



Laplace em Revista
ISSN: 2446-6220
geplageufscar@gmail.com
Universidade Federal de São Carlos
Brasil

Cultura digital: uma compreensão do poder nas percepções estéticas no uso das tecnologias educacionais digitais

Vieira, Marcelo Aparecido Freitas; Berkenbrock-Rosito, Margaréte May

Cultura digital: uma compreensão do poder nas percepções estéticas no uso das tecnologias educacionais digitais

Laplace em Revista, vol. 3, núm. 2, 2017

Universidade Federal de São Carlos, Brasil

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=552756522010>

DOI: <https://doi.org/10.24115/S2446-6220201732276p.109-122>
Atribuição não comercial internacional. Direitos de compartir igual e dar crédito aos autores e periódico.



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional.



Cultura digital: uma compreensão do poder nas percepções estéticas no uso das tecnologias educacionais digitais

Digital culture: understanding the power within the esthetic perceptions on the use of digital education technologies
Cultura digital: una comprensión del poder en las percepciones estéticas en el uso de las tecnologías educativas digitales

Marcelo Aparecido Freitas Vieira

Universidade Cidade de São Paulo – UNICID, Brasil

marcelohas@gmail.com

DOI: [https://doi.org/10.24115/](https://doi.org/10.24115/S2446-6220201732276p.109-122)

S2446-6220201732276p.109-122

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=552756522010>

Margaréte May Berkenbrock-Rosito

Universidade Cidade de São Paulo – UNICID, Brasil

margaretemay@uol.com.br

Recepción: 10 Mayo 2017

Aprobación: 10 Junio 2017

RESUMO:

O trabalho apresenta como objetivos compreender a dimensão estética nos processos formativos e interpretar o desenvolvimento da autonomia e da emancipação dos sujeitos da “Geração Z” na Educação Básica, diante da utilização da Tecnologia Educacional Digital, a partir dos dados do CETIC.br. O referencial teórico adotado baseia-se em Adorno e Horkheimer, Schiller, Freire, Gadamer, os quais são adotados para o debate acerca da dimensão estética com destaque para a perspectiva de Papert e Lévy no que tange à Tecnologia da Informação e Comunicação. Os resultados são apresentados por meio das seguintes categorias: a estética do poder “Eu sei” da geração Z, A estética do poder do “Eu digital”. Em oposição, vislumbra-se uma possibilidade de liberação dos fenômenos midiáticos na ampliação de práticas instrumentais tecnológicas, a busca do caminho da conscientização da Cultura Digital no âmbito da relação do sujeito contemporâneo consigo mesmo, com o outro e com o mundo.

PALAVRAS-CHAVE: Educação estética, Tecnologia educacional digital, Cultura digital, Formação do sujeito, Contemporaneidade.

ABSTRACT:

The objective of this work is to understand the aesthetic dimension in the formative processes, as well as to interpret the Generation Z subjects's autonomy and emancipation development in Basic Education, considering the use of Digital Educational Technology, based on data from CETIC.br. The theoretical framework adopted is based on Adorno and Horkheimer, Schiller, Freire, Gadamer, who are adopted for the debate about the aesthetic dimension, highlighting the perspective of Papert and Lévy in the field of Information and Communication Technology. The results are presented through the following categories: the aesthetics of the "I know" power of the Z generation, the aesthetics of the power of the "digital I". On the other hand, it is being seen both a possibility of liberation of the mediatic phenomena in the instrumental technological practices amplification and the search of a way to the Digital Culture awareness, within the scope of the contemporary subject relation with itself, with the other and with the world.

KEYWORDS: Esthetic education, Digital education technology, Digital culture, Subjects formation, Contemporaneity.

RESUMEN:

El trabajo presenta como objetivos comprender la dimensión estética en los procesos formativos e interpretar el desarrollo de la autonomía y de la emancipación de los sujetos de la "Generación Z" en la Educación Básica, frente a la utilización de la Tecnología Educativa Digital, a partir de los datos del CETIC.br. El referencial teórico adoptado se basa en los trabajos de Adorno y Horkheimer, Schiller, Freire, Gadamer, los cuales fueron adaptados para el debate acerca de la dimensión estética con destaque para la perspectiva de Papert y Lévy en lo que se refiere a la Tecnología de la Información y la Comunicación. Los resultados se presentan por medio de las siguientes categorías: la estética del poder "Yo sé" de la generación Z, La estética del poder del "Yo digital". En oposición, se vislumbra una posibilidad de liberación de los fenómenos mediáticos en la ampliación de prácticas instrumentales tecnológicas, la búsqueda del camino de la concientización de la Cultura Digital en el ámbito de la relación del sujeto contemporáneo consigo mismo, con el otro y con el mundo.

PALABRAS CLAVE: La educación estética, Tecnología de la educación digital, Cultura digital, Formación de sujetos, Tiempo contemporáneo.

INTRODUÇÃO

Na contemporaneidade a relação com o computador e as tecnologias digitais no ciberespaço contemplam uma nova concepção de cultura. A expressão Cultura Digital traz os seus significados abrangentes e desconexos, propondo uma nova interpretação para a utilização de computadores e todos os aparatos tecnológicos digitais. Neste estudo, apresenta-se uma compreensão da Cultura Digital focalizando a dimensão estética na TED, presente nos processos formativos na Educação Básica da “Geração Z”. Adota-se a definição de Educação Básica, alunos do Ensino Fundamental e Médio, que participaram da pesquisa do Cetic.br. De acordo com o Cetic.br, a pesquisa tem abrangência nacional e considera as escolas públicas, municipais, estaduais e privadas a partir de 2011, compreendendo as áreas urbanas do Brasil. São selecionadas escolas com turmas regulares do 5º e 9º anos do Ensino Fundamental e do 2º ano do Ensino Médio cadastradas no Censo Escolar conduzido pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep).

A motivação deste estudo surgiu a partir do discurso midiático da contemporaneidade sobre os jovens da “Geração Z”, categoria usada para designar os que nasceram após a disseminação dos computadores pessoais, como utilidade doméstica; tornou-se um discurso comum que os nascidos neste período saberiam utilizar a tecnologia em qualquer situação e, neste contexto, as escolas também assumiram o discurso de que seus alunos “dominam a tecnologia”. Contudo, a partir da prática, do primeiro autor deste estudo, como profissional de TI, na escola de Educação Básica, não foi observado esse aprendizado. Para reiterar essas observações os dados do Cetic.br mostram que a “Geração Z” tem suas deficiências tecnológicas, o que é condizente com o histórico da Tecnologia Educacional Digital (TED), desde Papert (2008). Com o contínuo desenvolvimento tecnológico, as práticas foram massificadas, a ponto de os aparelhos digitais serem incorporados ao cotidiano das pessoas, chegando a ser considerado um eletrodoméstico e passando a ser aceito como de domínio do universo dos jovens da “Geração Z”. Assim, estabelece-se uma balbúrdia, uma fantasia ancorada na realidade por meio do discurso de que a “Geração Z” aprende sozinha, e que crianças e jovens nasceram sabendo tecnologia. É uma geração ancorada na fantasia da “estética do eu sei” promovida pela “estética do consumo”, pois a força da mídia cria uma realidade e passamos a acreditar.

Docentes e profissionais da escola aceitam essa versão, tomando-a como verdade, por isso se preocupam em se inserir nesse universo, passam a “correr atrás das novidades” sempre noticiadas pelos grandes produtores de softwares e hardwares. Quando se admite que a “Geração Z” não domina todos os recursos tecnológicos, cria-se um paradigma no processo formativo que contesta o status quo e apresenta uma necessidade do desenvolvimento de autonomia e emancipação dos sujeitos preocupados com a passagem do nível de informação para a apropriação do conhecimento ao fazer uso da Tecnologia Educacional Digital. Este estudo problematiza o sentido de desenvolvimento de autonomia e emancipação dos sujeitos diante do marketing propalado pela indústria tecnológica e sua relação com a educação. O estudo se propõe a discutir a dimensão estética da “Geração Z”, na Educação Básica, a partir do uso da TED. As questões que norteiam o estudo são: em que medida a “Geração Z” possui conhecimento sobre o uso da Tecnologia Educacional Digital? Até que ponto essa faixa etária é produtora de ideias, de conhecimento?

A ESTÉTICA DO PODER “EU SEI”: QUANDO O CONSUMIDOR PRECEDE O USUÁRIO

Considerando-se as diferentes interpretações para as definições de “Geração Z”, pode-se inferir que elas são bem aproveitadas como importantes ferramentas instrumentais para o Marketing. Uma análise que confirma

essa afirmação pode ser feita a partir dos dados apresentados pelo quadro 2, do CETIC.br, no qual apreende-se que 33% dos jovens dessa geração são consumidores nos sites de compra e venda no espaço virtual.

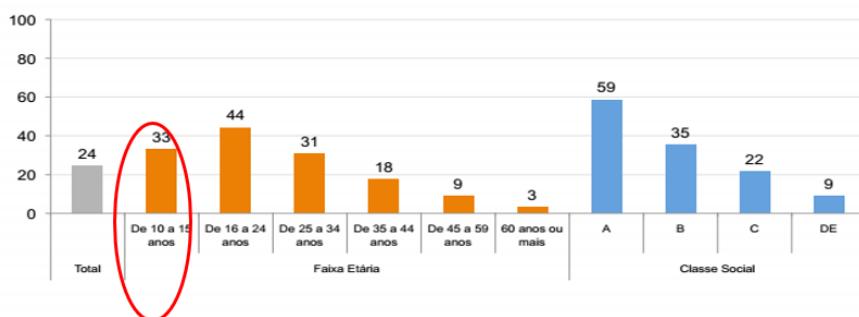


GRÁFICO 1
Proporção de usuários que compraram pela Internet nos últimos 12 meses

Fonte: CETIC (2012). Disponível em <http://www.cetic.br/usuarios/tic/2012/apresentacao-tic-domicilios-2012.pdf> (p. 38). Acessado em 10.04.2017.

A relação da indústria tecnológica com a educação é um processo que se dá na relação entre software<–>peopleware (pela qual se encontra o consumidor e o usuário) esse interfaceamento (<–>) atua de maneira fundamental na decisão do consumidor de comprar ou não comprar um produto. A indústria conhece esse “saber”, que a acompanha desde as primeiras relações entre produtor e consumidor. É no contato do consumidor com a máquina, por meio do software, que se estabelece a relação peopleware<–>software<–>hardware e é no interfaceamento que se encontra os resultados dessa relação. A análise racional dessas informações evidencia que a “Geração Z” consome no espaço virtual e se pode concluir também que esse consumo pode ser direcionado por adultos, que possivelmente não estejam familiarizados com as ferramentas digitais ou estão suscetíveis aos desejos de seus tutelados. Um questionamento plausível trataria da origem desses pagamentos, pois sendo jovens, entre 10 e 15 anos, teriam impedimento legal para trabalhar, por isso deduz-se que há um responsável que efetiva a transação monetária.

Nesse processo de consumo, sob a perspectiva da estética, apresenta-se o jovem, menor de idade, que opera as ferramentas digitais por meio do maquinário tecnológico, sendo auxiliado por outro ator que será o responsável pela efetivação da compra. Podemos encontrar no responsável pela compra, a evidente impotência frente à necessária intermediação para efetivação de todo o processo. O jovem da “Geração Z”, no controle da máquina que propicia a ação do consumo, faz manifestar no seu responsável o seu poder por meio de todo procedimento de aquisição do bem consumido, causando dependência do outro, pois, sendo consciente do seu papel e da dependência gerada, se acha no direito de afirmar “Eu sei” comprar na web.

A análise racional dos dados do quadro 2, quando veiculada pela mídia sob a lógica binária do sabe não sabe, favorece os aspectos massificadores da estética da indústria tecnológica e midiática, em nome do poder da compra que não se relaciona apenas com o aspecto monetário, mas ao desconhecimento das ferramentas tecnológicas que permitem essa compra. Basta lembrar “tudo que acontece pela via da propaganda permanece ambíguo” (ADORNO, 2011 p. 47). O consumo é interdependente ao consumidor, ou seja, a ação de consumir só se realiza quando há um consumidor, por isso, para se analisar o consumo, deve fixar-se no sujeito que consome, nas suas representações objetivas e subjetivas. Há inclusive um campo novo do marketing que estuda a essência do comportamento do consumidor, o neuromarketing, que tem avançado nesses estudos, demonstrando que há uma necessidade em compreender esse sujeito com o objetivo do aumento no número de consumidores. Segundo Lipovetsky, o consumismo funciona à base de sedução. Braudrillard aponta aspectos de felicidade no consumidor pós-consumo. Contudo, a relação consumidor e bem consumido não está pautada apenas em códigos racionais, pois há um conjunto de aspectos subjetivos que devem ser considerados.

É o seguinte o princípio da análise: nunca se consome o objeto em si [no seu valor de uso] – os objetos [no sentido lato] manipulam-se sempre como signos que distinguem o indivíduo, quer filiando-o no próprio grupo tomado como referência ideal quer demarcando-o do respectivo grupo por referência a grupo de estatuto superior. (BAUDRILLARD, 2011, p. 66)

O usuário, nem sempre é o consumidor, mas, fazendo parte desse processo, deve ser analisado como tal. Usando esse exemplo, usuário<–>consumidor, em TED, pode-se afirmar que o nível de conhecimento do usuário em relação ao bem consumido pode ser fator preponderante no resultado de qualquer atividade em ambientes virtuais de compra. Entretanto, o que se aprende nos livros especializados (ALMEIDA; PRADO, 2011; KENSKI, 2012) é que há um pensamento único de que os jovens conhecem tecnologia, deixando-se de se interessar em saber o nível de conhecimento desses jovens, nos aspectos técnicos e no que diz respeito ao poder de influência em TED pode ser o fator preponderante na decisão da compra.

Neste viés, Adorno defende que “o preço que os homens pagam pela multiplicação do seu poder é a sua alienação daquilo sobre o que exercem o poder” (ADORNO, 1999, p.24). Entende-se poder como o sentimento resultante da capacidade de compra. A afirmação de Adorno corrobora com o consumo de bens tecnológicos, pois a satisfação de possuir o melhor, o mais moderno equipamento, aliena o usuário ao ponto do não questionamento das suas amplas funções, o que resulta em sua subutilização. Em Tecnologia Digital há uma “caixa preta” entre o input do usuário e output. da máquina. Do lado do usuário, o seu input não deve ser compreendido apenas no nível da informação inserida na máquina, ou seja, um aluno que esteja digitando um texto, por exemplo, não deve apenas se limitar ao domínio do idioma, mas ter consciência da escolha daquele computador com aquele programa para executar essa tarefa. Com isso, o output pode agradá-lo ou não, mas o resultado poderá ser questionado com maior propriedade. Essa criticidade pode e deve ser desenvolvida no contexto tecnológico, senão a relação estabelecida entre produtor e consumidor ficará pautada apenas em dados que refletem o número de equipamentos vendidos.

As informações sobre o produto, as necessidades que motivam a sua compra devem ser refletidas e analisadas pelo usuário e é nessa abstração que o consumidor deve buscar a sua afirmação. Todavia, para que isso aconteça, a ordem normalmente encontrada em que o consumidor age antes do usuário deve ser alterada. O usuário é que deve fornecer argumentos e informações para que a compra se efetive; é ele quem deve conhecer ou buscar conhecimento sobre o bem a ser adquirido, em especial quando tratamos de equipamentos de tecnologia digital, como computadores, tablets, smartphones ou qualquer equipamento que use sistema operacional e aplicativos. Não há interesse, por parte dos produtores, em especificar as suas funcionalidades de acordo com suas especificidades tecnológicas, pois, seguindo a lógica da necessidade de lucro, quanto maior for o número de consumidores maior será a quantidade vendida. Massificam-se os bens, e o consumidor, cada vez menos, participa desse processo ativamente. “Diante dos caprichos teológicos das mercadorias, os consumidores se transformam em escravos dóceis” (BAUDRILLARD, 2011, p. 80). Esse fenômeno também foi observado na indústria musical, guardada as devidas proporções, por Adorno (1999).

O comportamento valorativo tornou-se uma ficção para quem se vê cercado de mercadorias musicais padronizadas. Tal indivíduo já não consegue subtrair-se ao julgo da opinião pública, nem tampouco pode decidir com liberdade quanto ao que lhe é apresentado, uma vez que tudo o que lhe oferece é tão semelhante ou idêntico (ADORNO, 1999, p. 66).

Para valorar um equipamento digital, faz-se necessário conhecimento e a escola pode ter papel fundamental nesse desenvolvimento. Ao contrário, porém, ela acabou se igualando aos consumidores e adquirem os mesmos equipamentos segundo as mesmas práticas consumistas. “Eu posso comprar!” Encontra-se nessa lógica uma afirmação de que não se precisa conhecer para comprar ou pouco conhecimento não é empecilho para uma compra, restando apenas a questão da valoração financeira. Na verdade, esse “conhecer” não se limita a aspectos racionais, pois há nele elementos midiáticos, como aponta Baudrillard (2011, p. 25). O autor considera que há uma lógica de signos e símbolos que faz com que o objeto a ser consumido não represente a sua função ou necessidade racional. Nesse sentido, os signos tecnológicos que representam a “Geração Z” são

a simbologia de jovens que “dominam tecnologia”, portanto, estão avalizados a consumir qualquer produto, desconsiderando o que se conhece dele.

Segundo a lógica de Baudrillard (2011), o consumo não se ordena em torno do indivíduo ao considerar as suas necessidades pessoais, mas sim num grupo formalizado e estabelecido que reforce a necessidade e justificativa para a compra. No exemplo da “Geração Z”, a quebra desse processo só se dará quando essa geração for considerada como uma multiplicidade de Sujeitos com características singulares que sugerem constantes práticas que busquem o conhecer. “Em primeiro lugar, existe a lógica estrutural da diferenciação, que produz os indivíduos como [personalizados], isto é, como diferentes uns dos outros, mas em conformidade com modelos gerais e de acordo com um código aos quais se conformam”. (BAUDRILLARD, 2011, p.112)

Dentro desse modelo, em TED, os consumidores aluno e escola devem buscar a conscientização das suas reais necessidades de utilização para estabelecerem um conjunto de informações tecnológicas e, assim, compará-las aos equipamentos disponíveis no mercado. O documento do CONAE 2010, no item j assinala dentre outras coisas que o Sistema Nacional de Educação deve prover: Laboratórios de ensino, informática, brinquedoteca, garantindo sua utilização adequada, em termos de suporte técnico fornecido por profissionais qualificados/as, bem como em termos das atividades didático/pedagógicas neles desenvolvidos por docentes. Só após essa análise é que a compra deve ser efetivada, o que tornará o usuário o próprio guia do consumo, permitindo a compreensão dos processos que se ativam nessa prática. Quando esse usuário pertencer a “Geração Z” deverá ser orientado no espaço escolar, pois cabe à escola manter o afastamento necessário da lógica de mercado para fornecer subsídios aos seus educandos, para que eles tenham capacidade e autonomia na escolha tecnológica.

No ambiente escolar, isso poderia ficar melhor evidenciado, se observássemos um aluno operando um computador; sem maiores questionamentos, concluiríamos que ele não demonstra dificuldades, a sua relação com a tecnologia se dá na maior naturalidade e, novamente, manifestar-se-ia o poder do “Eu sei”. Em analogia a McLuhan (2012), eles se envolvem intensamente e parecem ocupar todas as suas faculdades. Essa observação pode ser expandida em Schiller (2011), que afirma que os aspectos estéticos não se observam só no que é vivo, portanto há estética no envolvimento do usuário com o manuseio da TED, mas também nas minúcias dos seus programas e interfaces. Um observador que desconsidere essa estética que se manifesta nas TEDs se convenceria de que esse usuário teria um bom nível de conhecimento tecnológico, reafirmaria a estética do “Eu sei”, deixando de lado as questões pertinentes a conhecimentos pedagógicos do currículo escolar. Portanto, a afirmação “Eu sei!”, pode indicar que o aluno sabe algo em TED, mas não traz questionamentos sobre o quê especificamente ele sabe, não apresentando nenhum dado que favoreça o processo educacional como um todo.

Neste sentido, Paulo Freire (2011) alertava que a experiência educativa não poderia ser transformada em treinamento técnico, o que significa que a compreensão tecnológica aliada às percepções estéticas deve fundamentar a atuação do Sujeito que faz uso de aparelhos tecnológicos. O aprendizado do usuário deve ser iniciado após a identificação do seu nível de conhecimento e as percepções, por sua vez, devem ser trabalhadas com a Educação Estética. É no surgimento dos sentimentos e na sua atuação que o jogo descrito por Schiller, deve acontecer. Para esse aspecto do jogo na Educação Estética, Gadamer faz uma importante contribuição: “o modo de ser do jogo não permite que quem jogue se comporte em relação ao jogo como se fosse um objeto” (GADAMER, 2012, p. 155). Uma afirmação que contradiz os que acreditam que a análise dos sentimentos se realiza na mais pura racionalização, segundo o autor, pode-se deduzir que somente o Sujeito seria capaz de jogar e, em Schiller (2011), o impulso sensível pede uma determinação e o impulso formal quer determinar que os opostos se aproximam pelo impulso lúdico que dá fruição ao jogo.

O Sujeito, sendo partícipe do processo, influencia e é influenciado no processo cíclico do jogo estético. Pode-se inferir que esse processo se dá de maneira contínua na fruição do jogar, buscando a compreensão no conhecer: “quem busca compreender está exposto a erros de opiniões prévias que não se confirmam

nas próprias coisas” (GADAMER, 2012, p. 356). Toda complexidade exposta nesse processo educativo visa à autonomia do aluno, Sujeito, frente às relações estabelecidas e pré-estabelecidas com os aparatos digitais por meio da indústria tecnológica. A obviedade racional que afirma o conhecimento dos jovens da “Geração Z” no manuseio da TED para orientar a compra impõe a finitude na estética “Eu sei”. O auxílio da Educação Estética, conduzido pela hermenêutica, indica maior profundidade nos dados apresentados e a informação obtida denota que só será possível o desenvolvimento da autonomia do Sujeito aluno, quando a escola identificar a necessária percepção dos diferentes níveis de conhecimentos existentes nos processos de interação entre a tríade usuário->software->máquina propostos pela TED, considerando- os no seu planejamento pedagógico, assim como refletindo sobre o poder de sedução na publicidade, que massifica a utilização desses aparatos tecnológicos, tornando-os cada vez mais necessários.

Esse Sujeito autônomo atuará com ética frente à sedução do consumo e não se curvará aos interesses do lucro, o que é defendido por Freire (2011). É nessa consciência que deve habitar a educação contemporânea, estabelecendo o “seu tempo” para priorizar o processo formativo dos seus alunos e não participar da luta consumista por novidades tecnológicas, ajudando na análise crítica de informações que sugerem a falta de preparo dos docentes - “os professores não são formados para o uso pedagógico das tecnologias” (KENSKI, 2012, p. 57) – ou alunos:

[...] mesmo que os estudantes estejam fisicamente inseridos em uma sala de aula na escola, eles estão, ao mesmo tempo, inseridos no mundo real, quer o professor perceba ou não, incentive ou não, autorize ou não. Conforme os smartphones se popularizam entre os estudantes desde as mais tenras idades, mais esse processo se acentua. (GABRIEL, 2013, p.107)

Papert (2008) ainda alerta em relação aos pais, pois eles

[...] ficam deliciados quando os filhos passam horas no computador em profunda concentração, mas sentem-se incomodados pelo caráter de dependência que essa experiência origina. Interrogam-se se os jogos de vídeo são prejudiciais (PAPERT, 2008, p. 22)

Ou mesmo, para além do Sujeito e do Objeto, é importante destacar que “a inteligência ou a cognição são o resultado de redes complexas onde interagem um grande número de atores humanos, biológicos e técnicos” (LÉVY, 2011, p.137). Nesta perspectiva, quando o jovem da “Geração Z” usa a afirmação “Eu sei!” para o trato tecnológico, devem-se considerar as diferentes interpretações, sejam objetivas ou subjetivas e não a lógica binária do computador: Sabe e Não sabe. Além disso, a mídia, como propagadora de mensagens, é fator preponderante para o desenvolvimento de uma estética que busca a finitude do saber tecnológico em nome do nivelamento dos usuários em TED que possibilitem o maior número de consumidores; cabe à escola favorecer o desenvolvimento desse jovem na busca pela compreensão do seu saber por meio de uma possibilidade pedagógica diferente da estética do “Eu sei”.

A ESTÉTICA DO PODER “NÃO SEI!”: A RELAÇÃO DOS DOCENTES COM A TECNOLOGIA EDUCACIONAL DIGITAL

O gráfico 2 indica que o maior percentual de trabalho escolar com uso de internet e computador, traz uma informação que parece contraditória, pois no gráfico 1, 73% desses jovens fazem uso desses veículos.



GRÁFICO 2

Uso do computador e Internet nas atividades realizadas com os alunos. Percentual sobre o total de professores de escolas públicas que costumam realizar atividade

Fonte: CETIC (2012). Disponível em <http://www.cetic.br/educacao/2012/apresentacao-tic-educacao-2012.pdf> (p. 40). Acessado em 10.04.2017.

Em outro aspecto, por parte dos professores, que não são da Geração Z, teriam muita dificuldade em ensinar, fazendo uso dessas ferramentas tecnológicas. Há uma contradição nos dados fornecidos pelo gráfico 2? Se for analisado pela lógica binária, a afirmação seria sim e é essa mesma lógica que corrobora para que o docente diga “Não sei!” quando se trata do uso de ferramentas tecnológicas.

O docente está colaborando com a aprendizagem dos seus discentes é isso que indica o gráfico 2 e comprova que ele sabe ensinar a navegar na Internet e a usar o computador para as suas práticas disciplinares, ou seja, quando o trabalho não contempla redes sociais ou qualquer procedimento do cotidiano do jovem “Geração Z” ele tem de ser orientado. Para que isso aconteça a instituição escola deve favorecer a investigação dos níveis de conhecimento em tecnologia dos seus discentes e docentes e propiciar a integração dos setores de TI com o Pedagógico e isso pode ser efetivado pelo setor de TED, TI<→>TED<→>Pedagógico.

Quando o docente afirma “Não sei！”, ele quer dizer “não conheço essa ferramenta” ou até mesmo “não sabia que essa ferramenta poderia fazer isso”, não quer dizer que ele não sabe nada de tecnologia é isso que indica os dados do quadro 5, mas a massificação tecnológica em nome da busca constante de atualização digital faz uso da lógica binária, do conhece ou desconhece e assim favorece a balbúrdia na utilização das TED. O mundo do “não sei” é um território ambíguo, assinala uma recusa ao ato de tomar uma decisão, de posicionar-se em relação ao uso das TEDs no espaço escolar, pode ser uma legitimação aos espaços de dúvidas em tempos de imposições de determinados modelos a serem seguidos.

O professor, por sua vez, se encontra num labirinto de informações midiáticas, em que, constantemente, são exaltadas as facilidades tecnológicas na prática do dia a dia da “Geração Z” e a escola na crescente cobrança por incorporar práticas com TED no seu currículum escolar. Dentro desse cenário, é compreensível a afirmação “Não sei!” e que pode servir de mola propulsora para o consumo tecnológico. Um professor que não sabe, precisa saber, portanto o correto, segundo a lógica de mercado, seria consumir equipamentos tecnológicos para conhecê-los. A respeito disso, Baudrillard (2011, p. 264) esclarece que o consumo “é a maneira como a nossa sociedade se fala” essa conversa não se dá apenas por palavras, símbolos do nosso idioma é uma conversa de amplitude estética, faz parte da dimensão estética de cada um e de todos os interlocutores.

Neste sentido, o professor, sendo responsável direto no processo de aprendizagem dos seus alunos deve oportunizar situações que favoreçam diferentes interpretações para resolução de problemas, adicionar ao campo racional as diferentes percepções que podem emergir do universo estético de cada um. Como afirmava Paulo Freire, “a reflexão crítica sobre a prática se torna uma exigência da relação Teoria/Prática sem a qual a teoria pode vir virando blá-blá-blá e a prática, ativismo” (FREIRE, 2011, p. 24).

Existe a necessidade de atualização do corpo docente para uso dessas tecnologias no ambiente escolar, como indicam Almeida e Prado (2011),

O uso do computador na educação básica vem ocorrendo em nosso país desde a década de 1980 e torna evidente que o ponto crucial é a formação de educadores para que possam integrar essa tecnologia aos processos de ensino e aprendizagem. (ALMEIDA; PRADO, 2011, p. 34)

A compreensão das práticas educacionais com TED necessita reflexão, pois, muitas vezes os seus resultados diferem das informações veiculadas na mídia e em outras são completamente diferentes do senso comum, desta maneira é papel da escola refletir e ensinar a refletir sobre os aspectos do senso comum

A ESTÉTICA DO PODER DO “EU DIGITAL”: QUANDO AS PORTAS SE ABREM À IDENTIDADE DO MUNDO VIRTUAL

Propõe-se aqui uma discussão sobre a identidade do Eu docente e do Eu discente na cultura digital. Para isso, Castoriadis (1992) chama a nossa atenção, pois

[...] devemos pôr em questão a grande loucura do Ocidente moderno, que consiste em estabelecer a “razão” como soberana, entender “razão” como racionalização, e racionalização como quantificação. É esse espírito, sempre em ação, que precisamos destruir. Precisamos reconhecer que a “razão” não passa de um aspecto ou dimensão do pensamento, e que ela enlouquece quando se autonomiza (CASTORÍADIS, 1992, p. 163).

Será que estaríamos presos ao determinismo, seria simplesmente um modo de ser do humano, ocultado pelo pensamento herdado? Conforme Castoriadis (1992), o sentido último do conceito de criação é colocado para tentar elucidar o seguinte dilema: ou há criação ou a história humana é uma interminável repetição, um eterno retorno. Para Castoriadis,

[...] o ser é criação. O imaginário e a imaginação são o modo de ser que essa vis formandi do ser em geral toma, nesse rebento do ser/ente total que é a humanidade... Se não fosse isto, o ser seria sempre o mesmo. O ser humano não existiria, a vida não existiria etc. (Castoriadis, 1992, p.104).

Nesta perspectiva, o pensamento herdado cria e, por vezes, impõe marcas, que no adulto se tornam mais difíceis de transformar, mas nada é impossível, de acordo com as novas descobertas. Pensar esteticamente impõe outro olhar sobre a realidade criada, visto que é impossível, de acordo com Castoriadis, como assinala Losada (2009), somente a razão seja instrumento de criação, mas que também haja uma maneira de ordenar o pensamento de forma circular, a partir da imaginação e do imaginário. Já que determinismo e indeterminismo fazem parte da realidade humana, Losada (2009) afirma que: “Sem ele, a história é ‘impensável e inconcebível’”. Assim, ele “precede” a emergência do sujeito e do social-histórico. “É porque há imaginário radical que há instituição; e não pode haver imaginário radical senão na medida em que ele se institui” (LOSADA, 2009, p. 16)

Devido ao mencionado acima, um novo olhar precisa ser lançado à realidade, pois com a construção de um olhar estético no ambiente virtual, em que o tipo de jogo recorrente entre os participantes possa ser o da invenção, o da criação, minimizando ou mesmo extinguindo os efeitos da competição, e por outro lado, reduzindo aquele olhar mais racional e racionalizador. Segundo Castoriadis como assinala Losada:

A construção do projeto da modernidade se deu a partir da ordem, da separação e da razão. O marxismo, o estruturalismo e o funcionalismo foram pensados com estes pressupostos. Estes sistemas de pensamento tinham isto em comum: com eles era impossível pensar a alteridade, o novo, a criação. É aí que se situa o pensamento do autor com o conceito de imaginário radical. Com ele, o autor pretende “inverter” o pensamento do Ocidente: implica uma nova ontologia (uma nova maneira de entender o ser, como a-ser, como criação), uma nova compreensão do sujeito humano a partir da imaginação e do imaginário e uma nova articulação dos saberes de forma circular. Nesse sentido, as ciências naturais e sociais devem ser pensadas como dois campos do saber irredutíveis e inseparáveis. Isto configura uma maneira nova de pensar a partir da imaginação e do imaginário. (LOSADA, 2009, p. 49)

Os ideais da autonomia e emancipação, gerando um ser que pensa, refletem sobre os interesses alheios à sua vontade, uma nova maneira de pensar e de agir, mediante os desafios existentes/propostos pela estética da indústria cultural, tem sofrido obstáculos, sucumbimos aos ditames deterministas, nos sentimos impotentes diante dos avanços da técnica, da informática, e de uma cegueira que faz com que esqueçamos nossa raiz inventiva e criadora de inúmeras realidades.

Em nome desta universalidade, o pensamento herdado é obrigado a afirmar que há uma significação que é codeterminada pelo que determinam. O esquecimento disso conduz ao que é a forma suprema de suprimir toda relação entre o pensamento e a realidade, ou então, pensar o ser (o real) como caos desordenado, “que não exige, não impõe, e não impede nada”. Tanto uma como a outra são opiniões insustentáveis. Isto o leva a afirmar que a realidade da “Geração Z”, como um todo, não pode ser homogeneizada.

Para Dubar (2005, p. 231), a identidade pessoal não é determinada por suas condições sociais, mas sim construída a partir dos recursos da trajetória social, que é também uma história subjetiva, por exemplo, a necessidade de reconhecimento diante do espelho da expectativa da aceitação/aprovação do outro. Para o autor, a construção da identidade pessoal e social é um produto de sucessivas socializações, um processo de identificação, de construção de identidade.

Dubar (2005) ainda declara que este é um processo de pertencimento, de vínculo comunitário, de apropriação de normas, regras, papéis, estatutos, reproduzidos de geração em geração, que norteiam as atitudes pessoais. Assim, a identidade pessoal é construída, não como algo independente do social, ao mesmo tempo é processo construído e reconstruído, de afirmação ou negação, de identificação da relação com o outro, encerrando em sua própria identidade.

Por essa razão, na esteira de Durkheim, ‘o ser social dos indivíduos (sua identidade social sinônimo de pertencimento a uma categoria socialmente pertinente) é considerado como o que eles herdam sem deseja-lo e o que modela suas condutas sem que se tenha consciência disso. Por esse motivo, a noção de ‘identidade para si’ não pertence ao vocabulário da ‘sociologia clássica’ e a identidade social se torna sinônimo de ‘identidade para outrem’. (DUBAR, 2005, p. 19)

Nesse sentido, vale a compreensão de que:

A identidade não é um dado adquirido, não é uma propriedade, não é um produto. A identidade é um lugar de lutas e de conflitos, é um espaço de construção de maneiras de ser e de estar na profissão. Por isso, é mais adequado falar em processo identitário, realçando a mescla dinâmica que caracteriza a maneira como cada um se sente e se diz professor. (NÓVOA, 1992, p.16)

Abordar a questão dos processos identitários do sujeito como produtor de saber, na tensão da “identidade para si” e “da identidade para outrem”, encontra sustentação a partir do pensamento de Freire, Adorno e Horkheimer, sendo o primeiro com a questão da autonomia e a questão de emancipação para os segundos, que levam à compreensão das redes e conexões, do que seria a construção do sujeito histórico. Seria possível ainda enfatizar o esforço de perceber-se como sujeito coletivo, é um movimento fundamental no desenvolvimento da autonomia e realização de um trabalho criativo e crítico.

Segundo Adorno e Horkheimer (2002), o primeiro passo, em direção à emancipação do sujeito da indústria cultural é elaborar o passado, para compreender a realidade com um novo olhar. Afirma-nos Adorno que o indivíduo se emancipa, quando o conhecimento é fruto de uma reflexão, diante de informações recebidas pela indústria cultural, ou seja, há uma interpretação, uma análise do fato, para assim, o sujeito posicionar-se. Toda esta ação envolve a estética, que tem valor de epistemologia, que encontra ressonância na consciência política do professor e pesquisador.

Através de diálogos, conflitos e questionamentos, ocorre a aproximação da questão deste estudo que levou a perceber a importância de compreender a base epistemológica da estética, por meio da compreensão do sensível e da razão envolvidos no consumismo da tecnologia e sua importância no desenvolvimento da autonomia e emancipação dos sujeitos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste estudo, buscou-se compreender a Cultura Digital com foco na dimensão estética presente na TED, que permeia os processos formativos e na interpretação do desenvolvimento da autonomia e da emancipação dos sujeitos da “Geração Z”, baseando-se nos dados obtidos no Cetic.br. Estes dados analisados comprovam que a denominada “Geração Z” apresenta suas deficiências tecnológicas, da mesma forma a posição contraditória assumida pelos docentes que buscam ensinar o que os educandos já sabem.

Os dados apresentados e discutidos conseguem questionar e desconstruir o paradigma do discurso que a “Geração Z” aprenderia sozinha e que crianças nasceriam fazendo uso da tecnologia, já que esta geração está ancorada na fantasia da “estética do eu sei” originada pela “estética do consumo”, amparada pela mídia e pela indústria cultural.

Os resultados do estudo sugerem a presença da estética, nos processos formativos promovidos pela TED, sendo de maneira intencional ou não, consciente ou inconsciente na prática da massa de senso comum. Ela atua nos discursos do “Eu sei”, “Não sei”, “Eu digital” com destaque para o valor estético, envolvendo atitude, a pessoa, o aspecto relacional, a criatividade e a autonomia. Estes elementos são essenciais para a formação que orienta a consciência ética e política, porque opera sobre as referências e sobre os princípios dos homens, na sua atuação social, amplificando a compreensão a respeito do Eu e do Outro.

Neste contexto, é preciso vislumbrar que acréscidas às TEDs estão: a valorização da prática pedagógica, dos conteúdos e atitudes. Enfoca-se a ampliação do universo cultural digital dos sujeitos através da introdução de metodologias de ensino que possibilitem o uso das formas diversas de expressão em diferentes mídias, tais como: música, cinema, teatro, arte digital, entre outras, no pensar sobre o próprio pensamento sobre o ouve, lê, faz. Confirma-se, assim, a presença da Educação Estética na formação da “Geração Z” na contemporaneidade.

Compreende-se, porém, que a instrumentalização tecnológica não significa uma aprendizagem autônoma e crítica. Os dados do Cetic.br apontam capacidades instrumentais, salvar arquivos, trabalhos em multimídia, acesso a redes sociais, etc; informações sobre práticas em TED podem colaborar na parametrização de métodos pedagógicos e não servir de manual para seus procedimentos.

Sendo assim, o aluno pertencente à “Geração Z” pode não saber se conhece ou apenas tem informação sobre algum assunto tecnológico, mas por ser usuário e ter como reforço midiático a sua total capacidade tecnológica, normalmente declara saber qualquer assunto em TED, a afirmação “Eu sei!”, carrega a brevidade da sua geração. A “Geração Z”, conhece as práticas instrumentais das TEDs e os dados do CETIC.br demonstram o percentual desse conhecimento, tendo como grande capacidade o uso das redes sociais.

Em contraponto, a mesma tecnologia que pode favorecer falácia conclusivas também permite, pelas redes sociais, a disseminação de ideias que podem aglutinar pessoas em grandes manifestações e mobilizações sociais presentes no Brasil e no mundo. Nesta perspectiva, as ideias propostas no ambiente virtual podem ter aderência e repercutirem no mundo real. Não há consenso na interpretação desse fenômeno, pois há os que acreditam na possibilidade de atuação política nessas redes sociais, chegando ao ponto de participar nas decisões governamentais e outros acham que é puro modismo, incapaz de mudar o status quo através de grandes manifestações, mas também podem criar modismos que favoreçam o aumento do consumo tecnológico. Contudo, a sua efetividade depende duma consciência crítica, que não se limita ao uso da TED, mas se integra ao processo formativo desse jovem.

O professor, que no espaço escolar, habita esse ambiente formativo que utiliza as TEDs, sabendo não pertencer a “Geração Z” e tendo na mídia a divulgação da sua necessária formação tecnológica, acaba aceitando a afirmação “Não sei” como premissa válida. Considerando os aspectos profissionais desse docente relacionadas às demandas da sua área de atuação, dificilmente se aceitaria tamanha exigência, pois o ensino das TEDs deve ser subsidiado pelo profissional de TED que ajudará na identificação do nível de conhecimento

dos alunos e na escolha do software ou ferramenta apropriada para o ensino aprendizagem do conteúdo curricular.

A reflexão sobre as informações consiste em uma Educação Estética, que tem como fim o Sujeito ético e autônomo, pode favorecer e contribuir para uma reflexão crítica em todos os procedimentos que envolvam as TEDs e com isso propiciar uma lógica alternativa ao binário, pois a complexidade humana não se reduz a errado e certo, tão comum aos treinamentos tecnicistas. Retomando Freire (2011), quando aponta “que transformar a experiência educativa em puro treinamento técnico é amesquinhar o que há de fundamentalmente humano no exercício educativo: o seu caráter formador.” (FREIRE, 2011, p. 34).

Neste sentido, a produção de ideias em TED, não se limita às práticas instrumentais, ela integra todo o processo formativo do jovem e segundo esse estudo, nesse processo, deve-se considerar os aspectos da educação estética nas afirmações "Eu sei", "Não sei", dessa forma, a atuação contemporânea do "Eu digital" poderá ser observada por outra perspectiva.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, T. W. Teoria estética. São Paulo: Martins Fontes, 1982.
- ADORNO, T. W. Os pensadores: Textos Escolhidos. São Paulo: Nova Cultural, 1999.
- ADORNO, T. W. Educação e Emancipação. São Paulo: Paz e Terra, 2011.
- ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. Dialética do Esclarecimento. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.
- ALMEIDA, M., E. B. e; PRADO, M., E. B. B.(org) O computador portátil na escola. Campinas: Avercamp, 2011.
- BAUDRILLARD, J. A sociedade de consumo. Lisboa: Edições 70, 2011.
- CETIC.br. Sobre o Cetic.br Disponível em: <http://www.cetic.br/educacao/2012/> apresentacao-tic-educacao-2012.pdf Acesso em: 09 ago. 2013.
- CETIC.br. Usuários. Disponível em: <http://www.cetic.br/sobre-ceticbr> Acesso em 25 jul. 2013.
- CETIC.br. Educação. Disponível em: <http://www.cetic.br/sobre-ceticbr> Acesso em: 09 ago. 2013.
- CASTORIADIS, C. O Mundo Fragmentado: as Encruzilhadas do Labirinto. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.
- DUBAR, C. A socialização: construção das identidades sociais e profissionais. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- DUSSEL, E. Ética da libertação na idade da globalização e da exclusão. Petrópolis: Vozes, 2000.
- FREIRE, P. Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa. São Paulo: Paz e Terra, 2011.
- GABRIEL, M. Educ@r a (r)evolução digital na educação. São Paulo: Saraiva, 2013.
- GADAMER, H-G. Verdade e Método: traços fundamentais de uma hermenêutica filosófica. Petrópolis: Vozes, 2012.
- HALL, S. Identidade cultural na pós-modernidade. 11. ed., Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- KENSKI, V. M. Educação e tecnologias o novo ritmo da informação. 8. ed. Campinas: Papirus, 2012.
- LÉVY, P. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 2011.
- LIPOVETSKY, G. A era do Vazio, ensaios sobre o individualismo contemporâneo. São Paulo: Monole, 2009.
- LOSADA, M. Imaginário radical: a proposta de Castoriadis à atual crise dos paradigmas no campo das ciências naturais e sociais, 2009. Disponível em Acesso em 05 abr. 2012.
- McLUHAN, M. Os meios de comunicação como extensões do homem. 18. ed. São Paulo: Cultrix, 2012.
- NÓVOA, A. Formação de professores e profissão docente. In: NÓVOA, A. (org). Os professores e sua formação. Trad. Graça Cunha, Cândida Hespanha, Conceição Afonso e José António Sousa Tavares. Lisboa: Dom Quixote, 1992.
- PAPERT, S. A Máquina das Crianças, repensando a escola na era da informática. Porto Alegre: Artmed, 2008.
- SCHILLER, F. A educação estética do homem. São Paulo: Iluminuras, 2011.

ENLACE ALTERNATIVO

<http://www.laplageemrevista.ufscar.br/index.php/lpg/article/download/345/906> (pdf)

ARTÍCULO RELACIONADO

[Artículo corregido , vol. 3 (2), 109-122] <http://www.laplageemrevista.ufscar.br/index.php/lpg/article/view/345/906>