidade de criação. No entanto, temos que admitir que na contemporaneidade, estamos vivenciando um processo de repressão e manipulação do processo criativo, pois os ditames da indústria cultural interferem na forma como percebemos o mundo, ou na maneira como o mundo interfere em nossas percepções. Para Ostrower (2002), trata-se da alienação do ser humano, ou seja, na contemporaneidade o homem:

...colocado diante das múltiplas funções que deve exercer, pressionado por múltiplas exigências, bombardeado por um fluxo ininterrupto de informações contraditórias, em aceleração crescente que quase ultrapassa o ritmo orgânico de sua vida, em vez de se integrar como ser individual e ser social, sofre um processo de desintegração. Aliena-se de si, de seu trabalho, de suas possibilidades, de criar e de realizar em sua vida conteúdos mais humanos (p. 6).

O processo de desintegração do ser humano provocado pela contemporaneidade e pela indústria cultural reprime e manipula os nossos sentidos, interfere na percepção que temos do mundo, impondo obstáculos aos processos criativos. É nesse sentido que a visualidade desempenha importante papel, vislumbrando possibilidades de resistência à padronização imposta pela sociedade contemporânea.

A percepção visual contribui para o processo criativo à medida que pode ser construída na escola pela crítica efetuada à indústria cultural e a anestesia dos sentidos, provocada por ela, pois se as subjetividades são construídas com influência da indústria cultural, significa que também podem ser “desconstruídas” e ressignificadas a partir da resistência e da intervenção crítica dos educadores. Para a construção dessa percepção é necessária uma disposição do indivíduo, uma sensibilidade para a arte e com a mediação do professor a criança pode “ver, observar, sentir, fazer e expressar” percebendo o mundo a sua volta com outra significação.

Verificamos, nesse novo tempo social, a expropriação da possibilidade de reflexão, empobrecendo os processos imaginativos e criativos do homem moderno. Ficamos com a sensação de que, para a educação, resta a apropriação do conhecimento produzido pelas ciências modernas e, ao ensino, a função de apresentador desses saberes deixando, portanto, de ser necessariamente um fator de esclarecimento ou transformação para se tornar um sentimento de impotência, de ilusão, que faz aumentar nossos medos e angústias através da padronização da cultura e os estereótipos referentes aos processos criativos. Ousamos afirmar que a escola contemporânea acaba por reproduzir a lógica da indústria cultural, tornando-se um lugar de propagação da sociedade do espetáculo, e não mais como espaço de criação e conhecimento elaborado.

Nesse sentido, a produção da cultura e da arte superior no âmbito da Indústria Cultural nada mais é que mercadoria cultural, que deve ser absorvida pelos consumidores que se tornam não o sujeito, mas o objeto dessa indústria.

A cultura veiculada sob essa perspectiva da Indústria Cultural, apesar do alto nível tecnológico dos meios, dissemina padrões comportamentais de ajustamento dos indivíduos ao processo mais amplo de circulação do capital, constituindo, assim, a padronização de comportamentos, desejos, ideias, conformes à mercadoria. Nesse processo, a razão fica submetida ao “imediatismo dado”, ao cálculo e à objetividade. Tudo se resume a fatos e números e aquele que não compactua dessa verdade é praticamente excluído do contexto.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Acreditamos que o profissional que atua na educação infantil tem o desafio de articular os conhecimentos e leituras de mundo nas práticas pedagógicas, e que a percepção estética pode ser construída na escola pela crítica efetuada à indústria cultural e a anestesia dos sentidos, provocada por ela, pois se as subjetividades são construídas com influência da indústria cultural, significa que também podem ser “desconstruídas” e ressignificadas a partir da resistência e da intervenção crítica dos educadores e, para que haja a compreensão desse papel, é necessário pensar: O que é ser professor na cultura contemporânea ante as imposições da Indústria cultural nos processos criativos? Como se dá a mediação do professor no processo de aprendizagem, com vistas ao desenvolvimento criativo e inventivo da criança?

Essas questões nos incitam a pensar na possível relação entre a indústria cultural, criatividade e trabalho docente na Educação Infantil, mediante uma realidade social que nos expropria cada vez mais da possibilidade de se ter experiência, nos silencia e nos leva ao empobrecimento dos processos criativos e das práticas pedagógicas mediante a influência da indústria cultural e das relações de consumo.

Nossa tarefa, assim, é pensar o trabalho docente na Educação Infantil que se encontra na base de muitos discursos pedagógicos que o tornaram objeto de análise e, assim, transformar nossa relação com a Educação Infantil por meio da necessidade de pensar a experiência formativa e os processos criativos apreendidos no seu sentido emancipatório, como possibilidade de resistência ao instituído pela lógica do consumo e da indústria cultural. Acreditamos que a escola infantil na contemporaneidade não precisa ser condicionada pelas imposições do consumo uma vez que existem encaminhamentos político-pedagógicos que contribuem para a emancipação de sua função, direcionando, no trabalho pedagógico infantil, outra lógica do pensamento que não esteja restrita à lógica do mercado e da padronização.

O pensamento reflexivo e criativo é elemento inerente e propulsor da atividade pedagógica, mas estamos envolvidos pelo deslumbramento do processo tecnológico e nos deixamos levar, de certa forma, pela degeneração do pensamento reflexivo, ameaçando o conteúdo ético do processo formativo em razão de sua determinação social. Fomos expropriados da possibilidade de experimentar e envolvidos por uma formação que privilegia um saber técnico em detrimento do saber filosófico e criativo do pensamento, da reflexão

crítica sobre a educação. A atividade docente, assim como toda a atividade do homem moderno, transformou-se em mera técnica ou aplicação de conhecimentos produzidos pelas ciências da educação, atendendo à necessidade social de aumento da eficiência, à demanda de qualificação profissional e aos padrões de consumo. Mera atividade repetidora, incapaz de traduzir-se em experiências narráveis.

Se pensarmos, sobretudo na experiência de ser professor ou de ser aluno, na experiência de estar num ambiente escolar ou num espaço pedagógico, a experiência adquire um sentido de experiência “não vivida”, pois aquilo que vivemos nesse ambiente não tem nada a ver conosco. É algo estranho tanto para nós quanto para a escola. No final do dia letivo tanto os professores quanto os alunos saem da escola mudos, sem ter o que dizer contribuindo assim para os dispositivos que esfacelam a experiência, o processo criativo e empobrecem seu fazer. Ao contrário, essas ações reproduzem os ditames da indústria cultural que padroniza e massifica o pensamento.

A educação, enquanto processo de resistência, tem como desafio opor-se a esse processo de infantilização da prática docente, pois se ela se diz crítica, reflexiva e emancipatória, deveria avançar pela direção contrária, na qual a leitura, a escrita; assim como a produção de conhecimento sejam vagarosas e caminhem lentamente em direção ao “interior” do homem, por uma reflexão crítica e comprometida com sua história. A educação deve ter a função primordial de resistência ao inumano e, sedimentada na possibilidade de tornar o homem humano. À medida que a educação permite a percepção da inumanidade do próprio homem, da barbárie, instaurada na história pelos sofrimentos e traumas, e da sedução que a indústria cultural e o desenvolvimento tecnológico trazem, também mobiliza o pensamento à reflexão para inventar e começar de novo, por uma infância que persiste mesmo na idade adulta.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. Teoria da semicultura. **Educação e sociedade**, Campinas: CEDES, n. 56, p. 388-411, dez. 1996.

COHN, Gabriel (Org.). **Comunicação e Indústria Cultural**. 4.^a ed. São Paulo: EDUSP, 1977.

DUARTE, Rodrigo. **Teoria Crítica da Indústria Cultural**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

HORKHEIMER, Max; ADORNO. **Dialética do esclarecimento**. Fragmentos filosóficos. 2. ed. Tradução Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

OSTROWER, Fayga. **Acasos e criação artística**. Rio de Janeiro: Campus, 1995.

_____. **Criatividade e processos de criação**. Petrópolis: Vozes, 2002.

ZUIN, Antonio A. S. **Sobre a atualidade do conceito de Indústria Cultural**. In: CEDES, ano XXI, n.54, p. 9 a 18, ago /2001.

_____. **Indústria Cultural e Semiformação: a atualidade da educação após Au-
chwitz.** In: Revista Educação e Filosofia. Uberlândia, v. 25, n. 50, p. 607-634, jul./dez.
2011.

Submetido em: 19-1-2015

Aceito em: 19-5-2015