



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA-UEPB
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO FUNDAMENTOS DA EDUCAÇÃO:
PRÁTICAS PEDAGÓGICAS INTERDISCIPLINARES**

ANDREA MARINA DA SILVA FERREIRA

**IDENTIDADE CULTURAL:
influência da cultura de massa na escola**

JOÃO PESSOA- PB

2014

ANDREA MARINA DA SILVA FERREIRA

**IDENTIDADE CULTURAL:
influência da cultura de massa na escola**

Monografia apresentada ao Curso de Especialização Fundamentos da Educação: Práticas Pedagógicas Interdisciplinares da Universidade Estadual da Paraíba, em convênio com Escola de Serviço Público do Estado da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de especialista.

Prof.^a Dra. SORAIA CARVALHO DE SOUZA – CCEA – UEPB
Orientadora

JOÃO PESSOA- PB
2014

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

F383i Ferreira, Andrea Marina da Silva
Identidade Cultural: influência da cultura de massa na escola
[manuscrito] / Andrea Marina da Silva Ferreira. - 2014.
35 p. : il. color.

Digitado.
Monografia (Especialização em Fundamentos da Educação:
práticas pedagógicas interdisciplinares) - Universidade Estadual da
Paraíba, Pró-Reitoria de Ensino Médio, Técnico e Educação à
Distância, 2014.
"Orientação: Profa. Dra. Soraia Carvalho de Souza,
Departamento de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas".

1. Educação. 2. Cultura de Massa. 3. Jovens. 4. Mídias. I.
Título.

21. ed. CDD 370.1

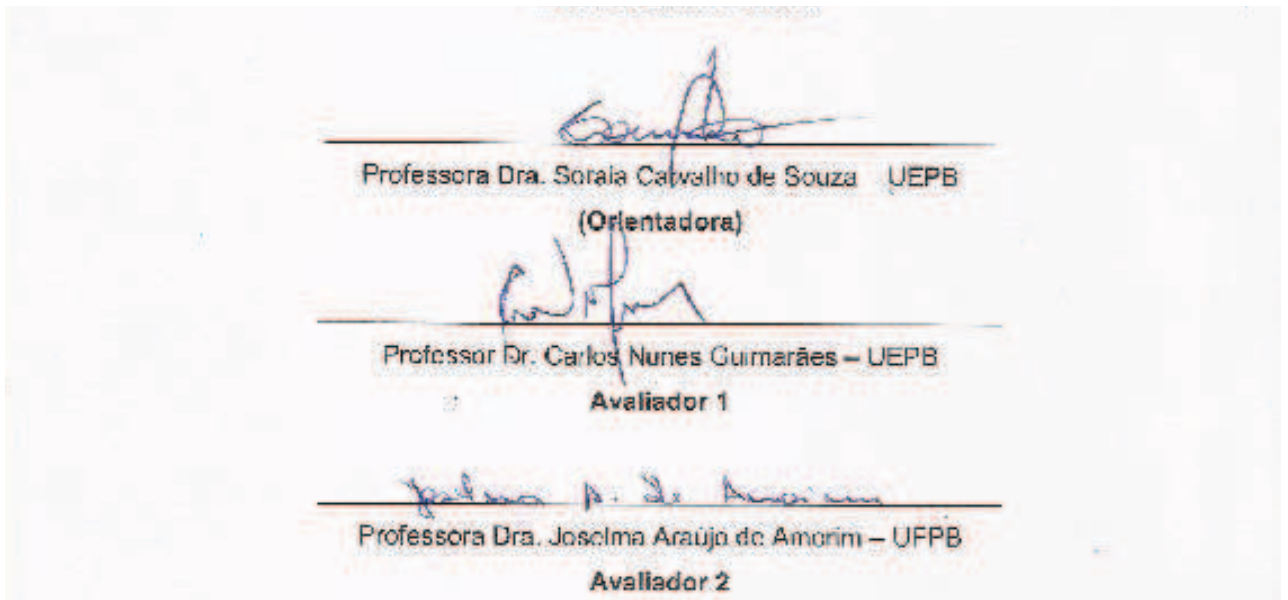
**IDENTIDADE CULTURAL:
influência da cultura de massa na escola**

ANDREA MARINA DA SILVA FERREIRA

Monografia apresentada ao Curso de Especialização Fundamentos da Educação: Práticas Pedagógicas Interdisciplinares da Universidade Estadual da Paraíba, em convênio com Escola de Serviço Público do Estado da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de especialista.

Monografia Aprovada em 29 / 11 /2014

BANCA EXAMINADORA:



João Pessoa – PB

2014

Dedicatória

Dedico a Deus, meus pais e todos que me apoiaram para realização deste projeto.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pela oportunidade do aprendizado e realização deste trabalho;

Agradeço à minha orientadora Dra. Soraia Carvalho de Souza pela dedicação e paciência;

À querida Silvana Maria pelo apoio e incentivo;

Aos colegas de curso, em especial, Alípio Magno, Ana Paula Bastos, Josilda França, Juliana Santana e Kátia Gonçalves pela companhia e apoio;

À toda minha família pelo carinho e dedicação.

“O importante não é aquilo que fazem de nós, mas o que nós mesmos fazemos do que os outros fizeram de nós.”

Jean Paul Sartre

RESUMO

O presente trabalho teve o objetivo geral de entender como se dá a relação entre a dinâmica escolar e a cultura de massa, como também, suas implicações. Compreender, cada vez mais, a influência dos meios de comunicação de massa, em seus diferentes momentos e suas diferentes ferramentas. A contribuição que a cultura de massa tem sobre os jovens, passa a ser levada à escola, que podem ser ações positivas ou negativas para o convívio escolar e pedagógico. Professores, colaboradores e alunos passam a conviver diariamente com suas influências midiáticas como, os seriados de TV, novelas, revistas, música, moda, cinema, internet, redes social, etc. Todos respiram esse universo, que passa a ser vivenciado e compartilhado entre todos que compõem a escola. Nesta breve pesquisa, foi possível concluir que entender esse universo da comunicação de massa, tão atraente e fascinante, para os jovens torna-se de fundamental importância para a escola, que tem o papel de se aproximar e conhecer, cada vez mais, as necessidades destes jovens que parecem, muitas vezes, tão distantes e desinteressados no meio escolar. Utilizar os meios de comunicação de massa e adaptar os métodos pedagógicos na escola e, evidentemente, não renegar a existência desta forte influência que a cultura de massa tem dentro e fora da escola. Assim, professores e alunos podem compreender sua importância cultural e social na escola, como também na sociedade.

Palavras-chave: Educação. Cultura de Massa. Jovens. Mídias.

ABSTRACT

This study was the overall goal of understanding how the relationship between school dynamics and mass culture, but also its implications. Comprise increasing the influence of the mass media, at different times and its different tools. The contribution that mass culture has on young people, is now brought to the school, which can be positive or negative actions for school and educational interaction. Teachers, employees and students start to live daily with his media influences like the TV series, novels, magazines, music, fashion, film, internet, social networks, etc. All breathe the universe, which shall be experienced and shared among all who make up the school. In this brief survey, it was concluded that understand this mass media universe, so attractive and fascinating for young people becomes extremely important for the school, which has the role to approach and meet increasingly, the needs these young people seem often so distant and disinterested in school. To Use the mass media and adapt teaching methods in school and, of course, does not deny the existence of the strong influence that mass culture has inside and outside the school. So, teachers and students can understand their cultural and social importance in the school, but also in society.

Keywords: Education. Mass Culture. Youngs. Medias.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1. – Caso Mayara Petruso _____ 27

SUMÁRIO

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | INTRODUÇÃO | 10 |
| 2 | REFERENCIAL TEÓRICO | 13 |
| | 2.1. A CULTURA E SEUS MODELOS DE VIVÊNCIA | 13 |
| | 2.2. COMUNICAÇÃO DE MASSA X INFORMAÇÃO | 16 |
| | 2.3. A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS NO COTIDIANO | 19 |
| | 2.4. A ESCOLA NAS REDES SOCIAIS | 23 |
| | 2.5. EFEITOS DA MÍDIA NA ESCOLA | 25 |
| | 2.6. MÍDIAS, SOCIEDADE E ESCOLA | 28 |
| 3 | METODOLOGIA | 31 |
| 4 | CONSIDERAÇÕES FINAIS | 32 |
| 5 | REFERÊNCIAS | 34 |

1. INTRODUÇÃO

Foi com o surgimento dos primeiros conflitos inter-raciais e intergrupais, nos Estados Unidos, que despertou atenção de muitos estudiosos para os meios de comunicação como a imprensa, o rádio e o cinema e o que seus efeitos causaram na sociedade, segundo Ecléa Bosi (2009). Abrindo um vasto campo de estudos sobre o impacto que estes meios de comunicação tinham sobre o indivíduo e sua formação.

Esta influência da comunicação de massa passou a interferir na identidade cultural da sociedade, que então, passa a ditar novos conceitos e estilos de vida da população. A nova formação de conceitos de pessoa para pessoa tem maior concentração aonde existe uma necessidade material, atingindo com mais intensidade os jovens que ainda estão em sua formação pessoal e cultural. Debord (2000) argumenta que, o consumo gerou um movimento de banalização que dominou a sociedade moderna.

O movimento de banalização que, sob a diversão furta-cor do espetáculo, domina mundialmente a sociedade moderna, domina-a também em cada ponto em que o consumo desenvolvido das mercadorias multiplicou na aparência os papéis e os objetos a escolher (Debord , 2000, p.39).

A contribuição que a cultura de massa tem sobre estes jovens, passa a ser levada à escola, que podem ser ações positivas ou negativas para o convívio escolar e pedagógico.

Com a velocidade das informações na pós-modernidade os estudantes passam por conflitos de gerações mesmo no ambiente escolar, buscando lutar por seu espaço em um mesmo local e aparentemente sem saber o que deseja de fato conquistar. Tais fatores dentro das escolas podem ser observados pela inversão de valores, que destaca o consumismo como fonte principal e não mais a essência de cada indivíduo, deixando visível a banalização de seus valores e de sua cultura.

Os conflitos e as inversões de valores devem ser trabalhados com os alunos, escolhendo os próprios meios de comunicação de massa como fonte de informação, para que o jovem perceba sua contribuição social dentro da escola e sociedade em que vive. Compreendendo que a cultura de massa que está presente no seu cotidiano, necessita de uma visão mais crítica por parte deles. A partir dessa compreensão, sua participação na sociedade passará a contribuir positivamente no convívio escolar, assim suas experiências coletivas agregarão na formação do seu caráter.

Assim, o jovem passa a compreender sua importância cultural e social na escola, não lutando por um espaço, mas contribuindo para o espaço que já ocupa.

A pós-modernidade e o resgate da essência entre os jovens na escola, passa a contribuir fortemente na comunicação entre professores, pais e todo o corpo que compõe a estrutura escolar. Abrindo um maior diálogo e um maior entendimento entre os conflitos internos dos estudantes diante de uma cultura de massa que passa a colocar o consumo como fonte principal de vida.

O homem pós-moderno não possui referências do seu passado, o rompimento com seus laços culturais e suas tradições é sua principal característica, embora isto aconteça, na maioria das vezes, devido às condições impostas pela sociedade. Uma vez que este homem necessita fazer parte de um grupo social, o qual ele se identifique. Esta crise se dá pelo fato do homem pós-moderno viver em uma sociedade que passa por um processo fragmentário de suas referências culturais, na qual ele não consegue mais sentir-se representado no ambiente em que ele está inserido.

Esses processos de mudança, tomados em conjunto, representam um processo de transformação tão fundamental e abrangente que somos compelidos a perguntar se não é a própria modernidade que está sendo transformada. (HALL, 2011, p.10).

O homem é resultado do meio cultural que foi socializado. “Ele é um herdeiro de um longo processo acumulativo, que reflete o conhecimento e a experiência adquiridos pelas numerosas gerações que o antecederam”. (LARAIA, 2013, p.45).

Para Laraia, qualquer criança pode ser educada em qualquer cultura, desde que seja colocada em situação conveniente de aprendizado. Ele também argumenta que pode existir uma grande diversidade cultural inserida numa mesma cultura.

O objetivo desta pesquisa é entender como se dá a relação entre a dinâmica escolar e a cultura de massa, como também suas implicações. É interessante questionar o poder da comunicação como influência das atitudes da massa popular a qual atinge. Especificamente, dos jovens que estão em formação de identidade, que são bombardeados, diariamente, por diversos meios de comunicação.

Há uma necessidade de se entender as influências da cultura de massa na formação da identidade de jovens, como também, suas relações com a escola. Como essa influência se manifesta e dá sentido ao cotidiano escolar, embora, na maioria das vezes, seja inconsciente.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. A CULTURA E SEUS MODELOS DE VIVÊNCIA

Em cada pedaço do Planeta é possível encontrar formas diferentes de culturas, que podem se resumir a um continente, um país, cidade, bairro, rua e etc. Essa cultura pode ser visualizada de várias formas, pois um único olhar não seria a verdade absoluta do que se vê, uma vez que o homem tem a capacidade de interpretar a mesma imagem de maneiras diferentes, criando uma pluralidade de conceitos sobre o que vê e vivência. De acordo com Melatti (2013, p. 67), “Homens de culturas diferentes usam lentes diversas e, portanto, têm visões desencontradas das coisas”.

A diversidade na interpretação daquilo que se é observado no primeiro momento, causa certa rejeição muito comum, ao se tratar de outra forma de cultura que não se assemelha com a sua própria. Mesmo assim, essa nova fonte cultural pode ser explorada dentro do universo aparentemente novo, criando possibilidades de entender este novo universo de culturas que parecem diferentes. A visão do novo passa por uma distorção das ideias, por conta de um pré-julgamento de padrões culturais a que foi submetido. Experimentar o novo, talvez corra o risco de passar por um desvio discriminatório, por se tratar de uma cultura que difere da sua.

A nossa herança cultural, desenvolvida através de inúmeras gerações, sempre nos condicionou a reagir depreciativamente em relação ao comportamento daqueles que agem fora dos padrões aceitos pela maioria da comunidade. Por isto, discriminamos o comportamento desviante (MELATTI, 2013, p. 67).

Essa visão distorcida que o homem faz ao se deparar com essa nova cultura, também não o tornará completamente indisposto em descobrir o novo, mas poderá fazer comparações de sua cultura de origem com a que ele está vivenciando. Essa

herança cultural que o indivíduo carrega desde o seu nascimento e outras novas informações em seu meio, trazem uma possível possibilidade em despertar o interesse de uma nova cultura regada de novas informações e experiências que criam um universo atraente e curioso. Para Mellatti (2013, p. 68), “O modo de ver o mundo, são produtos de uma herança cultural, ou seja, o resultado da operação de uma determinada cultura. Essa “estranheza” cultural pode ser facilmente percebida através de diferentes pontos de identificação tais como o modo de agir, vestir, comer, sua linguagem, seu comportamento, sua crença, entre outros meios.”

A cultura não sofre nenhum pensamento lógico, ela simplesmente possui sua própria lógica e intransferível. O indivíduo passa a sofrer influências de outras culturas, porém a sua real identidade cultural, ainda persiste dentro do seu interior, seus costumes, crenças e tradições correm por suas veias, formando seu verdadeiro “EU” em qualquer lugar que deseje ir. Segundo Melatti (2013, p. 87), “Todo sistema cultural tem sua própria lógica e não passa de um ato primário tentar transferir a lógica de um sistema para outro”.

Com as novas tecnologias e especificamente a Internet, a cultura nacional parece sofrer ainda mais influência de outras culturas, criando uma mistura de comportamentos em cada indivíduo que bebe desta fonte de informações. As chamadas “Redes Sociais” e a navegação nas redes da Internet criam um mix de cultura digital, podendo influenciar pessoas. O “Brasileiro pode ter alma ou se sente familiarizado com a cultura Americana ou Japonesa”, colocando em seu cotidiano algumas de suas influências como o uso da calça jeans e a preferência por comida japonesa. Porém sua cultura nacionalista não some de seu interior e nem do seu intelecto, ele passa apenas a experimentar novos costumes fora do seu mundo. Segundo Hall:

No mundo moderno, as culturas nacionais em que nascemos se constituem em uma das principais fontes de identidade cultural. Ao nos definirmos, algumas vezes dizemos que somos Ingleses ou Galeses ou Indianos ou Jamaicanos. Obviamente ao fazer isso estamos falando de forma metafórica. Essas identidades não estão literalmente impressas em nossos genes. Entretanto, nós efetivamente pensamos nelas como se fosse parte de nossa natureza essencial. (HALL, 2011, p. 47).

Esse fenômeno da troca de informações culturais se dá pela chamada “Globalização” que já faz parte do cotidiano dos jovens, passando a aproximar pessoas e nações. As fronteiras quebradas por este meio trouxe essa diversidade cultural que estão sendo vividas pelos jovens, através da internet, criando novos espaços sobre outros já existentes, como também novas linguagens neste universo jovem. Essas novas experiências entre os jovens são trocadas diariamente entre eles, seja nas vestimentas ou na forma de falar com seus colegas, construindo novos caminhos para um novo experimento cultural entre eles.

A globalização se refere àqueles processos, atuantes numa escala global, que atravessam fronteiras nacionais, integrando e conectando comunidades e organizações em novas combinações de espaço-tempo, tornando o mundo, em realidade e em experiência, mais interconectado. (HALL, 2011, p. 67).

Os meios de comunicação acabam tendo a sua influência na identidade cultural de uma sociedade. O tempo em que acontecem tais influências torna-se o termômetro ou a fonte de dados espaciais a quem *esses indivíduos estão visualizando, os meios de comunicação como TV, rádio, internet e suas redes sociais*, passam a compor essa temporalização e definição do que está sendo consumido visualmente e atualmente pelos mesmos.

O que importa para nosso argumento quanto ao impacto da globalização sobre a identidade é que o tempo e o espaço são também as coordenadas básicas de todos os sistemas de representação. Todo o meio de representação – escrita, pintura, desenho, fotografia, simbolização através da arte ou dos sistemas de telecomunicações deve traduzir seu objeto em dimensões espaciais e temporais. (HALL, 2011, p. 70).

A cultura pós-moderna cria novos aspectos que despertam interesse, principalmente nos jovens, que buscam firmar sua identidade no meio que se insere, utilizando das informações que são jogadas diariamente nos meios de comunicação de uma sociedade que apresenta como característica o consumo.

2.2. COMUNICAÇÃO DE MASSA X INFORMAÇÃO

A evolução tecnológica manteve e mantém seu papel importante nos meios de comunicação de massa, o próprio surgimento da escrita foi uma tecnologia para época em que foi inventada e que trouxe grandes benefícios para as futuras gerações. Com a escrita houve a possibilidade de criar novas invenções que passaria a facilitar o campo das informações e com isso as primeiras comunicações que resultou nas comunicações de massas da atualidade. Interessante entender que cada uma destas evoluções, tecnologias das mais simples até as mais complexas, tiveram grandes resultados e benefícios para uma sociedade. Conforme Defleur:

A um ritmo cada vez mais acelerado, passaram da era dos símbolos e sinais para etapas sucessivas em que foram adquiridas a fala e a linguagem. Acabaram conquistando a capacidade de escrever, em seguida a de imprimir, e afinal, venceram tempo e distância em nossa atual era de aperfeiçoamento veículos de comunicação de massa. (DEFLEUR, ROKEACH 1997, p. 163).

O processo de comunicações de massa se encontra em constante evolução, a internet e principalmente as redes sociais vem mostrando sua força e o seu papel na propagação de conteúdos informativos de forma rápida, os celulares ou os chamados “smartphones” são as grandes armas na propagação de informações, sem levar em consideração se essas mesmas informações são de fontes seguras ou não. Esta constância na evolução da comunicação de massa passará por mudanças e suas influências sempre estarão presentes dentro da sociedade e principalmente dos jovens. Para Defleur, Rokeach:

O processo da evolução tecnológica, social e cultural não está de maneira alguma encerrado. Continuamos a desenvolver nossa tecnologia, e nossa capacidade de comunicação é dilatada por tais processos. (DEFLEUR, ROKEACH 1997, p. 163).

A compreensão desta evolução nas comunicações de massa e como essas informações são absorvidas será um ponto em que muitos estudiosos ainda terão que enfrentar. É notório também perceber que a sociedade passa a sofrer essas influências continuamente, pois a sociedade não é um sistema complexo e que permanece em estado letárgico, é um verdadeiro organismo vivo que se transforma e a absorve os padrões atuais ao momento, participando de conflitos, modas, manias, novidades, conceitos, movimentos organizacionais em pró de um denominado objetivo comum e perspectivas. Segundo (DEFLEUR, ROKEACH 1997, p. 164), “Nenhuma geração é exatamente igual à que a precedeu, seja psicologicamente ou em função das características sociais”.

A problemática a que as mídias passaram a sofrer seria a dependência das massas para sua sobrevivência, os conteúdos midiáticos são construídos através de uma necessidade que as grandes massas passam a construir, gerando o consumo por conteúdos de fácil acesso, assim conseguem sobreviver e modificar de acordo com as ideias jogadas pelo público de massa em seu espaço sócio e sócio político. De acordo com Defleur, Rokeach:

O problema a principio se afigura enganadoramente simples: a mídia apela para as massas, e estas querem o gênero de conteúdo que conseguem, assim, e assim a mídia continua a dá-lo para elas. (DEFLEUR, ROKEACH 1997, p. 146).

Parece que o gosto do público passa a ditar o tipo de informação que desejam ver e ouvir. Esta facilidade que a comunicação de massa expõe as informações para o público, é construída de forma simplificada, já que o público das grandes massas apresenta um desinteresse por informações mais elaboradas na comunicação. Com tal questionamento, passa a abrir um parêntese sobre a real influência das comunicações de massa com o público ou o público de massa passa a influenciar o conteúdo das comunicações que são apresentados.

Uma abordagem promissora para se entender o relacionamento entre conteúdo da mídia de massa e o gosto do público, e por explicar em parte a notável continuidade do nível cultural (baixo) do

conteúdo da mídia, é fornecido pelo paradigma estrutural funcional. (DEFLEUR, ROKEACH 1997, p. 146).

O desinteresse por parte desse público que apresenta uma característica marcante em ter o produto final mastigado, sem interesse de buscar mais informação sobre tal temática abordada, passa a sofrer interferência no seu cotidiano e a determinado grupo que estão inseridos na sociedade de massa. Estas mídias passam a retratar essa facilidade em todas as suas ferramentas de comunicação, porém não seria correto que o público de massa passaria a ser apenas o vilão, existe também uma parcela de responsabilidade por parte destas mesmas ferramentas de comunicação de massa, de que maneira esse conteúdo será massificado e repassado. Para afirmação de Defleur, Rokeach:

A resposta provavelmente fica mais ou menos no meio, com o gosto do público ao mesmo tempo causa e efeito do que a mídia fornece. O relacionamento entre gosto do público e contribuição da mídia torna-se circular onde, em termos da analogia do ovo e da galinha, há um processo de galinhas produzindo ovos e ovos gerando galinhas. (DEFLEUR, ROKEACH 1997, p. 146).

A maior preocupação dos estudiosos e dos interessados em uma comunicação com mais conteúdo de relevância, seria a passividade e o desinteresse em elaborar informações mais expressivas para uma sociedade aparentemente acostumada com as facilidades do meio. Parece que a comunicação massificada estaria trazendo para os diversos públicos, a própria ditadura do fácil, passando a concordar com os gostos massificados e passa a não se preocupar com seu o real conteúdo. Segundo Lima (2005, p. 111), “Tem afirmado que, à medida que a assistência aumenta, o nível de gosto estético tem decaído.”

Outro quesito que aponta para uma preocupação seria o desinteresse pelo gosto estético e dos padrões culturais populares. Estes dois pontos passariam a ser vistos em segundo plano, enfatizando cada vez mais a falta de um relativo cuidado do que se é passado para o público e estimulando cada vez mais o desinteresse por elementos de relevância para uma sociedade. Conforme Lima:

Existe o perigo de que esses instrumentos de comunicação de massa, tecnicamente avançados, levem a séria deterioração dos gostos estéticos e dos padrões culturais populares. (LIMA, 2005, p. 111).

Contudo, não podemos ver só os aspectos aparentemente negativos das grandes comunicações de massa, pois a mesma possui um papel fundamental para divulgar conteúdo de relevância, para sociedade. Prossegue Lima afirmando que:

Devemos considerar aquele aspecto do problema que lida mais diretamente com a política e as táticas determinantes do uso desses meios para fins sociais definidos: o nosso conhecimento dos efeitos do conteúdo específicos difundido pelos meios de comunicação de massa. (LIMA, 2007, p. 146).

Existe espaço para todo o tipo de discurso dentro desta comunicação de massa, informações que cada um, busca melhor preencher suas necessidades do âmbito informativo e de uso coletivo.

2.3 INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS: Reflexo da sociedade na Escola

A influência que as mídias passou a preocupar a comunidade se iniciou na década de 20, quando o cinema passou a estar presente na rotina de muitas pessoas e encantando principalmente as crianças que passaram admirar os filmes da época. O cinema chegou e acabou se popularizando, saindo de simples salas, para grandes espaços luxuosos e se tornando um dos principais divertimentos preferidos de toda uma geração. De acordo com Lima:

Em meados da década de 1920, milhões de famílias frequentavam toda semana; uns 45 milhões de crianças com menos de quatorze

anos estavam intensamente preocupados com as influências potencialmente prejudiciais desses filmes (LIMA, 1997, p. 185).

Nesta mesma década também, surgiram os primeiros estudos sobre a influência que os filmes passaram a ter nas ideias dos participantes. Nestes estudos, foi identificada grande influência direta, imediata nos participantes e principalmente nas crianças. Tais estudos tiveram um grande cuidado por parte dos pesquisadores, pois se tratava do comportamento do homem no surgimento de novos meios de mídia. Porém, esse mesmo estudo passou a não mais se sustentar, com o surgimento de novos meios de comunicação e agora aplicando os estudos para outras mídias. Para Zahar (1997, p. 186), “Os estudos do fundo Payne investigaram o impacto da exposição aos filmes nas ideias e comportamentos de milhares de crianças”.

O desafio dos estudiosos é tentar compreender cada vez mais a influência dos meios de comunicações de massa, em seus diferentes momentos e suas diferentes ferramentas. Estas variações das comunicações de massa como rádio, TV, revista, internet, redes sociais, e tantos outros que tenham um grande alcance, só poderá ser descrita a partir da exposição destes mesmos meios de comunicações para determinada categoria de pessoas com informações específicas para cada grupo escolhido. Conforme Defleur:

Por conseguinte, é difícil descrever regularidades ou formular explicações acerca dos efeitos da comunicação de massa que sejam válidas para todos os cidadãos em todas as épocas. Todavia, a essência da ciência é que ela busca verdades duradouras. (DEFLEUR, ROKEACH 1997, p. 164).

A evolução na tecnologia da comunicação das mídias vem ao longo dos anos, mostrando o seu poderio de indução para uma parcela da sociedade que se alimenta de novidades constantemente. Essa indução para alguns pesquisadores parece permitir que cada indivíduo que vivencia sua época de exposição a estas mídias passam a respirar uma não realidade do seu cotidiano, essa aspiração pelas ferramentas destas mídias, aparenta ser atraente e ao mesmo tempo complexas

para os pesquisadores, que tentam montar o quebra cabeça das influências destas mídias. De acordo com Bosi:

O cientista social, em geral, e o psicólogo, em particular, acham-se diante de um conjunto altamente diferenciado de processos de informação: conjunto que afeta de modo poderoso a percepção da realidade que nossa cultura está sempre elaborando e conjunto em que interessa diretamente o comportamento do indivíduo em face dessa mesma realidade. (BOSI, 2009, p. 33).

Buscar a verdadeira influência destas mídias para sociedade continuará sendo um desafio grandioso. O pesquisador talvez tenha que se colocar em muitos momentos no lugar de espectador, para tentar visualizar e complementar a sua pesquisa.

A sociedade parece admirar e compactuar com toda essa mídia, que aparentemente trás para as pessoas, o movimento ilusório de que tudo parece ser como é colocado visualmente, os padrões de estética que a mídia diz ser o correto, cada vez mais, parece deturpar as ideias reais das pessoas. Ao se deparar com um comercial de um carro de luxo, o telespectador parece mergulhar nesse ambiente e passa a creditar que sua felicidade talvez seja em se ter tal carro, criando ainda mais o conflito entre realidade e imaginário. Para Debord (1997, p. 13) “E sem dúvida o nosso tempo... prefere a imagem à coisa, a cópia ao original, a representação à realidade, a aparência ao ser.”

O desejo da ilusão parece penetrar na sociedade, criando a possibilidade de ficar cada vez distante da realidade em que se vive, construindo o não sonho e sim o ilusório. A luta para se destacar entre seus iguais passa ser algo rotineiro e essencial, ter a aparência ou ter algo que possa se destacar no meio de tantos, aparenta criar grande força no seu interior, talvez forjando mais uma vez a sua verdadeira essência, deixando de lado o seu verdadeiro gosto e o seu verdadeiro “EU”.

Para Debord (1997, p. 13.):

A realidade considera parcialmente apresenta-se em sua própria unidade geral como um pseudomundo à parte, objeto de mera contemplação. A especialização das imagens do mundo se realiza no mundo da imagem autonomizada, no qual o mentiroso mentiu para si mesmo. O espetáculo em geral, como inversão concreta da vida, é o movimento autônomo do não-vivo.

Com estes reflexos é preciso avaliar bem, o que é real do irreal, dentro da sociedade de mídias, aspirando a alto crítica do que se esta vendo e experimentando. Esse senso critico, deve se perdurar dentro de toda sociedade, como forma de proteção diante dos avanços tecnológicos que as mídias vem sofrendo ao logo das décadas.

Diante deste impacto, é possível que a escola também passe a sofrer essas influências da mídia, que acabam sendo levadas por todos que compõe o corpo escolar. Professores, colaboradores para o funcionamento escolar e os alunos passam a conviver diariamente com as constantes ferramentas das mídias como, os seriados de TVs, novelas, revistas, música, moda, cinema, todos respiram esse universo que passam a ser trocados entre todos que compõe essa escola. Talvez os alunos sejam um termômetro de mudanças desta mídia, eles parecem não sentir tais dificuldades de adaptação e passam a integrar neste meio. Continua a análise de Debord, que:

É o âmago do irrealismo da sociedade real. Sob todas as suas formas particulares – informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimentos – o espetáculo constitui o modelo atual da vida dominante na sociedade. É a afirmação onipresente da escolha já feita na produção, e o consumo que decorre dessa escolha. (DEBORD, 1997, p. 13).

Essa influência da mídia parece interferir nas escolhas diárias de uma sociedade que logo é transpassada para outras pessoas. Na escola, isso pode ser visto nos alunos quando passam a usar uma roupa da moda ao fardamento. O educador deve ficar atento a sua própria influência dentro de sala e passar a também a observar a influência que os alunos exercem sobre outros, pois a chamada propaganda boca-boca é uma forte ferramenta de propagação de outras

mídias e quando não se sabe utilizar, acaba tornando-se uma arma negativa para todos. Tentar conhecer esse modo atrativo e reverter de modo que possa instruir e separar a ilusão da realidade poderá ser um passo para melhorias na comunicação de todo o corpo escolar. Para Zahar (1997, p. 212), “Essa forma de influência tornou-se imediatamente reconhecida como importante processo interveniente, que funcionara entre a mensagem comunicada à massa e as respostas dadas a esta.”

2.4 A ESCOLA NAS REDES SOCIAIS

Nunca uma mídia foi tão forte quanto as “Redes Sociais” ferramenta que chega apresentar uma informação bem antes de chegar na TV ou no Rádio. Muito mais que bilhões de usuários integralmente interligados, passam a visualizar e influência com outros bilhões de conteúdos relevantes ou não. A sociedade passa agora por um papel mais participativo usando este meio como fonte de expressão em todos os âmbitos sociais, tornando ainda um campo mais democrático de ideias que podem ser compartilhadas, curtidas, retweetadas, um campo de propagação de ideias e conceitos. Conforme Telles:

A maioria das redes sociais contém o conceito de um grupo – um conjunto de pessoas unidas com um interesse comum. Os membros do grupo podem compartilhar notícias e discussões, e os administradores do grupo podem enviar mensagens privadas para qualquer um. Assim como a maioria das redes sociais, permite que você crie um evento e convide seus amigos para participar. (Telles, 2010, p. 78).

Hoje não é possível negar que toda instituição tenha alguma página no “Facebook” ou grupo, espaço criado para interação e informação para os alunos. Até mesmo, os próprios alunos podem criar os seus próprios grupos, o que interessa aos usuários das redes, é obter fontes de informações rápidas. Essa interação já faz parte de uma rotina diária de toda uma sociedade, onde o comportamento passou a

mudar toda uma fonte de pesquisa por determinados assuntos. Para Torres (2010, p,30) “Na busca de informação, o consumidor sabe, por experiência, que a internet é uma grande fonte de informações, e que as ferramentas de busca são a porta de entrada para encontrá-la.”

O uso das “Redes Sociais” como fonte de informação por parte de uma sociedade, exige uma maior participação dos educadores em um dialogo com seus alunos, sobre conteúdos que são divulgados nas paginas de relacionamento, como “Facebook” e o seu real uso. Com esse diálogo é possível ter uma pequena análise desse estudante, tentar entender suas preferências, suas motivações e até mesmo suas queixas. Tais pesquisas não científicas seriam apenas informações para próprio professor, na qual conheceria discursos variados sobre as preferências atuais destes alunos, podendo criar mais uma ferramenta ou possibilidade motivacional dentro da sala.

A noção de comunidade estava praticamente ausente na mídia tradicional. O modelo um para muitos não estimulava discussões, nem dava aos indivíduos a capacidade de iniciar um discurso significativo sobre os tópicos fora do radar da mídia convencional. Ferramenta de mídia social permitem que pessoas como as mesmas ideias – sejam elas observadores de pássaros, agentes funerários de Québec ou veteranos do Vietnã – encontrem-se. (BAREFOOT, SZABO 2010, p. 30).

Tentar entender a participação destes alunos e seus colaboradores no universo das “Redes Sociais” poderá criar possibilidades de uma nova ligação, pois a sociedade passou a ter um papel fundamental nesta nova mídia, participando ativamente de questões de cunho pessoal, como também em um contexto geral, que acontece em seu bairro, cidade, estado e país.

De acordo com Barefoot:

Agora o público desempenha um papel ativo na coleta, análise, reportagem e disseminação de notícias e informações. O jornalismo cidadão recebe muitos nomes: conteúdo gerado pelo usuário, jornalismo de fonte aberta, mídia cidadã, jornalismo participativo e notícias geradas pelo público. (BAREFOOT, SZABO 2010, p. 29).

O jornalismo cidadão passa agora a propagar tudo que parece estar fora de sua normalidade e contribui para informação coletiva que antes não eram capturados pelas mídias convencionais.

2.5 EFEITOS DA MÍDIA NA ESCOLA

As mídias têm o seu papel de atrair e chamar a atenção, porém ainda não se tem um senso comum para definir com exatidão, quais mídias teriam um poder de persuasão completa para sociedade e seus efeitos, para os estudiosos ainda haverá uma longa discussão e muita pesquisa. O contato que a sociedade tem com estes meios de comunicação, ou determinados grupos que passam a consumir esta mídia, poderá ter influências imediatas ou ao longo prazo. Para Defleur, Rokeach:

“Todavia, não está absolutamente claro qual das teorias concorrentes melhor explica o relacionamento entre a mídia de massa e as pessoas que compõem as sociedades onde ela dissemina mensagens. Nenhuma explicação de per se prediz plenamente esse relacionamento. Ademais, algumas das teorias contradizem-se ostensivamente. Uma diz que haverá influências imediatas, universais, diretas e poderosas nos integrantes da audiência devido à exposição às comunicações de massa; outra afirma que tais influências serão a longo prazo, indiretas, seletivas e limitadas. (DEFLEUR, ROKEACH 1997, p. 315).

Os interesses individuais ou coletivos de um determinado grupo mostram suas reais necessidades, atitudes e valores. Passando a escolher qual mídia irá suprir o desejo de informação ou onde o mesmo poderá encontrar o tema que deseja e que parece ter o cuidado em filtrar assuntos do seu interesse, sem sofrer influência externa da sociedade a que faz parte. Essa escolha talvez mostre momentos de uma individualidade em um coletivo em que o mesmo se encontra inserido. Para análise de Defleur, Rokeach:

O efeito das necessidades, atitudes, valores, e interesses individuais sobre a maneira pela qual eles se expõem seletivamente à mídia, percebem o conteúdo da mensagem e seletivamente retêm informações, pode ser examinado sem se ter de considerar influências dos sistemas sociais onde a pessoa vive. (DEFLEUR, ROKEACH 1997, p. 318).

Diante destes fatos os alunos, parecem não compreender esse filtro de informações, tomando tudo que lê e vê nas mídias como uma verdade absoluta das informações, sem se preocupar em checar sua fonte de pesquisa. Desenvolver esse olhar crítico entre os alunos é um seria de grande valia para educadores e para todo o corpo escolar, passando também a ter um cuidado em saber sobre estas informações que são jogadas uma sobre a outra e principalmente nas “Redes Sociais” que possui uma amplitude maior em informações sem filtro. Diz Debord que:

Como outro lado da deficiência da vida histórica geral, a vida individual ainda não tem história. Os pseudo-acontecimentos que se sucedem na dramatização espetacular não foram vividos por aqueles que lhes assistem; além disso, perdem-se na inflação de sua substituição precipitada, a cada pulsão do mecanismo espetacular. Por outro lado, o que foi realmente vivido não tem relação com o tempo. Esse vivido individual da vida cotidiana separada fica sem linguagem, sem conceito, sem acesso crítico a seu próprio passado, não registrado em lugar algum. (DEBORD 1997, p. 107).

O desejo de propagar suas informações e serem vistos como uma celebridade da informação acaba levando o aluno muitas vezes a cometer erros em suas postagens, sejam no assunto que abordou ou até mesmo na sua escrita. Temos como um exemplo de uma postagem negativa para uma mídia que tem um poder de propagação forte e que acarretou grandes problemas foi o da estudante Mayara Petruso que colocou em sua página pessoa um depoimento preconceituoso aos Nordestinos com a seguinte frase: “Nordestino não é gente, faça um favor a SP, mate um nordestino afogado!” O corpo escolar deve ficar atento a estes tipos de informações, para que possam ser discutidos em sala de aula, tentando amenizar a

possibilidade da existência de outras Mayaras, com outros assuntos. Segue imagem do post feito por Mayara, em sua rede social:



Figura 1 - Caso Mayara Petruso

Fonte: Imagem da Internet - Site Correio24horas

As decisões de um indivíduo de contribuir para uma organização, comprar um produto ou votar num candidato são conceituadas como produtos tanto de características pessoais (necessidades, atitudes etc.) Quanto de pressões sociais para conformar-se com normas de um grupo ou comunidade significativos. (DEFLEUR, ROKEACH 1997, p. 319).

Discutir na sala de aula a qualidade das informações que estão sendo passadas para estes alunos e tendo o cuidado em esclarecer complexas narrativas de um cotidiano informativo expresso, poderá exigir a participação de todos da escola, como também a participação da família dentro destas discussões. Entendendo melhor esse processo da mídia e como ela pode interferir no comportamento destes alunos e colaboradores, abrirá oportunidades impares para um melhora na convivência e no aprendizado destes alunos. Segundo Defleur, Rokeach:

A compreensão social gera dependências quando os indivíduos utilizam informações da mídia para compreender e interpretar pessoas, culturas e acontecimentos do presente, passado ou futuro. A compreensão de si mesmo refere-se a relações da mídia que expandem ou mantêm a capacidade do indivíduo de interpretar sua próprias crenças, comportamentos, conceitos de si mesmo, ou personalidades. (DEFLEUR, ROKEACH 1997, p. 325).

2.6 MÍDIAS, SOCIEDADE E ESCOLA

Muitos produtos e serviços que eram apenas vistos como algo de necessidade passou a competir uns com os outros, por se ter uma grande disputa de mercado entre serviços ou produtos, o leque de empresas que passaram a trabalhar com os mesmos produtos, gerou uma maior criatividade por parte da publicidade, exigindo uma maior elaboração por parte de seus profissionais com grandes apelos emocionais e visuais. Para Silva (2010, p. 17), “A racionalidade que coordena a estetização do mundo construído pela sociedade de massas, a partir da qual as mercadorias são produzidas não mais para satisfazer demandas ou necessidades, mas para fomentar as fantasias e fetiches criados pela publicidade”.

O que é visto pela sociedade diante destes novos meios persuasivos que a massa passou a oferecer em conjunto com a publicidade, talvez interfira em várias células de convivência social, dentro e fora de casa, dentro e fora da escola. Criando um grande elo entre público e o objeto que se deseja, que sofre alterações em sua real função, podendo passar de um simples objeto de uso necessário, para algo indispensável para a vida do consumidor. Para Silva (2010, p. 21):

Os processos sensivo-cognitivos desencadeados através da experiência estética publicitária são poderosos liames trabalhados a jeitos de modo a constituir vínculos intersubjetivos com coisas e mercadorias, que se revelam que se revelam não só indispensáveis como centrais na tarefa de persuadir os públicos.

Os professores e colaboradores devem ter atenção para essas influências que parecem estar presentes quase que diariamente, no meio social. Construindo novas estruturas de linguagem por parte de todos que compõe a escola, levando a um estudo mais aprofundando sobre como utilizar esses mesmos meios, para um maior incentivo de práticas pedagógicas mais persuasivas e que possam despertar o maior interesse entre os alunos em debater temas importantes como: consumo, sexo, amigos, drogas, cidadania e entre outros temas que são de extrema importância para a composição educacional destes alunos.

As escolas e seus colaboradores educacionais unidos com alunos e seus responsáveis, devem acompanhar o andamento da evolução da comunicação, seja ela indireta ou diretamente. Os meios persuasivos tradicionais que ainda se usam em algumas escolas, parecem não suprir a atenção dos alunos para a importância de sua própria formação acadêmica. A utilização das novas tecnologias sem um propósito com maior definição, não trará para as salas de aulas o resultados que muitos dos educadores acreditam atrair, é necessário entender que a ferramenta tecnologia é a penas um instrumento que facilitará suas atividades, porem a criatividade e o uso de técnicas publicitárias persuasivas, possam contribuir na melhoria do ensino escolar e chamar a atenção destes alunos que parecem estar um passo a frente do educador e exigindo que o mesmo a presente novidades.

Os processos de persuasão, como se sabe, não se caracterizam pelo uso da força, ou pelo poder de mando, mas pela capacidade de influenciar e obter consenso, de produzir no outro um estado de aceitabilidade – conforme a clássica formulação croceana, e que conquistou maior notoriedade entre nós pelo viés neomarxista de Antonio Gramsci (1982) (SILVA 2010, p. 29).

É preciso entender e estudar cada vez mais tais movimentos que a publicidade junto com as massas parece dominar toda uma sociedade, pois este processo de domínio público que estas ferramentas se utilizam, criam verdadeiros campos de opiniões fortes e passam a estar a frente da estrutura do comportamento de toda uma sociedade, construindo um campo de estudos em todas as áreas de atuação profissional, para possíveis melhorias no que diz respeito a sua função. Segundo Silva (2010, p. 34):

A presença das massas nos processos de geração e ampla distribuição de mercadoria e serviços trouxe condicionamento ao sistema de produção, e forçou as práticas culturais e artísticas a novos enquadramentos, a novos regimes de produção. Benjamim afirma ser a massa a matriz.

Talvez a publicidade junto com as massas, passou a contribuir de forma indireta, novas práticas e a abertura de uma visão mais ampla, mostrando novas possibilidades e novas técnicas de aprendizado nas salas de aula, construindo uma instituição educacional a frente do seu tempo.

3. METODOLOGIA

Este estudo tem como referencial metodológico a pesquisa bibliográfica, como também, uma breve pesquisa em sites de notícias sobre a influência que a cultura de massa exerce nos jovens e, conseqüentemente, na comunidade escolar como um todo.

Pesquisa bibliográfica, segundo Severino (2007, p. 122), “é aquela que se realiza a partir do registro disponível, decorrente de pesquisas anteriores, em documentos impressos, como livros, artigos, teses etc.”, portanto, será realizada uma consulta sistemática em bibliografias consideradas referências no assunto, para fundamentação teórico-metodológica do estudo.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização deste trabalho, cujo objetivo era o de identificar a influência da cultura de massa na escola, essa necessidade de conhecer e compreender as mídias e suas reais influências, pode contribuir para uma nova discussão do uso destas ferramentas, dentro da comunidade escolar. O estudo teve como sua principal base de pesquisa a bibliografia de autores que falam sobre o comportamento cultural e seu conceito antropológico, como também, o papel das mídias de massa e cultura de massa. Que ainda é um campo a ser explorado, por professores na sala de aula.

A cultura de massa pode ser facilmente identificada, na rotina escolar, não é possível, afirmar que as mídias de massa têm total controle sobre a comunidade escolar, já que tais elementos da cultura de massa e suas mídias, não estão introduzidos formalmente no conteúdo e nos processos de aprendizado, porém são vistas apenas no dia-dia dos alunos como algo curioso e do empenho individual de alguns educadores que tentam utilizar essas novas tecnologias da comunicação para o seu âmbito escolar. É importante destacar que essa influência e massificação das informações partem de uma sociedade que parece alimentar-se, quase que visceralmente, de novidades que são jogadas através dos meios de comunicação diariamente.

Essa cultura de massa que é representada pelos alunos pode ser visivelmente identificada através do consumo de entretenimento que passa a ser compartilhado entre esses jovens. Para o corpo docente, este consumo parece não contribuir na sala de aula, associado a uma falta de estruturação nas escolas e maior apoio no uso destes novos meios de comunicação e suas novas tecnologias nas práticas escolares.

A tecnologia por si só, não será uma ferramenta completa para que os educadores possam atingir seus objetivos dentro da sala de aula, é preciso entender estes meios de comunicação e como se comportam a cada evolução tecnológica, e

criando elos entre aluno e professor, tornando partes integrantes do processo de compreensão do mundo e formando um tripé para novos avanços metodológicos, para uma possível reestruturação na maneira de ensinar.

Despertar o interesse do aluno, construindo novos caminhos para o ensino pedagógico, com práticas educacionais mais eficientes requer tempo e experimento de todos que compõe a escola, para que tais ferramentas utilizadas pela cultura de massa consiga dar seus primeiros passos na evolução da metodologia educacional contemporânea e uma possibilidade de maior estímulo dos alunos para um novo comportamento acadêmico, transformando o desinteresse em motivação e vontade de aprender.

Com esse possível método de ensino e com planejamento, deve-se entender o grande desafio em produzir um novo caminho no ensino, facilitando o seu melhor convívio entre alunos e entendendo cada vez mais, esse novo universo que parece sofrer grandes influências na escola. O objetivo não é implementar novas tecnologias nas escolas e sim usar os meios de comunicação de massa e criar novos métodos de ensino na escola e, evidentemente, não renegando a existência desta forte influência que a cultura de massa tem dentro e fora da escola.

5. REFERÊNCIAS

BAREFOOT, Darren e Szabo, Julie. **Manual de Marketing em Mídias Sociais**. Novatec Editora, 2010

BOSI, Ecléa. **Cultura de Massa e Cultura Popular Leituras de operárias**. 13º Ed. Petrópolis, Rio de Janeiro, Editora Virazes, 2009.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro, Editora Contraponto, 1997.

DEFLEUR, Melvin L. e Rokeach, Sandra Ball **Teorias da Comunicação de Massa**. Rio de Janeiro, 5º Ed. Editora Jorge Zahar, 1993.

Estudante Mayara Petruso Disponível em
<<http://www.correio24horas.com.br/detalhe/noticia/justica-condena-estudante-mayara-petruso-por-preconceito-contra-nordestinos/>> Acesso em 17/09/2014

HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós Modernidade**. Rio de Janeiro, 11º Ed. Rio de Janeiro, Editora DP&A, 2011.

LARAIA, Roque. **Cultura Um Conceito Antropológico**. 25º reimpressão. Rio de Janeiro, Editora Zahar, 2013.

LIMA, Luiz Costa. **Teoria da Cultura de Massa**. 7º Ed., São Paulo, 2005.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez, 2007.

SILVA, Silvano Alves Bezerra da. **Estética utilitária: interação através da experiência sensível com a publicidade**. João Pessoa, A União Editora, 2010.

TELLES, André. **A Revolução das Mídias Sociais. Cases, Conceitos, Dicas e Ferramentas**. São Paulo, M. Books do Brasil Editora Ltda, 2010.

TORRES, Cláudio. **A Bíblia do Marketing Digital: tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar**. São Paulo, Novatec Editora, 2009.